

Adobe Target プロフィールとオーディエンス



Adobe TargetでAdobe Experience Cloudのプロファイル管理機能を活用すれば、一元化されたオーディエンスの情報を利用して、マーケティングアクティビティを作成できます。

Adobe Targetでは、Adobe Experience Cloudプロファイル管理機能を使用して、高度なオーディエンスとプロフィールをマーケティング施策に利用できます。Adobe Experience Cloudは、あらゆる訪問者のデータを統合プロフィールIDとして標準化します。そのため、セカンドパーティやサードパーティのデータを追加した場合でも、あらゆるソリューションでプロフィールIDに関連付けられた同一のデータを利用できるようになります。この統合されたひとつの革新的なプログレッシブプロフィールは、訪問者ごとの全体像を提供します。この全体像により、自動パーソナライゼーションが強化されるだけでなく、テスト、ターゲティング、レコメンデーションアクティビティに追加するオーディエンスを正確に定義することもできます。さらに、プロフィールスクリプトを利用して、より高度にオーディエンスをターゲティングできます。Adobe Targetを利用すれば、自社のデジタルプロパティの訪問者を魅了し、コンバージョンへと導く、相手に即したコンテンツや顧客体験を提供できます。

あらゆるアクティビティでAdobe Analyticsのオーディエンスやイベントを利用

Adobe Targetでアクティビティを作成している際に、Adobe Analyticsのレポートスイートを選択すれば、そのスイートに関連付けられているオーディエンスとイベントが即座にアクティビティで選択、使用できるようになります。統合プロフィールIDにより、コーディングすることなく、2つのソリューションの緊密な統合を利用できます。この統合の結果、Adobe Analytics内で定義または発見されたオーディエンスをAdobe Targetで使用することができます。どちらのソリューションでも、定義は同一です。

テスト結果を詳細に分析

Adobe Analyticsのオーディエンスやイベントをアクティビティで使用している場合は、Adobe Analyticsで定義した成功イベントやオーディエンスに関連するテストの効果を示すレポートを作成できます。例えば、銀行でAdobe Analyticsを使用して、収入が\$100,000を超え、「投資の詳細」ボタンを頻繁にクリックした訪問者を見つけた場合、そのボタンの複数のバリエーションをテストして、どのバリエーションのクリック数が最も多くなるかを調べることができます。テストの実施後に定義したオーディエンスセグメントや成功イベントも過去に遡って結果に適用し、フィルタリングして分析することも可能です。この機能は、テストの設定時に考慮していなかったオーディエンスセグメントや成功イベントについて、経営陣から尋ねられた場合などに非常に有用です。

より詳細なオーディエンスを作成し、コンテキストを深める

Adobe Experience Cloudのプロファイル管理機能は、ソリューション全体で各訪問者のプロフィールを包括的に管理します。業界をリードするデータ管理プラットフォームであるAdobe Audience Managerを活用すれば、プロフィールをセカンドパーティやサードパーティのデータで容易に拡張して複数の広告システムに配信し、類似 (look-alike) モデリングを使用してより確実なターゲティングを実現できるようになります。また、Adobe Experience Cloudのコアサービスを利用すれば、CRMなどのソースからプロフィールデータを取り込み、Adobe Experience Cloudのプロフィールを容易に拡張できます。

より高度なオーディエンスターゲティングを適用

プロフィールスクリプトにより、オーディエンスを柔軟かつ高度にターゲティングすることができます。プロフィールスクリプトを使用すれば、Adobe Targetで自動的に収集されないプロフィールデータを指定し、そのデータにもとづいてイベントをトリガーできます。例えば、アパレル系の小売業者であれば、訪問者のプロフィールで「男性」が「true」の場合に、男性向けの商品画像やオファーをホームページに表示するように設定できます。

複合オーディエンスを作成

過去の行動データとリアルタイムのセッションデータを組み合わせて、単一のオーディエンスを作成できます。サイト訪問者の行動がオーディエンスの資格を満たしている場合、その訪問者は自動的にオーディエンスに追加され、ターゲット設定された適切なエクスペリエンスが提供されます。

オーディエンスのサイズを可視化

オーディエンスのターゲティングにマーケティングリソースを投入する際、オーディエンスのサイズを視覚的に表示するので、投入する価値があるかどうかを容易に判断できます。

オーディエンスメンバーに共通する他の属性を調べる

オーディエンスライブラリのプロファイルマッチングを利用すれば、最も効果の高いマーケティング施策に専念することができます。プロファイルマッチングでは、利用者の多いモバイルデバイスや、関心の高い製品カテゴリーなど、オーディエンスメンバーに共通するその他の属性が明らかになります。

サポートを利用してAdobe Targetの価値をすばやく引き出す

Adobe Targetのガイド付きビジュアルワークフローを活用すれば、最適化の経験がないマーケターでも、テスト、ターゲティング、自動パーソナライゼーションアクティビティを設定して開始し、データドリブン型のインサイトや結果を確認できます。ユーザーがこうした成果をすばやく得られるように、アドビの最適化コンサルタントが様々なコンサルティングサービスを提供しています。こうしたコンサルタントには、効果的な最適化プログラムを策定するためのサポートを、業界トップの企業に長年にわたって提供してきた経験があります。

さらに詳しく

Adobe Targetのその他のデジタル最適化機能について詳しくは、以下をご覧ください。

<https://www.adobe.com/jp/marketing-cloud/target.html>

詳細情報

www.adobe.com/jp/marketing-cloud/target.html

