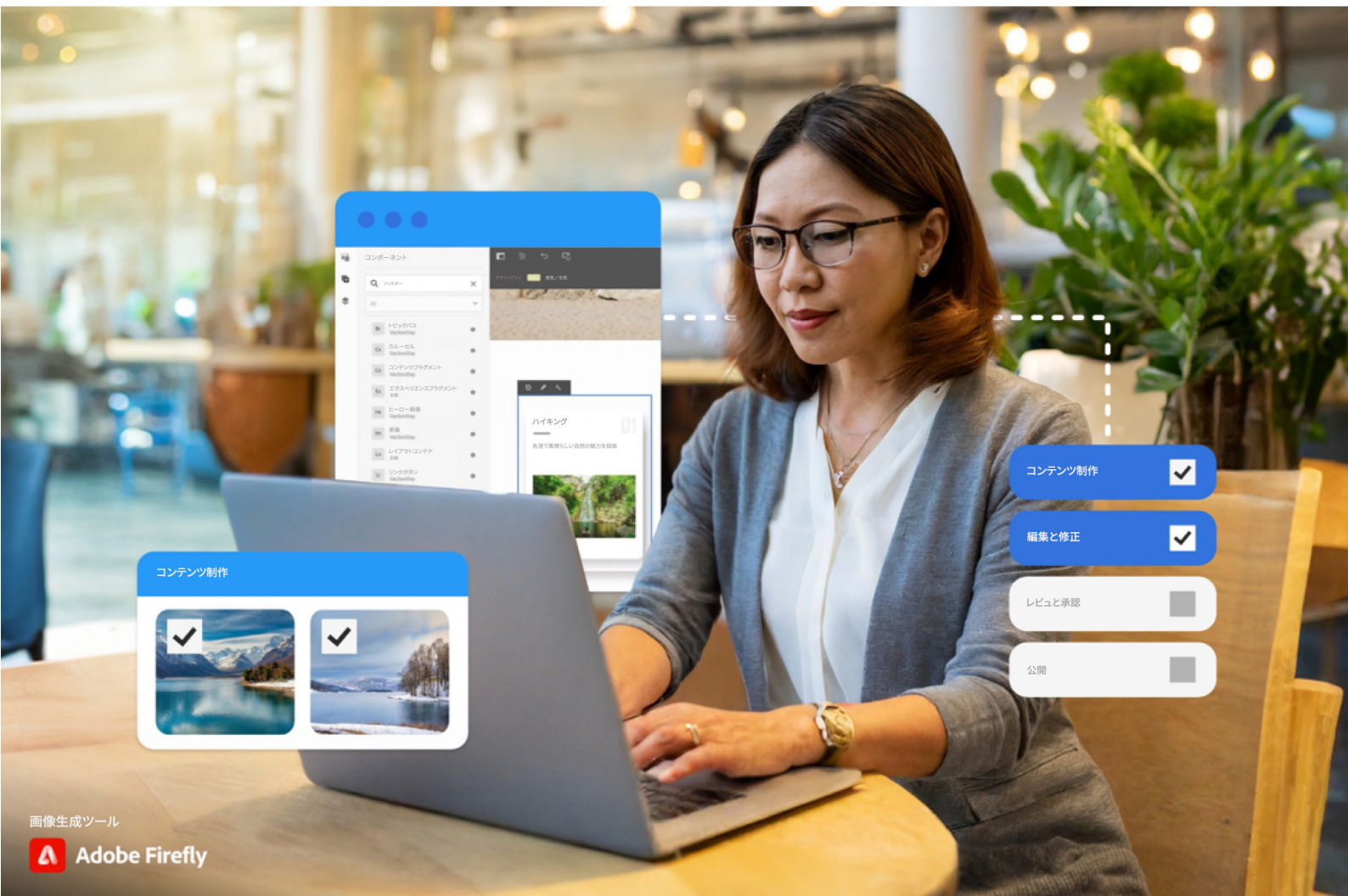




クイックガイド

Adobe Experience Manager Sitesの ワークフローとガバナンスの 詳細

一貫性を犠牲にすることなく、
クリエイティビティを発揮する方法



大規模な web サイトの運営には、特有の課題が伴います。適切なテクノロジーがなければ、そうした規模でのコンテンツの公開と管理には手間がかかり、時間を要します。たとえば、コンテンツ管理システム (CMS) に、自動化されたレビュー、承認、アクティベーションの仕組みがなければ、webサイトへの変更が公開可能な状態になっても、更新が滞ってしまうことがあります。

そうした大規模なwebサイトを支えるプラットフォームには、数百人の担当者が数千から数百万ものページを作成、管理、公開できるスムーズなワークフローとコンテンツガバナンスが必要です。また、膨大なコンテンツをブランドガイドライン、地域の法律、セキュリティ規制に準拠させる必要もあります。

Adobe Experience Manager Sitesは業界をリードするCMSであり、マーケティング部門やIT部門が、あらゆるデジタルプロパティに向けて、適切なコンテンツを迅速に制作、管理、配信できるよう支援します。アドビの自社サイトを始めとし、IBM、Cisco、Dick's Sporting Goodsなど、さまざまな国や地域をまたいで、複数の言語で多様なチャネルを利用して運営される、世界最大級の大規模なwebサイトを支えています。

主な内容：

1. コンテンツ管理ワークフローとは？自動化する方法
2. コンテンツガバナンスとは何？重要な理由
3. Adobe Experience Manager Sitesのワークフローとガバナンスが公開プロセスをスピードアップする方法

コンテンツ管理ワークフローとは？

CMSにおけるコンテンツ管理ワークフローとは、ページやアセットが公開前に通過しなければならない、あらかじめ定義された一連のステップのことです。ワークフローの目的は、コンテンツの制作と管理のプロセスを合理化し、あらゆるコンテンツが高品質かつコンプライアンスに準拠し、ビジネス目標に沿ったものにするということです。たとえば、自動化されたワークフローを使用して、コンテンツのレビュー、プレビュー用のステージング、適切なブランドのフォーマットとスタイルの適用、関係者からの承認取得、公開のスケジュール設定など、さまざまな作業を実施できます。

適切なCMSを利用すれば、次のようなプロセスをガイドする自動化されたステップを定義し、構築することができます。



1.制作

どのようにコンテンツを作成し、CMSにアップロードするのか？



2.レビュー

公開前にチームの誰がコンテンツをレビューするのか？



3.承認

コンテンツを公開する前に、経営陣や法務部門による承認が必要か？



4.編集と修正

コンテンツをどのように更新するのか？



5.公開

コンテンツの公開の準備が整ったら、どのようにステージングし、公開するのか？



6.アーカイブと廃止

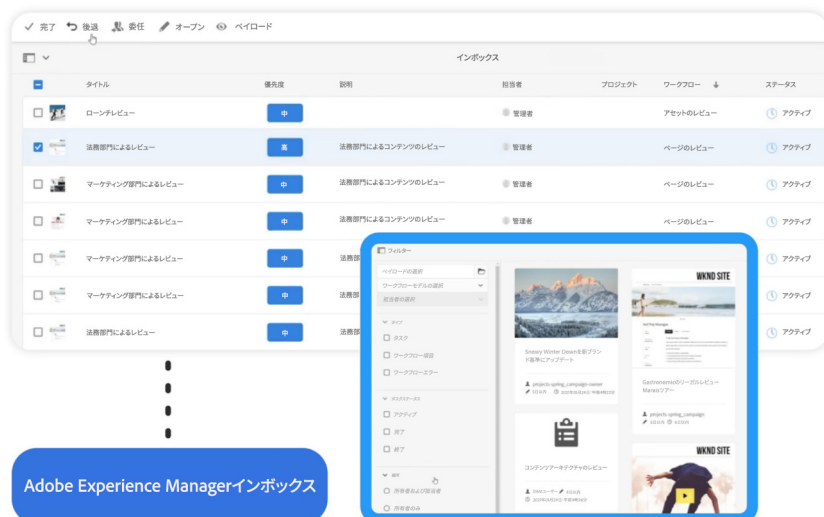
コンテンツが古くなったり削除が必要になった場合はどのように処理するのか？

自動化されたワークフローがシームレスな公開を促進する方法

コンテンツ制作者の大規模なチームと連携している場合や、生成AIを利用してコンテンツ制作を強化している場合、制作の規模は大掛かりなものになります。そうした場合、しっかりとしたガイドラインが必要ですが、チームが最高の仕事をするための努力を妨げたくはありません。Adobe Experience Manager Sitesなら、[コンテンツワークフロー](#)を自動化して、コンテンツ制作を効率的に進めることができます。

Adobe Experience Manager Sitesでは、制作と公開の複雑なタスクを、役割にもとづいて特定のアクション、ルール、手順に分割できます。自動化されたワークフローにより、ほかの方法では発生する可能性のある遅延やコミュニケーションに関する多くの課題が解消されます。

たとえば、マーケティングチームのメンバーが、webサイトの新しいページのコピーとアセットを制作するとします。コンテンツの制作が完了すると、Adobe Experience Manager Sitesは、校正担当者にメールや[Adobe Experience Managerのインボックス](#)を介して、承認準備が整ったことを自動的に通知し、同時にデザインチームやブランディングチームにも更新されたコンテンツについて通知します。そして、ページのレビューが終了し、あらゆるフィードバックに対処した後、自動化されたワークフローにより、新しいコンテンツがサイトに公開される準備が整い、最終的なレビューと承認が必要であることを法務担当者に通知します。そして、コンテンツが最終的な承認を受けると、自動的に公開されます。



Adobe Experience Managerのインボックスは、特定のユーザーに割り当てられたあらゆるタスクとワークフローをまとめた、カスタマイズ可能なダッシュボードです。ユーザーはこれを利用して、プロジェクトの追跡や承認の管理をおこない、リストとカレンダーの両方の形式で各項目の進捗を確認できます。

Adobe Experience Manager Sitesでは、メンバーにタスクが自動的に割り当てられるため、コンテンツ制作者がレビュープロセスの進捗を手作業で管理する必要がなくなります。これにより、時間を節約し、設定された手順を守って必要な承認の取得と締切の遵守を確実にこなえます。

Adobe Experience Managerの広範な統合機能によるワークフローの拡張と接続

Adobe Experience Manager Sitesは、Adobe Experience Cloudの一部であり、Adobe Experience Manager Assets、Adobe Analytics、Adobe Campaign、Adobe Target、Adobe Commerceなど、アドビのさまざまな製品とネイティブに統合されています。これらの製品を組み合わせることで、分析やパーソナライゼーションからキャンペーン管理に至るまで、包括的なマーケティング機能が提供されます。Adobe Experience Managerを利用すれば、あらゆるワークフローをひとつにまとめて、大規模なマーケティング施策を管理できます。

たとえば、Adobe Experience Managerのwebサイトに、訪問者の名前、メールアドレス、会社名、興味などの情報を取得するリード入力フォームがあるとします。ワークフローは、リード情報をCRMソリューションに送信し、キャンペーン管理ソリューションで育成キャンペーンを開始して、営業部門のメンバーが見込み客をフォローアップするためのタスクを作成するように調整できます。このような自動化により、手作業の必要性を排除し、人為的なエラーの可能性を最小限に抑え、データの正確性を確保することができます。

また、Adobe Experience Manager Sitesは拡張性に優れているため、開発者は、APIファーストのアプローチによってプラットフォームの機能をカスタマイズおよび拡張でき、独自の構築と3rdパーティ統合の両方をサポートすることができます。さらに、Adobe Experience Manager APIを利用すると、コンテンツを外部システムに簡単にインポートして公開できます。また、コンテンツの書き換えフレームワークを利用して、HTML、JSON、XMLなどのさまざまな形式でコンテンツを公開できます。

コンテンツガバナンスとは？

コンテンツガバナンスとは、コンテンツのライフサイクルを管理し、コンテンツを最新の状態に保ち、自社の戦略、ブランドガイドライン、法律や規制の要件に適合させるためのルールとガイダンスのことです。コンテンツガバナンスのもうひとつの役割は、検証プロセスの各ステップのオーナーシップを組織内の適切な関係者に割り当て、そうした要件を明確に伝えることです。

CMSにおけるガバナンスには、次のような項目があります。

コンテンツ戦略

コンテンツがビジネス戦略や施策戦略と一致しているか？

役割と権限

どのユーザーまたはグループがコンテンツを編集する権限を有しているか？

基準とガイドライン

コンテンツがブランド要件や法的要件に適合しているか？

ワークフロープロセス

コンテンツが公開に必要な承認を得ているか？

コンテンツライフサイクル管理

コンテンツが最新か？更新やアーカイブが必要か？

データセキュリティとプライバシー

コンテンツが事業を展開している地域のデータ保護法や規制を遵守し、ユーザーのデータとプライバシーを保護しているか？

テクノロジーおよびインフラ管理

コンテンツまたはプラットフォームがテクノロジーニーズに即しているか？

コンテンツガバナンスが重要な理由

コンテンツガバナンスの主な目的は、webサイトで公開されるコンテンツが高品質でコンプライアンスに準拠していることを保証することです。コンテンツガバナンスにより、コンテンツが明確でブランドのトーンに即し、包括かつ正確で、一貫性があるものになります。

適切なコンテンツガバナンスのもうひとつの利点は、顧客体験を向上させることです。顧客は、コンテンツに一貫性がないと感じると、目的のものを見つけるためにサイトを離れてしまうかもしれません。あらゆるレベルで洗練されたプロフェッショナルなwebサイトを構築するには、webプロパティやアプリのあらゆるコンテンツをブランドガイドラインに準拠させ、顧客がブランドを簡単に認識できるようにする必要があります。

こうしたチェックがなければ、組織をリスクにさらすことになります。古く、不正確で、一貫性のないコンテンツをサイトに残しておく、ブランドを毀損し、顧客を混乱させ、潜在的な法的リスクをもたらす可能性があります。

顧客事例

Kyndrylが、統合されたワークフローを利用して、ブランド体験の一貫性を維持しながら、世界41か国、25言語のwebプロパティのホスティング、翻訳、保守をどのように実現しているかをご覧ください。

The logo for Kyndryl, featuring the word "kyndryl" in a lowercase, sans-serif font with a trademark symbol.

Adobe Experience Manager Sitesのガバナンス機能により、コンプライアンスを維持しながら公開をスピードアップ

Adobe Experience Manager Sitesなら、クリエイティブチームを強化しながら、管理するあらゆるwebプロパティをまたいで、一貫性のある見た目と操作性を維持できます。公開プロセス全体で役割が明確に定義されているため、承認をより迅速に実施できます。クリエイターは制作物をアップロードして、すばやくフィードバックや承認を受け取り、数日や数週間ではなく、数時間で公開することができます。

Adobe Experience Manager Sitesを使用するもうひとつ利点は、[権限](#)を非常に細かく管理できることです。小規模なサイトの権限管理は、管理者、編集者、コントリビューターを区別することでほとんど処理できます。しかし、大規模な企業サイトでは、権限をページレベルやアセットレベルで割り当てる必要が多々あります。

Adobe Experience Manager Sitesには、アクセス制御と権限システムが備わっており、誰が何を表示または編集できるかを制御しながら、個人やチームに適切な権限を付与して、企業レベルで強力なパーソナライズされたエクスペリエンスを構築できます。たとえば、テンプレートやブランディングのガバナンスを維持しながら、各地域のチームがその地域専用のコンテンツを編集および更新できるようにすることができます。また、アクセスログと監査ログが提供されるため、監査やバージョン追跡の目的で、変更を加えたユーザーやその変更内容を簡単に確認することができます。

たとえば、モバイル製品チームや開発チームにはメインのweb サイトへのアクセスを与えずに、モバイルアプリの共有コンテンツへのアクセスのみを許可できます。また、クリエイティブの代理店には、webサイト全体やアセットライブラリへの広範なアクセス権を与えずに、単一のランディングページをパーソナライズできるように設定できます。こうしたきめ細かなアクセス制御により、重要なガバナンスを犠牲にすることなく、パーソナライズされたコンテンツを提供することができます。

“ 拡張性は当社にとって非常に重要です。Adobe Experience Managerのおかげで、ブランディングを管理しながら、コンテンツの制作規模を拡大し、4つの部門と地域の編集チームがコンテンツを編集できるようにして、サイトコンテンツの拡大に対応できるようになりました。現在では、65のwebサイトの30以上の言語をまたいで、5,500万ページ以上を一元的に管理しています。

Lisa Ingemann Simonsen
グローバルwebプラットフォーム担当シニアマネージャー
Grundfos
出典: アドビ

Adobe Experience Manager Sites なら、自動化されたワークフローと コンテンツガバナンスを簡単に実現

Adobe Experience Manager Sitesを利用すれば、複数の地域、さまざまな言語、異なるプラットフォームをまたいで、大規模なデジタルプロパティを簡単に一元管理できます。Adobe Experience Manager Sitesのワークフローエンジンとコンテンツガバナンス機能は、複雑な承認、コンテンツスケジュールの管理、公開プロセスに対応し、顧客がどこにいても期待に応える体験を提供するのに役立ちます。

Adobe Experience Manager Sitesが、あらゆるデジタルプロパティをまたいで、コンテンツをすばやく活用するのにどのように役立つのか、[ガイドやレポート](#)でご確認ください。

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a bold, white, sans-serif font, is positioned in the bottom left corner of a solid red background.

Adobe, and the Adobe logo, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2024 Adobe. All rights reserved.