

## 機能紹介

# Adobe Journey Optimizer — すべてのタッチポイントでイン テリジェントな意思決定を実現

ジャーニー全体を通じて、それぞれの顧客に最適なブランドのコンテンツ、オファー、エクスペリエンスを提供

ブランドは個々の顧客に合わせてパーソナライズを施したエクスペリエンスを届けるとともに、大量のコンテンツを管理して複数のチャネルで一貫性を保つという課題に直面しています。

顧客にパーソナライズされたコンテンツやオファーを届けるという活動は、ますます複雑化しています。ブランドは、個々の顧客に合わせてパーソナライズを施したエクスペリエンスを届けるとともに、大量のコンテンツを管理して複数のチャネルで一貫性を保つという課題に直面しています。生成AIは多様なコンテンツを作成する新しい方法をもたらしましたが、コンテンツサプライチェーンの進行は速くなり、ワークフローは複雑さを増しています。ブランドは、チャネルやカスタマージャーニーの全体で継続的にコンテンツやオファーを管理し、パーソナライズと最適化を実施できる一元的な手段を必要としています。そうした手段があれば、スピードアップしたコンテンツ制作とAIの利点を活かして、高度にパーソナライズされたエクスペリエンスを大規模に提供できるからです。

Adobe Journey Optimizerの意思決定機能を使用すると、ブランドは以下の要素を組み合わせて、カスタマージャーニーのあらゆる顧客接点で最適なコンテンツやオファーを提供できます。



**リアルタイム顧客プロファイル**：企業全体の複数ソースから収集されたデータを統合した包括的な顧客ビューで、定期的に更新され、顧客に配信する最適なエクスペリエンスを決定するための基盤。



**一元的な意思決定管理**：チャネル、オーディエンス、ジャーニーにかかわらず、標準化された意思決定フレームワークで、コンテンツとオファーを一元的に作成し管理する拠点。



**インテリジェントな意思決定**：ビジネスルールやAI、機械学習を活用する拡張可能でオープンな意思決定エンジンで、適格性やランキングの検証を通じて、個々の顧客に最適なコンテンツやオファーを決定。



**包括的なインサイト**：収益、エンゲージメント、カスタム指標に関する意思決定インサイトを表示するダッシュボードで、AI モデルのパフォーマンスを確認。



**プライバシーと信頼**：社内のポリシーや規制のコンプライアンス、顧客の選好に関するデータガバナンス、プライバシー、セキュリティの実践を強化する一連のツールとフレームワーク。

## チャネルをまたいで顧客 ID を統合

パーソナライズされたエクスペリエンスの大規模な展開は、データ戦略から始まります。現状を見ると、従来のデータガバナンスと分断されたデータベース運用により、組織全体でサイロ化が起きているケースが少なくありません。マーケターや顧客に接するチーム向けに顧客プロファイルと個別のジャーニーを収めた一元的な情報源が整備されていないため、ID が断片的に管理され、コンテキストが不十分な状態でオファーが提示されています。ブランドは、受け手に関係の深い、パーソナライズされたコンテンツやオファーを配信するために、チャネル全体でそれぞれの顧客 ID を統合し、統一的な顧客データを有効活用する手段を必要としています。

## 信頼できる唯一の情報源

Journey Optimizer の意思決定は、コンテンツやオファーの適格性を判定する際に、Adobe Experience Platform のリアルタイム顧客プロファイルを信頼できる唯一の情報源としています。このリアルタイム顧客プロファイルは、企業、顧客、コンテキストデータをすべて、単一の総合的な顧客プロファイルに集約し、継続的に顧客の選好、行動、特性、コンテキストデータを取り入れて更新されています。

## リアルタイムオーディエンスとバッヂオーディエンス

リアルタイム顧客プロファイルは、リアルタイムとバッヂの両方でオーディエンスを更新します。Journey Optimizer の意思決定エンジンは、オーディエンスのメンバーシップを考慮し、オフアーやオファーのコレクションのルールにもとづいて顧客の適格性を見極めます。リアルタイムのプロファイル更新は、その時々のデータにもとづく意思決定を通じた関連性の高い強力なエンゲージメントにつながります。

## ネイティブプラットフォームによるアプローチ

意思決定エンジンがコンテンツやオファーを提供すると、顧客の反応が個別に記録され、リアルタイム顧客プロファイルが更新されます。この仕組みにより、ネイティブのデータガバナンスとワークフローを通じて企業全体で最新データを活用できるようになります。また最新のデータを活用し、顧客の経験を踏まえて、最適なコンテンツやオファーの配信を決定することもできます。

## チャネル全体で一貫したコンテンツとオファーの体験

メッセージデザイナーで手軽にコンテンツやオファーをネイティブチャネルに追加する一方で、新しいコードベースのエクスペリエンスチャネルや Edge API を使用して、直接的な意思決定機能をインバウンドの接点やサードパーティ REST API に統合できます。マーケターや開発者は、顧客がリアルタイムに利用可能なパーソナライズ済みコンテンツやオファーをカスタマージャーニーの様々な段階のメッセージに追加できます。リアルタイム顧客プロファイルはコンテンツやオファーがいずれかのチャネルに配信されたときに更新されるため、顧客はどのデバイスや接点でも一貫性のあるオムニチャネルエクスペリエンスを楽しめます。

# コンテンツやモデルに対するスケーラブルな意思決定モデルの作成と管理

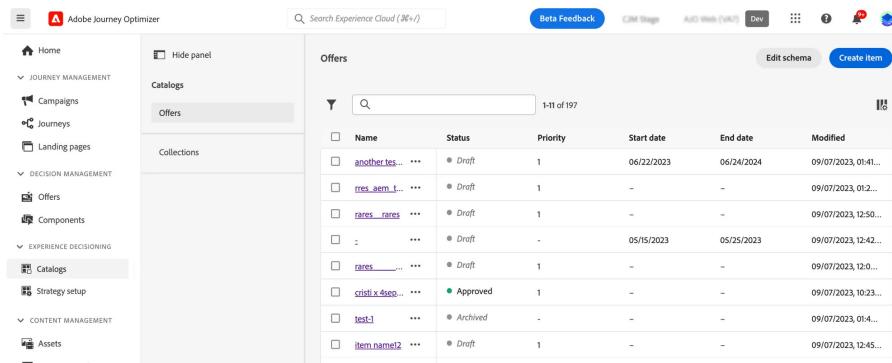
コンテンツとオファーの展開を効率化するために、ブランドはすべてのマーケティングツールと顧客向けツールを統合する一元管理システムを必要としています。意思決定に使用するコンテンツのカタログとコレクションを一元化すると、オファーやその他の「意思決定アイテム」を一か所で作成し管理できます。このようにして作られた意思決定アイテムの統一ライブラリは、市場投入までの時間を短縮し、業務効率を向上させるほか、一貫性のあるパーソナライズされたカスタマーエクスペリエンスの実現に役立ちます。

## Adobe Experience Platform XDM フレームワーク

Adobe Experience Platform の統一的な Experience Data Model (XDM) フレームワークとスキーマベースのアプローチは、データ、インテリジェンス、顧客のコンテキストを使用して、オーディエンス、チャネル、コンテンツ、ジャーニーに関する AI を活用した意思決定を実現します。このアプローチをとることで、Journey Optimizer でそれぞれの顧客に最適なエクスペリエンスを提供し、ビジネス価値を最適化できます。XDM クラスを作成して、顧客プロファイル、サービスのやり取り、イベントなどの主要カテゴリーに分けてデータを整理可能です。このように編成されたクラスは、Journey Optimizer の意思決定モデルで使用される Experience Platform スキーマを構成する基本要素になり、各カタログ内で特定の属性や関係を詳細に規定します。

## コンテンツとオファーのカタログ

コンテンツとオファーのカタログは、リアルタイムのパーソナライゼーションに使用される意思決定アイテムを整理して管理するための中心的なコンテナの役割を果たします。各カタログは、変更可能な属性を持つ XDM スキーマにリンクします。現在、意思決定機能はカタログ内で文字列、整数、ブーリアン、日付、日時、意思決定アセットのデータ型をサポートしており、今後さらに追加される予定です。



The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface with the 'Offers' catalog selected. The main panel displays a list of offers with columns for Name, Status, Priority, Start date, End date, and Modified. Offers listed include 'another test...', 'rres\_aem\_1...', 'rares\_rares...', '...', 'rares...', 'rinit\_x\_dsep...', 'test1...', and 'item named2...'. The interface includes a sidebar with navigation links for Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), EXPERIENCE DECISIONING (Catalogs, Strategy setup), and CONTENT MANAGEMENT (Assets). Top navigation includes 'Adobe Journey Optimizer', 'Search Experience Cloud (36+)', 'Beta Feedback', 'CIM Stage', 'AUO Web (VAL)', 'Dev', and various icons.

カタログを介して、クロスチャネルパーソナライゼーションに使用する意思決定アイテムとそのコレクションを管理できます。

## XDM とは？

Experience Data Model (XDM) は、様々なアプリケーションやサービスをまたいでカスタマーエクスペリエンスを統合し構造化できる、アドビ製の標準フレームワークです。確実なデータ管理、すばやいインサイトの把握、シームレスな相互運用性、高精度のパーソナライゼーションを Platform サービスで実現するために利用できる共通の言語とスキーマを備えています。Adobe Experience Platform の基盤として XDM を使用すると、企業は複数の業界やチャネルにまたがるカスタマーエクスペリエンスを調整して、タイミングよく配信できます。

## XDM スキーマとは？

Adobe Experience Platform の Experience Data Model (XDM) スキーマは、一貫した再利用可能な形でデータの構造を定義し、複数のシステム間でデータの意味を保持します。ベースクラスとオプションのフィールドグループでスキーマを定義して、データを標準化すると、シームレスな取り込みや有意義なインサイト、価値の増大といったメリットを得ることができます。

意思決定アイテムのスキーマにカタログからアクセスし、スキーマに関連付けられた属性をビジネスニーズに応じて編集できます。

## 意思決定アイテム

意思決定アイテムは、中心的なカタログとコレクションのセットで編成できるカスタムのコンテンツとオファーです。その編成には、標準属性と特定のビジネスニーズに合わせて調整したカスタム属性を使用します。定義した意思決定アイテムは、カタログスキーマの属性を取り入れた複数のルールにもとづいて動的にコレクションに分類できます。意思決定アイテムの優先度を設定すると、複数の項目が該当する場合に、意思決定エンジンが優先項目を特定します。Adobe Experience Platform の統一タグは、意思決定アイテムを分類して検索性を向上させます。

## フリークエンシーキャップ

フリークエンシーキャップは、同じオファーやコンテンツを最大で何回まで提示したり、インバウンドチャネルに表示したりすることができるか、または何回までクリック可能とするかを定めた制限です。この制限は、すべての訪問者に、またはオーディエンスレベルやプロファイルレベルで適用できます。さらに、カスタムイベントを作成して適用することも可能です。例えば、あるクーポンを使用したプロファイルには、それ以降、同じクーポンのオファーを送らないようにする場合があります。どの意思決定アイテムにも適合しないプロファイルを持つ顧客には、代わりにユーザー定義のオファーやコンテンツを提示します。エンゲージメントを維持しつつ接点を最適化するために、意思決定アイテムごとに最大10個のキャップルールを定義できます。

フリークエンシーキャップルールを適用して、様々な接点で顧客がオファーやコンテンツを受け取ったり意思決定したりする頻度を制御し、顧客離れを防止できます。

# それぞれの顧客に最適なエクスペリエンスを提供

チャネルのコンテキスト、カスタマージャーニーの段階、顧客の適格性にもとづいて、それぞれの顧客に最適なコンテンツやオファーを決定するにはどうしたらいいのでしょうか。それには、オファーの適格性と優先順位を明らかにするルールを設定する機能が必要です。Journey Optimizer の意思決定機能に備わっている一元化された高度な意思決定エンジンは、ルールや優先順位、制約を適用しながら、ビジネス価値を最適化します。

## 適格性ルール

Journey Optimizer での意思決定アイテムのルールを設定する際、コンテンツやオファーの適格性決定ルールを定義することで、各決定アイテムが意図した通りに、適切な個人に対してタッチポイントやチャネルを通じて表示されることを保証します。意思決定ルールは、特定の意思決定アイテムのオーディエンスを定義するもので、制約を適用することで、意思決定アイテムレベルで直接、または特定の選択戦略内で実施されます。デフォルトでは、すべてのプロファイルが意思決定アイテムの対象となります。ターゲティングを絞り込み、適格性決定ルールにもとづいて、オファーやコンテンツの意思決定アイテムを受け取る資格のあるプロファイルを定義することで、整合性と一貫性を保ちながら適切なプロファイルにのみ適格性が維持されます。

The screenshot shows the Journey Optimizer interface with the 'Decision rules' list and the 'Create rule' dialog.

**Decision rules list:**

Name	Description	Modified
nick test audit new	...	-
Test pql datastream 2	... Eligibility PQL Test plat9	-
Test pql datastream 1	... Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql datastream 1	... Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	... Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	... Eligibility PQL Test plat8	-
Test pql 2 plat8	... Eligibility PQL Test plat8	-

**Create rule dialog:**

**Fields:** Attributes (selected), Context Data, Audiences.

**Attributes:**

- Include: all of:
  - Gender (Female)
- And
  - City (London)

**Audience properties:**

- Has not evaluated
- 114.44K (Qualified Profiles)
- Estimated Profiles (Last updated: 04/24/2024 10:34 am)

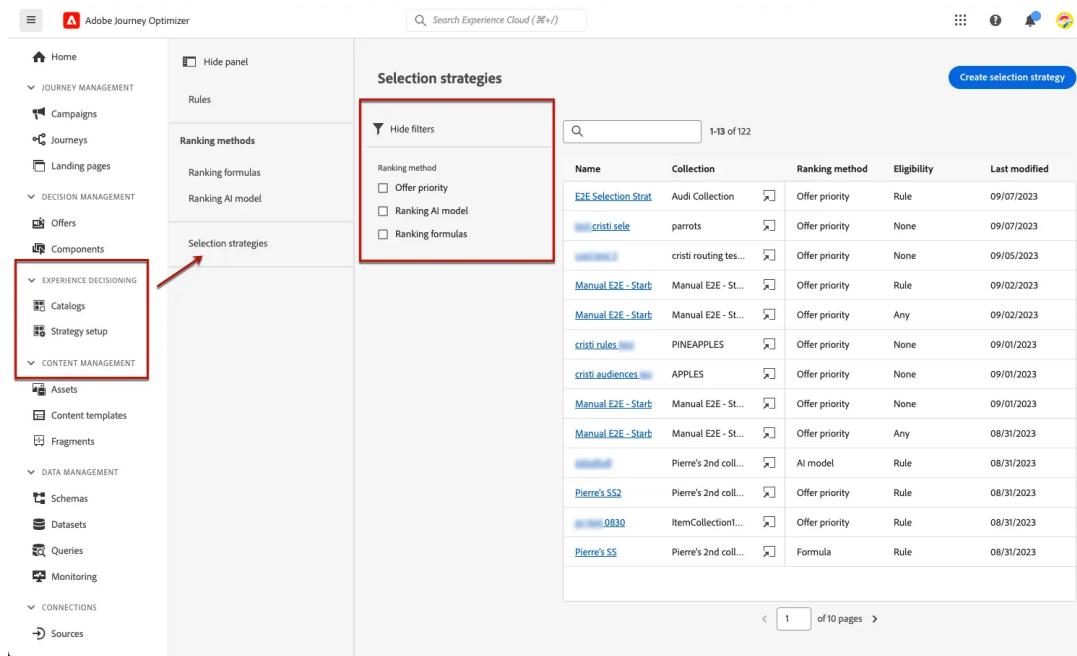
**Summary:** 37.98% OF TOTAL

**Buttons:** Cancel, Create.

意思決定戦略により、オーディエンスは広範なセグメンテーションでターゲティングできるほか、詳細なルールを適用することで、どのプロフィールがオファーやコンテンツに適格かを細かく制御することができます。

## 選択戦略と意思決定ポリシー

強力な選択戦略と意思決定ポリシーのフレームワークにより、意思決定アイテムの高度なターゲティングが可能になります。選択戦略は意思決定の構成要素で、再利用したり特定の順番に並べたりすることができます。選択戦略は意思決定アイテムのコレクション、適格性の制約、ランキング方法を含み、意思決定ポリシーで選択されたときに、顧客に表示すべき最適なコンテンツやオファーを決定します。意思決定ポリシーには、意思決定エンジンがプロファイルごとに最適なコンテンツやオファーを選択するために必要な選択ロジックがすべて含まれます。ユーザーは意思決定アイテムを1つずつ順番にドラッグ&ドロップして、複数のフォールバックを設定できます。



Name	Collection	Ranking method	Eligibility	Last modified
E2E Selection Strat	Audi Collection	Offer priority	Rule	09/07/2023
cristi sele	parrots	Offer priority	None	09/07/2023
	cristi routing tes...	Offer priority	None	09/05/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Rule	09/02/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	09/02/2023
cristi rules	PINEAPPLES	Offer priority	None	09/01/2023
cristi audiences	APPLES	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	08/31/2023
	Pierre's 2nd coll...	AI model	Rule	08/31/2023
Pierre's SS2	Pierre's 2nd coll...	Offer priority	Rule	08/31/2023
	ItemCollection1...	Offer priority	Rule	08/31/2023
Pierre's SS	Pierre's 2nd coll...	Formula	Rule	08/31/2023

選択戦略で意思決定アイテム、適格性ルール、ランキング方法を指定し、プロファイルやオーディエンスに配信する最適なオファーやコンテンツを決定できます。

## 計算式によるランキング

意思決定に使用するオファーとコンテンツの優先度スコアを手動で設定して使用する以外にも、ユーザーは最初にどのオファーやコンテンツを表示するかを決定するランキング式を作成できます。例えば、期限まで 24 時間以内のオファーの優先度を上げるランキング式を設定したり、対象のプロファイルがジョギングに関心を持っている場合に、ランキング式で「ジョギング」カテゴリーのオファーを促進したりすることができます。

選択戦略で適用されるランキング式は、様々な属性を使用して最初に表示されるコンテンツやオファーを決めるカスタムの意思決定ロジックを設定できます。

ランキング式には、ループ、カウンター、比較を伴うカスタムのロジックオプションが用意されています。プロファイル属性やコンテキストデータ、意思決定アイテムに関する属性を使用できます。作成した式は、選択戦略内で適用することができます。選択戦略の使用時に、適格なオファーやコンテンツが複数ある場合は、意思決定機能がそのときに選択されている式を使用して、最初に配信するオファーを算出します。

## AIによるランキング

AIを活用した意思決定機能は、トレーニングされたモデルを使用して、自動で個々のプロファイルに合わせてオファーをランク付けます。AIモデルはリアルタイムの評価とスコアリングを継続し、適切なエクスペリエンスが配信されるようにカスタムのビジネス目標指標を最適化します。作成したAIモデルは、選択戦略内で適用することができます。複数のオファーが適格である場合は、AIモデルが特定の選択戦略に照らして最初に表示すべきオファーを決定します。

選択戦略に適用できるAIモデルは、ビジネス指標に合わせて最適化されたトレーニング済みモデルであり、ビジネス指標にもとづいてオファーを自動でランク付けすることができます。

Journey Optimizer では、自動最適化モデルとパーソナライズによる最適化モデルという 2 種類の AI モデルを利用できます。自動最適化モデルは AI を使用して、コンバージョン率や収益などのビジネスユーザーが指定した KPI が最大になるオファーを配信し、オファーやコンテンツの全体的なパフォーマンスにもとづく最適化を行います。パーソナライズによる最適化モデルは、ユーザーではなくモデルがビジネス目標を定義します。顧客データを使用してモデルを訓練し、モデルが定義した目標が最大化されるようにパーソナライズしたオファーやコンテンツを配信します。

ブランドは Customer Journey Analytics の指標にもとづいてモデルを最適化できます。例えばパーソナライズによる最適化モデルは、Journey Optimizer で利用できる指標にとどまらず、カスタムの購入指標をベースとして運用してもよいでしょう。開発者や機械学習チームは、AI モデルの作成時に Customer Journey Analytics データビューを選択して、ビジネス目標に合致した動作を開発することができます。

**ブランドは Customer Journey Analytics の指標にもとづいてモデルを最適化できます。**

## 大規模な検証テスト

AI モデルとカスタム傾向スコアリングの革新により、件名、本文、画像などのコンテンツ要素、もしくはチャネルミックスや長さ、時系列といったジャーニーの諸側面に対する変更の影響を調べる必要性が高まっています。また、AI モデルとルールベースのランキング方法のパフォーマンスを可視化することも、オファーとコンテンツの最適な配信方法を特定するうえで有用です。Journey Optimizer の意思決定機能を使用して、何千バージョンにも及ぶ大量のエクスペリエンスをテストし、個々の顧客に最適なコンテンツやオファーを配信できれば、ROI やロイヤルティの向上にもつながります。その達成に向けた取り組みでは、画像、チャネルミックス、顧客の選好、インセンティブを組み合わせて活用します。

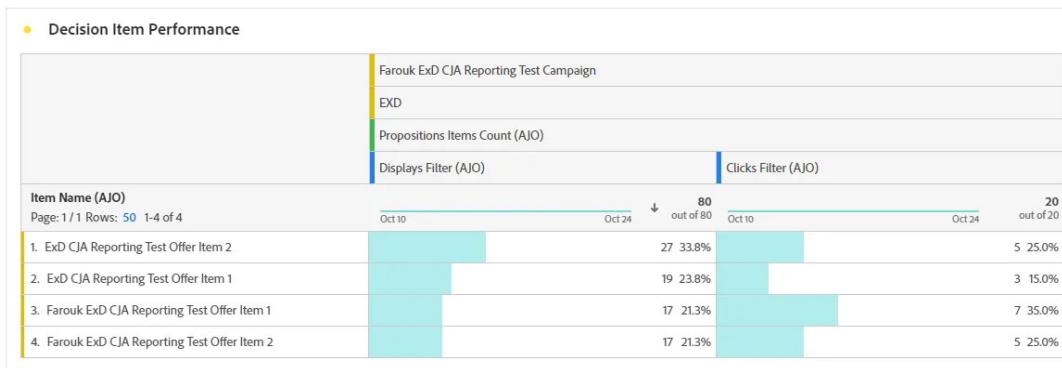
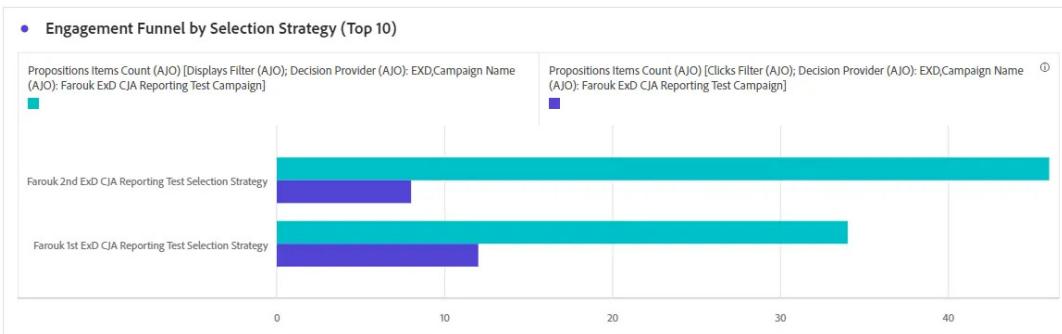
意思決定アルゴリズム内の検証テストは、AI モデルが意思決定に及ぼす影響を明らかにするとともに、ルール、ランキング方法、インセンティブの最適な組み合わせをすばやく検証することができます。様々なランキング式、AI モデル、選択戦略をテストするには、コードベースのエクスペリエンスチャネルで意思決定ポリシーを設定する際に検証テストを追加します。例えば、AI による自動最適化とランキング式のどちらがコンバージョン率をよく向上させるかを検証するテストを追加します。あるいは、オファーに含まれる複数の画像属性をテストして、どの属性が一番高いコンバージョン率を達成するかを検証することもできます。AI と機械学習のランキングモデルがもたらす価値は、Lift レポートダッシュボードで簡単に確認できます。

## エンゲージメントと顧客生涯価値に対する影響を可視化

レポートダッシュボードとインサイトは意思決定データを、事業の成功を促す実用的な戦略に変換します。ブランドは意思決定インサイトを活用して、トレンドを特定し、データにもとづく意思決定を行い、リアルタイムでカスタマージャーニーを最適化することができます。直感的な外観と詳細な指標を通じて、選択戦略と意思決定ポリシーをビジネス目標に一致させ、オファーやコンテンツの影響全般を強化させます。

## レポートダッシュボードとレポートビュー

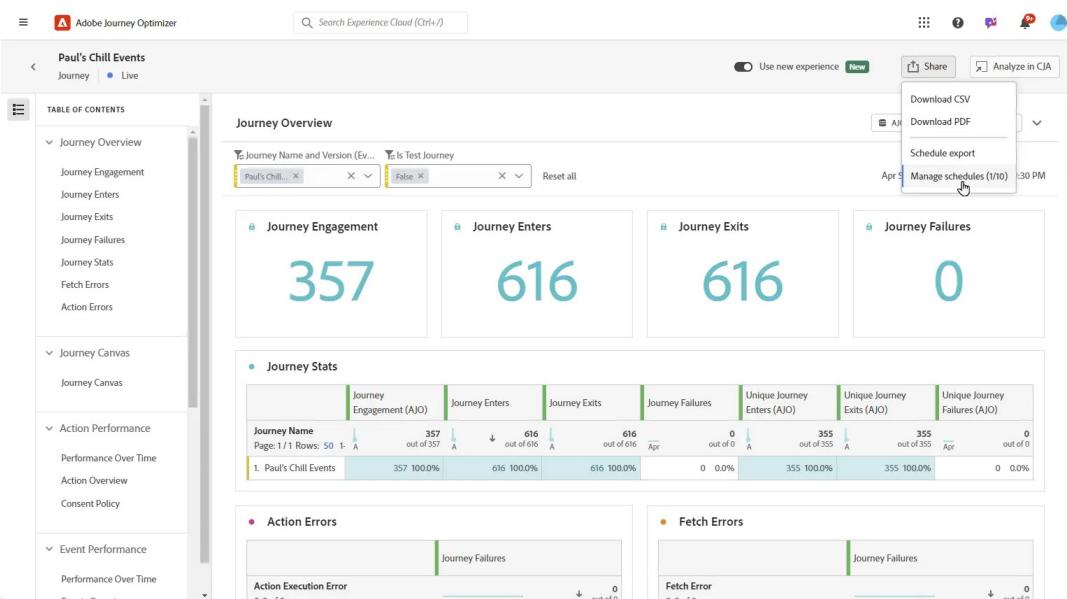
直感的ですぐに使用できる意思決定ダッシュボードに、主要 KPI に対するキャンペーンやジャーニーのパフォーマンス値が表示されます。ここでは、オファーとコンテンツの配信、表示とクリックエンゲージメント、フォールバック使用率、AI と機械学習のランキングモデルがもたらした向上などの項目をすばやく確認できます。また、マーケティングチームも製品やエンジニアリングのチームも、上位エンゲージメントの意思決定レポートビューで、キャンペーンとカスタマージャーニーのインサイトを確認できます。ここには、あらゆるエクスペリエンスで訪問者が示したエンゲージメントについて、選択戦略、意思決定アイテムのパフォーマンス、モデルコンバージョン率などの項目別にデータが表示されます。



レポートビューには、選択戦略や意思決定アイテムといった意思決定の主要な側面のパフォーマンスに対する有益なインサイトが表示されます。

## カスタム最適化指標

Customer Journey Analytics との間にレポート機能の相互運用性があることで、両プラットフォーム間でレポート機能が標準化され、データの一貫性と信頼性が向上します。Journey Optimizer と Customer Journey Analytics のシームレスな統合により、パフォーマンス指標のビューがより明瞭になるほか、新しい機能として、シンプルな指標の作成、オーディエンスの作成と公開、Insight Builder を使用した臨機応変な質問、特定の受信者に自動でレポートをメール送信するスケジュールの設定などの機能が追加されます。



レポートダッシュボードでは、複数のチャネル、キャンペーン、ジャーニーを横断するクイックパフォーマンス分析とインサイトの把握、カスタムフィルタリング、レポートのスケジュール設定が可能です。

Journey Optimizer と Customer Journey Analytics のネイティブ統合により、キャンペーンやジャーニーに対するこれまで以上に深いインサイトを得て、それを元に意思決定アイテムやその他の意思決定の側面を最適化できます。

## 責任あるデータ使用、コンプライアンス、顧客の信頼獲得を支援

データガバナンス、プライバシー、セキュリティ、同意管理は、カスタマージャーニーを通じて信頼を築き、確実に規制を遵守するために欠かせません。消費者は自身のデータが責任を持って取り扱われることを期待しているため、確固たるセキュリティ対策の制定と透明性の高い実践は必須です。

Adobe Experience Platform を使用すると、ブランドはデータを取り込み、分析と最適化を行い、行動を起こして、カスタマーエクスペリエンスを大幅に向上させることができます。効果的なデータ管理とガバナンスを通じて、情報の正確さと一貫性を保つつつ、倫理的に情報を使用し、同時にプライバシー保護策を講じて機密性の高い顧客データを守ります。こうした顧客エンゲージメントの中核要素を優先すれば、リスクが軽減されるだけでなく、ブランドのロイヤルティと信頼が高まります。

## データガバナンス

Adobe Experience Platform の Data Usage Labeling and Enforcement (DULE) フレームワークを使用すると、データアナリストやガバナンスチームがデータフィールドにラベルを付け、特定のチャネルに対するマーケティングアクションを定義できるようになります。Journey Optimizer で効果的なデータガバナンスを実行することができます。データ運用ポリシーという、Adobe Experience Platform 内のデータの分析を許可または制限するマーケティングアクションを定めるルールでラベルとアクションを結びつけ、効果的にデータコンプライアンスに対応します。

Adobe Experience Platform は、実行されるマーケティングアクションとデータ運用ラベルにもとづいてデータアクティベーションを制限する、データガバナンスポリシーをサポートしています。例えば、ガバナンスポリシーは「ePHI」というラベルの付いた電子保護対象保健情報に関する機密データを制限する場合があります。また、Experience Platform は、各顧客の同意や選好にもとづいて宛先としてアクティベートできるプロファイルを絞り込む、同意ポリシーもサポートしています。

データ運用ポリシーをキャンペーン、ジャーニー、カスタムアクションにシームレスに適用すると、すべてのチャネルでコンプライアンスと倫理的なデータ運用を徹底することができます。このアプローチは、データの完全性を維持し法令を遵守しながら、カスタマーエクスペリエンスを最適化するために役立ちます。

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left is a sidebar with navigation links for Home, Journey Management, Decision Management, Content Management, Data Management, and Connections. The 'Schemas' link under 'Data Management' is currently selected. The main area shows a 'Medical information' schema. A modal dialog box titled 'Apply access and data governance labels' is open. The dialog has a 'TYPE' sidebar on the left with options: All, Identity labels, Sensitive labels, Contract labels, and Custom labels. Under 'Custom labels', there are four entries: 'demo-label' (unchecked), 'e2e\_test\_da' (unchecked), 'ePHI' (checked), and 'green' (unchecked). The 'ePHI' row is expanded, showing a 'Summary' table with columns: demo-label, e2e\_test\_da, ePHI, and green. The 'ePHI' row is highlighted with a blue background. The 'Save' button is at the top right of the dialog.

Data Usage Labeling and Enforcement (DULE) フレームワークでフィールドにラベルを付け、各チャネルのマーケティングアクションを作成することで、様々なマーケティングチャネルにまたがるデータガバナンスを適用できます。

Healthcare Shield と Privacy and Security Shield は、プライバシー、ガバナンス、セキュリティの高度な機能を備えた、Adobe Experience Platform アプリケーション用のアドオンです。Journey Optimizer でカスタマーライフサイクルを最適化するには、カスタマージャーニー全体におけるリアルタイムのインテリジェントな意思決定が肝になります。あらゆるチャネルやキャンペーンで直感的にパーソナライゼーションを制御し、AI 主導の適切なアクションやエクスペリエンスを実現することで、ビジネス目標を最適化し顧客生涯価値と ROI の増大につなげることができます。

# Adobe Journey Optimizer について

Adobe Journey Optimizer は、業界最先端の Adobe Experience Platform 上にネイティブに構築されたアプリケーションです。単一のクラウドネイティブアプリケーションで数百万の顧客を対象として定期的なオムニチャネルキャンペーンを運用し、一人ひとりとのやり取りを管理できます。また、インテリジェントな意思決定機能とインサイト機能で、カスタマージャーニー全体の最適化も可能です。

**Adobe Journey Optimizer のインテリジェントな意思決定機能をご覧ください。**

[詳細を見る](#)

**Adobe**

© 2025 Adobe. All rights reserved.

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