

機能紹介

Adobe Journey Optimizer — リアルタイム顧客プロファイルと オーディエンス

統合された顧客インサイトを活用し、ジャーニーをパーソナライズ

一元化された顧客プロファイル、動的セグメンテーション、エンタープライズレベルの組み込みデータガバナンスとデータプライバシーによって、エンドツーエンドのリアルタイムなカスタマージャーニーを構築します。

Adobe Journey Optimizerなら、マーケティングキャンペーンをオーケストレーションして、インテリジェントな One to One のカスタマージャーニー全体を管理できます。顧客がジャーニーのどの段階にいるかにかかわらず、適切なメッセージで顧客にエンゲージします。Journey Optimizer は 4 つの主要なオーディエンス機能によって、顧客中心のエンゲージメントを実現します。



リアルタイム顧客プロファイル：オンライン、オフライン、匿名のソースから得た顧客属性とイベントを、すぐにエンゲージメントに使用できる一元的な顧客プロファイルにまとめることで作られる、非常に詳細な顧客像。



オーディエンスとセグメント化：カスタマージャーニーとキャンペーンのオーディエンスを手軽に作成、管理、アクティベートできるドラッグ&ドロップ式のキャンバス。



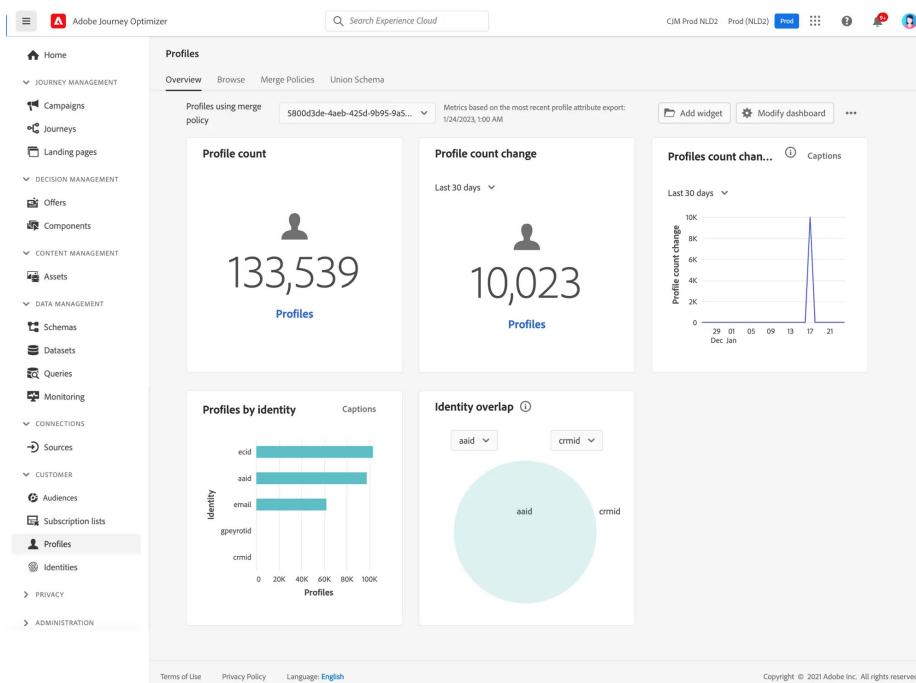
オーディエンスのエンリッチメント：サードパーティの属性を使用したオーディエンスの拡充。エンタープライズデータウェアハウスに存在するデータセットから、基礎となるデータをコピーすることなくオーディエンスを作成します。



データガバナンスとデータプライバシー：顧客の期待を尊重し、顧客を守り、プライバシーポリシーへのコンプライアンスを確保するために、あらゆる事業部門をまたいで顧客データを一元管理できるエンタープライズ向けデータガバナンツールとデータプライバシツール。

あらゆるデータを一元的なリアルタイム顧客プロファイルに統合

顧客はあらゆる顧客接点とデバイスから、カスタマージャーニーのいたるところでブランドと接触します。マーケターが認知、関係構築、購入、維持、支持の各段階を通るよう顧客を案内するため、顧客はマーケティングキャンペーンに接触します。しかし、顧客とブランドの接触はマーケティングが行われていない領域でも発生します。例えば、顧客はカスタマーサービスへの電話を通じてサポートを得たり、スマートフォンに送信される配送通知によって最新情報を受け取ったりすることがあります。



プロファイルダッシュボードはブランドのプロファイルデータについての詳細な情報を表示します。表示内容には、プロファイル数やプロファイルの変更数、その他の詳細情報が含まれます。

Journey Optimizer では、あらゆる顧客インタラクションを他の重要なソースから得たデータと一緒に使用して、リアルタイム顧客プロファイル、つまり非常に詳細な顧客像を構築できます。このリアルタイム顧客プロファイルを使用すると、コンテキストにもとづいてリアルタイムにパーソナライズされたエクスペリエンスで顧客にエンゲージできます。例えば航空会社は、ビジネスクラスの座席を購入した乗客が空港のゲートに近づいたときに、その乗客に対してファーストクラスの座席へのアップグレードを提案するプッシュメッセージを送信できます。このように的確にターゲットを絞ってパーソナライズされたオファーは、乗客全員にメールを送信して座席のアップグレードを提案する全体的なオファーよりも、はるかに効果的です。

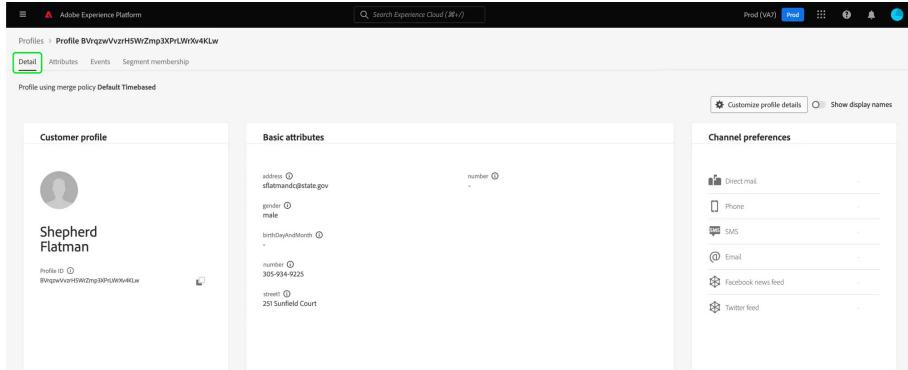
リアルタイムデータやバッチデータで顧客プロファイルを強化

顧客に対して、あらゆる顧客接点で可能な限り最善のエクスペリエンスを常に提供するには、カスタマーライフサイクル全体から得たデータでリアルタイム顧客プロファイルを強化する必要があります。つまり、リアルタイムでストリーミングされるデータであれ、バッチでアップロードされるデータであれ、すべての重要なソースからデータを取り込めることができます。

Journey Optimizer は、このニーズに応えます。Adobe Experience Platform 上にネイティブに構築されているため、事前構築済みのソースコネクタを活用してデータソースに接続し、行動データ、取引データ、財務データ、運用データなど、様々なタイプのデータを取り込むことができます。また、複数の顧客接点全体からデータを取り込んで、そのデータを常時更新される単一の顧客プロファイルに統合できます。

重要なデータソースから単一の顧客 ID を作成

各種データセット内の顧客 ID を使用して様々なソースから取り込んだデータをつなぎ合わせることができます。こういった顧客 ID としては、顧客ロイヤルティシステムのロイヤルティ ID や、顧客関係管理 (CRM) システムの顧客 ID などがあります。



The screenshot shows the Adobe Experience Platform Profiles interface. The top navigation bar includes 'Profiles', 'Profile BVrqzwVvrH5Wz2mp3XPrLWx4KLw', 'Search Experience Cloud (beta)', 'Prod (V2)', 'Find', and various icons. The main content area is divided into sections: 'Customer profile' (with a placeholder image and the name 'Shepherd Flatman'), 'Basic attributes' (listing address, gender, birth day, number, and street), and 'Channel preferences' (listing Direct mail, Phone, SMS, Email, Facebook news feed, and Twitter feed). There are also buttons for 'Customize profile details' and 'Show display names'.

リアルタイム顧客プロファイルはブランドのあらゆる重要なデータソースから顧客データを収集します。

Adobe Journey Optimizer は、取り込んだデータをすべて統合して、単一の包括的な顧客像を構築します。リアルタイム顧客プロファイルの ID グラフは、ブランドが所有するデータセット内に含まれている、ある特定の顧客の異なる ID 間の関係をマッピングし、その顧客が様々なチャネル全体でブランドとどのように接触しているかを表します。

Adobe Journey Optimizerは、取り込んだデータをすべて統合して、単一の包括的な顧客像を構築します。

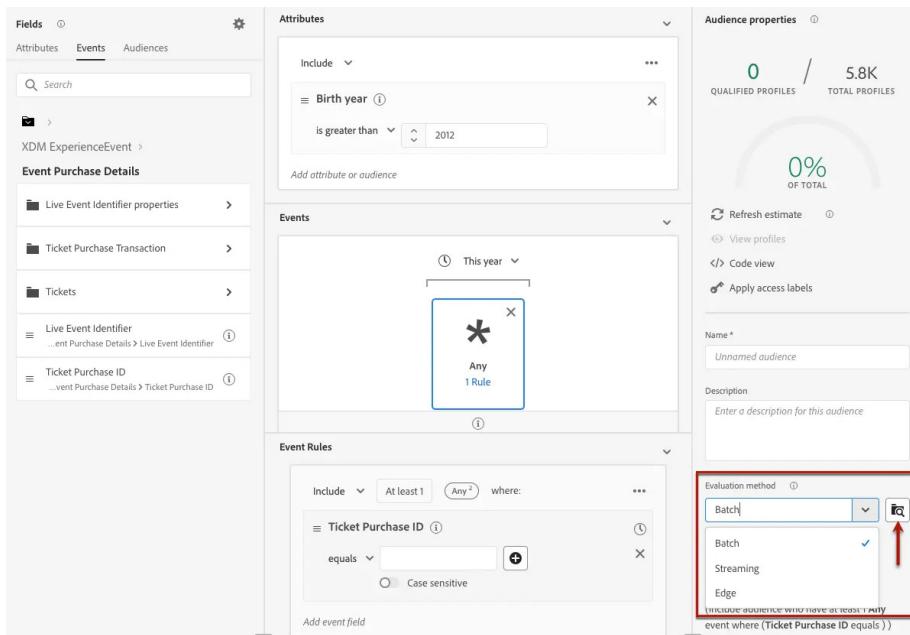
顧客エンゲージメントデータによるレポートと分析の強化

Journey Optimizer で得られたリアルタイム顧客プロファイルは、カスタマージャーニーの管理のみに使用できるのではなく、Amazon Web Services や Microsoft Azure、Google Cloud など、大手クラウドストレージプロバイダーと共有することもできます。これにより、レポート作成、データのアーカイブ、またはビジネスインテリジェンスツールやデータ分析ツールによる詳細な分析を行うために、リアルタイム顧客プロファイルをサードパーティシステムで使用できます。

オーディエンスを手間なく作成、管理、拡充

リアルタイム顧客プロファイルは、高度にパーソナライズされたエクスペリエンスを最善のタイミングで提供するうえで重要な役割を担っています。また、オーディエンスに対する広範なマーケティング施策に使用できる、強力なセグメント化を可能にします。

Journey Optimizer では、ID グラフを使用してデータセット全体で顧客の ID に接続できるため、セグメント単位でオーディエンスに働きかけられるだけでなく、個々の顧客に語りかけることができます。リアルタイムデータのストリーミングやバッチアップロードが行われるとデータセットが更新され、Journey Optimizer によって、個々の顧客がリアルタイムでオーディエンスとジャーニーに動的に出し入れされます。



The screenshot shows the Journey Optimizer interface for creating audiences. On the left, a sidebar lists 'Fields', 'Attributes', 'Events', and 'Audiences'. The 'Events' section is selected, showing a tree structure for 'Event Purchase Details' (Live Event Identifier properties, Ticket Purchase Transaction, Tickets, Live Event identifier, Ticket Purchase ID). The 'Audiences' section on the right displays '0 / 5.8K TOTAL PROFILES' and '0% OF TOTAL'. The 'Audience properties' section includes 'Refresh estimate', 'View profiles', 'Code view', 'Apply access labels', 'Name' (set to 'Unnamed audience'), and 'Description' (set to 'Enter a description for this audience'). In the center, the 'Attributes' section shows a rule: 'include Birth year is greater than 2012'. Below it, the 'Events' section shows a 'Any 1 Rule' box. The 'Event Rules' section shows a rule: 'Include At least 1 Any where: Ticket Purchase ID equals'. A red box highlights the 'Evaluation method' dropdown, which is set to 'Batch' with a checkmark. An arrow points to the search icon in the dropdown.

様々なユースケースに対応できるように、Journey Optimizer はオーディエンスを作成するためのセグメント定義の評価について、ストリーミング、バッチ、エッジという 3 つの異なる方法を提供しています。

Journey Optimizer を [Adobe Real-Time CDP](#) と組み合わせると、オーディエンスを重ねて、より複雑なセグメント化を実施することや、他の Adobe Experience Platform ソリューションとオーディエンスを双方に向く共有することもできます。

優良なオーディエンスを管理および調査

Journey Optimizer には、標準化されたラベル付け、ガバナンスコントロール、検索可能なフォルダー、タグが用意されており、オーディエンスを簡単に管理、検索、調査できます。

標準化されたラベルを使用すると、ガバナンスとアクセス制御のポリシーに沿ってオーディエンスを分類できます。例えば、オーディエンスのラベルを使用して、特定のオーディエンスのメンバーをオンサイト広告のターゲットから除外できます。

オーディエンスにタグ付けすると、オーディエンスの検索や整理が容易になり、パーソナライゼーションやインテリジェントな意思決定のためにオーディエンスを使用しやすくなります。

また、後でフィルタリングと検索を簡単に行うための有意義なタグを Journey Optimizer のオーディエンスに追加することもできます。タグは関連性の高い検索可能なフォルダーの整理や、パーソナライズされたオファーとエクスペリエンスの作成、エクスペリエンス決定ルールの策定に使用されます。

オーディエンスのガバナンスコントロールは、そのオーディエンスを対象とするポリシーや許可されているマーケティングアクションを順守するのに役立ちます。例えば、オーディエンスのラベルを参照して、特定のオーディエンスをキャンペーンのターゲットにできるか、またはジャーニーに含めることができるかを確認できます。

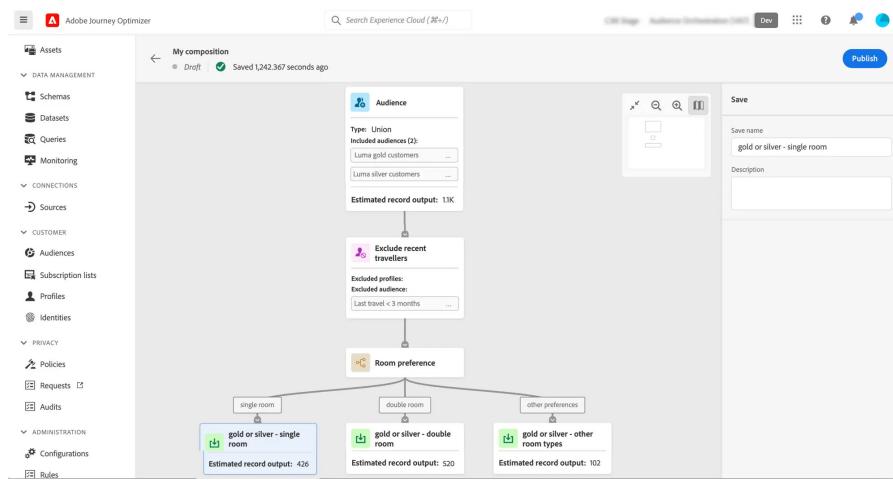
Journey Optimizer のダッシュボードは重要なオーディエンス間の重複を示すため、オーディエンスの傾向を探るのに便利です。オーディエンス間で重複するプロファイル属性を確認することは、それらのオーディエンスに含まれている顧客に対するマーケティング戦略を調整するために役立ちます。

オーディエンスの規模の変化や急拡大といった傾向は、オファーの成功など、オーディエンスの縮小 / 拡大の原因となったイベントやアクションを明確に示している場合があります。

オーディエンスの重複やその他のオーディエンスの傾向を確認することで、マーケティング戦略に役立てることができます。

結合、除外、拡充、ランク付け、分割によってオーディエンスをさらに構成

Journey Optimizer には、パーソナライズされたカスタマージャーニーとキャンペーンに含めるオーディエンスを決定するためのビジュアルキャンバスがあります。プロファイルがリアルタイムで更新されるため、これらのオーディエンスは個々の顧客が特定のジャーニーまたはキャンペーンの対象となった場合に動的に更新、決定されます。



オーディエンスの結合、除外、ランク付け、分割の各オプションを使用して、オーディエンスを調整できます。

オーディエンスを構成する際はウォーターフォール式の構成ワークフローを使用できます。この構成ワークフローは、既存のオーディエンスを結合してランク付け、制限、分割、結合などのオーディエンスアクションを適用するために、Journey Optimizer によって Real-Time CDP と共有されます。結合されたオーディエンスのすべてのプロファイル、またはオーディエンス間で重複するプロファイルを追加または除外することができます。

ランク付けはオーディエンスに優先順位を付けるために役立つので、コミュニケーションにおける焦点を優先順位の高いオーディエンスの関心や課題に絞ることができます。特定のオーディエンスに送信するコミュニケーションの回数に制限を設定すると、そのオーディエンスのメンバーがマーケティング疲労を起こすのを防止できます。また、特定の属性にもとづきオーディエンスを分割してコミュニケーションを調整することもできます。例えば小売業者は、地域ごとにオーディエンスを分割したうえで、地域固有の画像、コピー、オファーをコミュニケーションに含めることができます。

マーケターはウォーターフォール式の構成ワークフローを使用して、既存のオーディエンスを結合したり、ランク付け、制限、分割、結合などのオーディエンスアクションを適用したりできます。

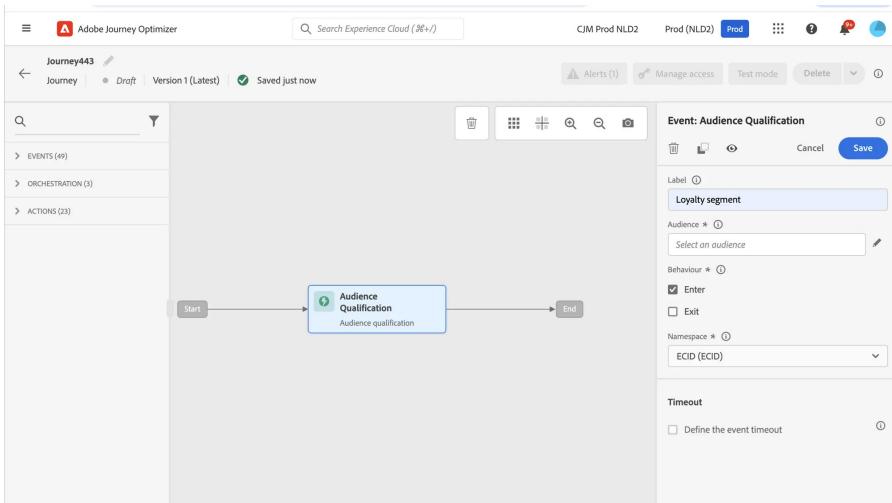
オーディエンスを拡充してパーソナライゼーションを強化

Journey Optimizer のオーディエンス構成機能を使用して、高度に洗練された優良なターゲットオーディエンスを作成できる一方で、エンタープライズデータウェアハウスと信頼できるパートナーから得たデータを使用して、より高度なパーソナライゼーションのためにオーディエンスをさらに拡充できます。Journey Optimizer と Real-Time CDP の両方で使用できる連合オーディエンス構成機能を使用すると、オーディエンスの構成に使用するためのデータやプロファイル属性をデータウェアハウスに照会できます。その際、機密データはウェアハウス内に残したまま、データの重複を発生させることもありません。照会できるデータには、プロファイルベースのデータとそうでないデータの両方を含めることができます。例えば、クイックサービスレストランのグループであれば、最近オンライン注文を行った顧客のプロファイルを、その顧客が好んで利用するレストランの店舗で拡充して、ターゲットを絞ったオファーをそれらの店舗に送信できます。

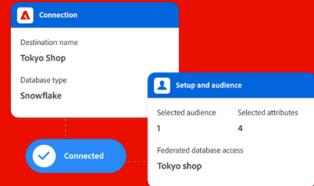
ジャーニーとキャンペーンでオーディエンスをアクティベート

優良なオーディエンスを定義したら、そのオーディエンスをカスタマージャーニーのワークフローに追加して、マーケティングキャンペーンのターゲットにできます。Journey Optimizer のジャーニーキャンバスでは、オーディエンスへの加入を、カスタマージャーニーを適切なチャネルとタイミングでトリガーするための適格性評価イベントとして定義できます。例えば、大学が入学志願者を新入生として受け入れた場合に、その受け入れをトリガーとして、メールと SMS テキストで住居、食堂のオプション、クラスの選択について学生に案内する「新入生」ジャーニーを開始できます。

Journey Optimizer では、月刊ニュースレターなど、従来式のスケジュールされたマーケティングキャンペーンコミュニケーションをオーディエンスが受け取るよう指定することもできます。さらに、顧客がアプリをダウンロードするなどの行動をとったことでオーディエンスに加入した場合に、その加入をトリガーとして、始め方を案内するための一回限りのプッシュコミュニケーションをすべての新規アプリユーザーに送信できます。



オーディエンスの適格性評価を使用すると、カスタマージャーニーの開始や一度限りのプッシュコミュニケーションをトリガーできます。



連合オーディエンス構成

パートナーとの連合により獲得したプロファイルでオーディエンスを拡充し、マーケターがバッチとリアルタイムのユースケースを組み合わせて活用できるようにします。

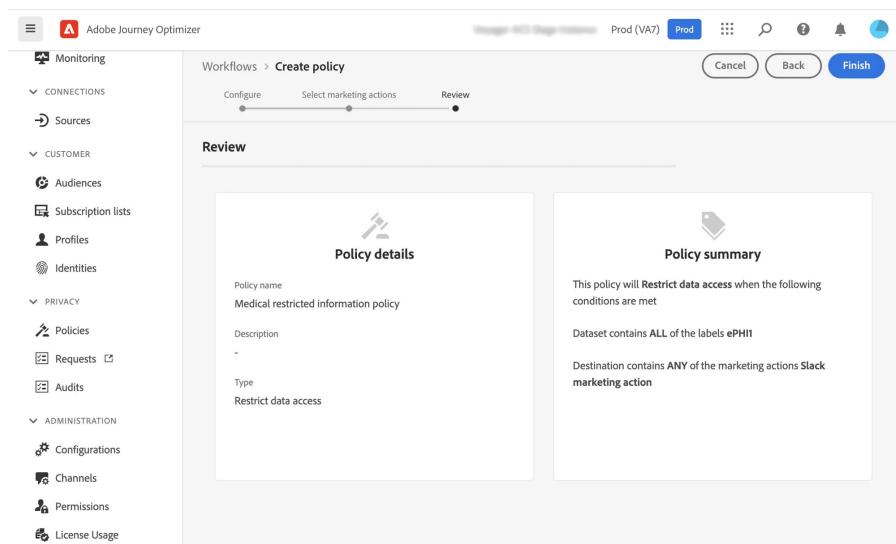
- データ統合：**エンタープライズデータウェアハウスとパートナーに対して事前定義済みの適切なオーディエンスやデータセットを照会できるため、柔軟性と効率性が向上します。
- マーケティングプロセスの強化：**合理化された適応性のあるワークフローにより、セグメント化、ターゲティング、アクティベーションのユースケースに対する追加サポートを利用できます。
- 効率的なデータ管理：**データのコピーまたは重複を最小限に抑えて、機密データの使用を管理し、Adobe Experience Platform のリアルタイムのチャネルをまたいだユースケースを補完し、IT 投資を最適化できます。

データガバナンスとデータプライバシーを確保して顧客を尊重および保護

コミュニケーション、プライバシー、データ保護に関する顧客の期待と好みに応えることは、ブランドの信頼を構築してマーケティング疲労を回避するうえで不可欠です。進化し続けるプライバシーポリシーにデータ運用が準拠するよう支援して顧客の期待に応えるため、同意管理、特許取得済みのデータラベル付け、ポリシー作成、データ使用ポリシーの適用など、Journey Optimizer には各種のツールが用意されています。

標準化されたラベルやカスタムラベルをオーディエンスとデータに適用して、データ使用ポリシーを作成、管理、適用できます。また、オファーを作成して1つのカタログにまとめてから、所定のオファーを閲覧できる顧客を決定する属性と成約を関連付けることもできます。Journey Optimizer には、データとオーディエンスの使用ポリシーを作成するためにすぐに使用できるテンプレートもあります。このテンプレートは、特定のニーズに合わせてカスタマイズする際にベースとなります。

Journey Optimizer 内で明確なポリシーを適用すると、偶然であるか意図的であるかにかかわらず、機密データやオーディエンスをユーザーが不適切にアクティベートすることを防ぎます。さらに、製品内での使用アラートは、ポリシー違反の試みをチームに通知し、ブランドが適切な対応を取れるようにします。



Journey Optimizer のポリシーは、規制、社内ポリシー、顧客のプライバシーの好みを尊重して、信頼を構築するために役立ちます。

顧客の同意とデータプライバシーの設定を尊重することは、信頼を築き、最終的には他社との差別化要因となります。このような信頼の構築を支援するために、Journey Optimizer にはプライバシーサービスと同意管理機能が用意されており、マーケターが使いやすいユーザーインターフェイスか API を介して利用できるようになっています。

顧客の期待に応えて、進化し続けるプライバシーポリシーへのコンプライアンスを確保するために、同意管理、特許取得済みのデータラベル付け、ポリシー作成、データ使用ポリシーの適用など、Adobe Journey Optimizer には各種のツールが用意されています。

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 により、作成できる顧客ジャーニーと、喜ばせることができる顧客を見つけましょう。

[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.