



# 顧客目線のデジタル体験を追求

保険業のManulife、Adobe Experience Cloudによりwebサイトを合理化し、顧客による情報入手を容易に



「アドビと連携したことで、稼働期日に間に合い、すぐに優れたデジタルエクスペリエンスを顧客に提供できるようになりました」

Sophie Bellemare氏 (Manulife、AVP戦略的デジタルイニシアチブ)

## ソリューション

Adobe Experience Cloudを構成する

- Adobe Marketing Cloud: Adobe Experience Manager
- Adobe Analytics Cloud: Adobe Analytics
- Adobe Professional Services

## 成果



顧客のオンライン**エクスペリエンス**を強化



1,200のwebページを整理して、250ページに**統合**



web制作を一元化して大幅に**効率化**



**拡張可能**なパーソナライズされたエクスペリエンスをクラウドで実現し、サービスを差別化



## Manulife

1887年設立

従業員数:35,000人

カナダ、トロント

www.manulife.ca

### 課題

- ・顧客体験を重視したwebサイトを開発したい
- ・顧客のニーズに関するインサイトを獲得して、デジタルエクスペリエンスの指標にしたい
- ・パーソナライゼーションによってエンゲージメントとコンバージョン率を向上させたい

### ユースケース

- ・デジタル基盤
- ・顧客インテリジェンス

## 最適化されたエクスペリエンス

今日の多くの企業にとって、webサイトはビジネスに不可欠です。企業はwebサイトで製品やサービスについての情報を公開するだけでなく、そのビジネスに関与している人々や提供価値について顧客が一目で確認できるようにします。企業にとって最大の疑問は、顧客を引きつけるためにはどのような情報を共有すべきか、また、その情報をどのような方法で伝えるべきかということです。

この疑問は、Manulifeが顧客のwebサイトエクスペリエンスを見直すきっかけとなりました。同社はカナダとアジアで、また米国ではJohn Hancockというブランドでビジネスを展開している大手金融サービスグループです。個人や団体、機関投資家向けに、金融アドバイスや生命保険、資産管理といったサービスを提供しています。

同社は当初、自社の組織構造にもとづいてmanulife.caのwebサイトを設計しました。しかし、視点を変え、顧客が求める情報に焦点を当てる必要があることに気づきました。

「オンラインで顧客に優れたエクスペリエンスを提供するためには、まず、顧客が何を求め、何を知りたがっているのかを理解する必要があります。続いて、エクスペリエンスとエンゲージメント、コンバージョンを向上するために、複数のページやwebサイトをまたいでこれらのインサイトを適用する、一貫性のある方法が必要になりました」とManulifeで戦略的デジタルイニシアチブ担当AVPを務めるSophie Bellemare氏は述べています。

## 厳しいスケジュールに対応

Manulifeでは、ビジネス目標を設定したところ、既存のIT基盤では課題に対応できないことに気づきました。そこで、様々なベンダーの評価をおこない、Adobe Experience Managerを新たなデジタル基盤の土台として採用することにしました。Adobe Marketing CloudのAdobe Experience Managerは、スケーラブルなコンテンツ管理システムであり、同社が求める俊敏性と一貫性を備えていました。

Adobe Experience Managerの3ヶ月に及ぶ概念実証は優れた結果を示し、同社は迅速な導入を求めています。その導入スケジュールは厳しく、期限を守るために、Adobe Professional Servicesに支援を求めました。アドビのコンサルタントは同社と協働し、新サイトのコンテンツ制作を高速化するために、再利用可能な11のテンプレートと38のコンポーネントをデザインしました。また、webサイトがAccessibility for Ontarians with Disabilities Act (AODA) に準拠するための対応もおこないました。

アドビ製品をクラウドで運用するAdobe Experience Manager Managed Servicesを採用したことで同社は、社内のリソースをシステム基盤の調達、設定、管理に割り当てる必要がなくなりました。今後は、顧客の情報とデータを一元的に表示するプライベートポータルなど、オンラインにおける顧客サービスの拡張を予定しています。Adobe Experience Manager Managed Servicesによって、同社は迅速に拡張できるようになり、新しいサービスを市場投入するまでの時間が大幅に短縮されました。

「当社の制作チームによれば、以前使っていたソリューションとAdobe Experience Managerには雲泥の差があります。Adobe Experience Managerは効率性が格段に高く、直観的に使えます」

「Adobe Analyticsを利用することで、webサイトの変更が顧客のデジタルエクスペリエンスをどのように改善するのかを理解することができました」

Sophie Bellemare氏 (Manulife、戦略的デジタルイニシアチブ担当AVP)

「繁忙期の前に新しいシステムを短期間で導入するという、困難なスケジュールに直面していました。アドビと連携したことで、稼働期日に間に合い、すぐに優れたデジタルエクスペリエンスを顧客に提供できるようになりました」とBellemare氏は語っています。

## webサイトエクスペリエンスを簡素化

Manulifeの従来のwebサイトは焦点が絞られておらず、大きすぎたので、ナビゲートが困難になっていました。各部門には、webサイトのコンテンツを制作する独自のデジタルチームがあり、数百人のコンテンツ制作者が1,200ページもの制作に携わっていました。また、中心となる組織がないため、様々な部門からよく似たコンテンツが複数回投稿されるような事態に陥っていました。

「顧客最優先の観点から当社のwebサイトを見た結果、エクスペリエンスを簡素化し、顧客が必要としている情報を一元的に提供する必要性を認識しました。そのため、Adobe Experience Managerを使用して、あらゆるコンテンツ制作を中心となるチームの下で一元化し、webサイトを250ページに統合しました。当社の制作チームによれば、以前使っていたソリューションとAdobe Experience Managerには雲泥の差があります。Adobe Experience Managerは効率性が格段に高く、直観的に使えます」とBellemare氏は述べています。

Adobe Experience Manager Sitesを使用すると、再利用可能なテンプレートとコンポーネントを活用して、webページを迅速かつ容易に制作できるようになります。再利用可能なテンプレートとコンポーネントを様々な組み合わせで配置することで、制作チームはあらゆるタイプのコンテンツ用にページを柔軟に制作しながら、ページをまたいでブランドと一貫性を維持することができます。テンプレートは、デスクトップPCやモバイルなど、あらゆるデバイスをまたいで表示を最適化するレスポンシブデザインに対応しています。

同社では、中心となるチームと連携することで、リソースやアセットの重複が減り、連携の取れたwebサイトの更新をより頻繁におこなえるようになりました。現在、顧客は、必要な情報をはるかに容易に見つけられるようになっています。

## 顧客インサイトを通じてサービスを最適化

Manulifeでは、Adobe Analytics CloudのAdobe Analyticsを使用して、どのようなオーディエンスが、どのような情報をサイトで探しているかを理解するため、webトラフィック、エンゲージメント率、コンバージョン率を測定しています。こうして得られたインサイトは、エクスペリエンスを最適化し、よりの確にパーソナライズする方法を決定するのに役立ちます。

「分析を通じて、以前のwebサイトでは、訪問者が探している情報をなかなか見つけられなかったということが明らかになりました。これをきっかけに、webサイトを簡素化し、顧客最優先のエクスペリエンスを提供することにしました。Adobe Analyticsを利用することで、webサイトの変更が顧客のデジタルエクスペリエンスをどのように改善するのかを理解することができました」とBellemare氏は語っています。

## ソリューション概要

Adobe Experience Cloudの主な利用機能:

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Experience Manager

- Sites

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics

- マーケティングレポートおよび分析

Adobe Professional Services

Bellemare氏によると、Adobe Experience Managerを導入して以来、見込み客への見積もり発行数が増加しています。訪問者にアドバイザーへの連絡を促すなど、行動のきっかけを製品ページに追加したことも、コンバージョンにプラスの影響を与えていると推測できます。ドロップダウンリストの並べ替えのような小規模の変更であっても、顧客が必要な情報をより迅速に、迷うことなく見つけられるようにすることが、より良い体験となるのです。

Manulifeは、Adobe Analyticsのデータを使用し、webサイトのパーソナライズを促進してエンゲージメントの向上に取り組む予定です。例えば、保険者が支払請求をおこなおうとすると、数十もの電話番号や申請フォーム、申請手順が表示され、どの連絡先を使用し、何をダウンロードすればよいかかわからず、苛立ちを覚えるようなケースがよくあります。そこで閲覧の傾向を見れば、顧客が申請しようとしている請求の種類を予測して、適切な情報へと誘導し、ストレスを軽減することでエクスペリエンスを劇的に改善することができます。

「アドビ製品を採用したのは正しい選択でした。Adobe Experience Cloudによって、ビジネスの拡大に役立つテクノロジーを手に入れることができました」とBellemare氏は語っています。

## 詳細情報

[www.adobe.com/jp/marketing/experience-manager.html](http://www.adobe.com/jp/marketing/experience-manager.html)

[www.adobe.com/jp/analytics/adobe-analytics.html](http://www.adobe.com/jp/analytics/adobe-analytics.html)

[www.adobe.com/jp/experience-cloud/service-support.html](http://www.adobe.com/jp/experience-cloud/service-support.html)



Adobe  
345 Park Avenue  
San Jose, CA 95110-2704  
USA  
[www.adobe.com/jp](http://www.adobe.com/jp)

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

© 2019 Adobe. All rights reserved.

12/19