



B2B および B2C コマースプラットフォームに必要な5つの要素

卓越したコマース体験を実現するためのガイド

支払い方法

VISA Visa



Mastercard



American Express



購入履歴にもとづくおすすめ



今すぐ購入



今すぐ購入



9:41 AM
今ならジャケットが20%オフ!
購入をお忘れではありませんか?

今日のコマース顧客は、ジャーニー全体を通じて、オンラインでもオフラインでも、あらゆるデバイスを通じて、パーソナライズされた体験を期待しています。顧客の関心を惹き、ロイヤルティを獲得するために、B2C および B2B 企業は、あらゆるチャネルにおいて一貫してハイレベルなパーソナライズされた体験を提供できる、高速で柔軟性があり、クラウドベースのコマースソリューションが必要です。理想的なコマースプラットフォームは、顧客との関係を深め、信頼を築き、コンバージョンやロイヤルティを向上させるためのツールを提供するとともに、時間の節約やコスト削減、全体的な業務効率の向上にも貢献します。

本ガイドでは、コマースプラットフォームを検討する際に優先すべき 5 つの重要な機能と、それらを支えるツールや特長について解説します。

機能 1：大規模なパーソナライゼーション

消費者は、自分に合った e コマース体験を期待しています。特にミレニアル世代や Z 世代など、今や主要な e コマース顧客層となりつつある層ではその傾向が顕著です。しかし、データの分断、AI ツールの不足、リアルタイムで統合および更新されない顧客プロフィールなどが原因で、多くの企業は顧客が求めるパーソナライズされた体験を提供できていません。適切なツールがなければ、こうした体験の実現には多大な手作業と時間、リソースが必要となり、多くの企業にとっては大きな負担となっています

80%

米国の成人の 80%は、デジタル顧客接点においてパーソナライゼーションを望んでいます。

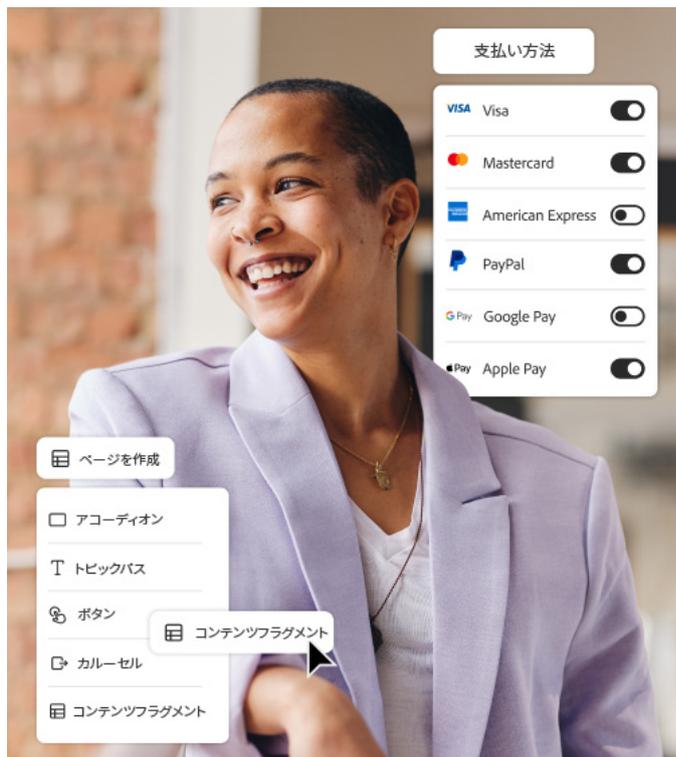
出典：McKinsey

この機能が必須である理由

購入者は、自身の好みやチャネルに合わせた体験を提供する企業から購入し、その企業へのロイヤルティを維持する傾向があります。強固なコマースプラットフォームは、リアルタイムのコマースデータを他のソースからのインサイトと容易に統合し、リッチな顧客プロフィールを構築し、顧客体験のあらゆる段階をパーソナライズすることができます。また、買い物客の行動やトレンドにもとづいて、パーソナライズされた商品検索結果、レコメンデーション、オファーを迅速に提供するには、高度な AI ツールも不可欠です。

卓越した顧客体験を大規模に提供するパーソナライゼーション機能

AI を活用したマーチャンダイジングツール Adobe Commerce は、高速で関連性の高い検索結果を入力中に表示する、35 言語対応の検索機能と、AI を活用したルールによる結果の最適化により、顧客に最適な商品を迅速にマッチングします。ライブ検索、商品レコメンデーション、インテリジェントなカテゴリーマーチャンダイジングなどにより、それぞれの顧客に最も関連性の高い商品を紹介するためのカテゴリーページをパーソナライズして、売上と平均注文額を向上できます。Adobe Commerce Intelligence などの専用のレポート機能とツールにより、アクションにつながるインサイトと、業務を効率的に拡張する能力を提供します。



リアルタイムのコマースデータ

複雑なコーディングや時間のかかる統合作業を行うことなく、顧客の行動、注文状況、プロフィール、購入履歴などのリアルタイムのデータを、Adobe Real-Time CD や Adobe Journey Optimizer などの Adobe Experience Cloud ソリューションに自動的に送信できます。このデータを他のアドビ製品の統合機能と組み合わせることで、顧客プロフィールを充実させ、オーディエンスをセグメント化し、顧客との関係を深め、チャンネル全体でパーソナライズされたコンテンツを提供して売上を伸ばすことができます。

独自のデジタルストアフロント

パーソナライズされたストアフロント体験により、エンゲージメントとコンバージョン率を向上させます。Adobe Real-Time CDP との統合により、セグメントを定義し、コンテンツ、プロモーションオファー、商品のクロスセルおよびアップセルなどのレコメンデーションをカスタマイズすることができます。生成 AI を活用して、スケーラブルな One to One のパーソナライゼーションを実現し、ダイナミックコンテンツブロックと使いやすいページビルダーを活用して、顧客セグメントにもとづいて体験を調整できます。

柔軟な支払い方法

デビットカード、クレジットカード、PayPal、Venmo、Apple Pay、Google Pay など、顧客が希望する支払い方法を安全に提供することで、売上を伸ばしましょう。米国、カナダ、英国、フランス、オーストラリアの顧客にリーチし、PCI DSS（クレジットカード業界のデータセキュリティ基準）への準拠、3DS（3D セキュア）による取引のセキュリティ、不正使用や不正利用の防止など、すべてをひとつのダッシュボードから管理できる機能により、安心して売上を伸ばすことができます。

機能 2：卓越したストアフロント体験

デジタルチャネル全体の需要に応えることは売上の増加に不可欠です。企業は、e コマースのストアフロントを容易に立ち上げ、パフォーマンスデータにもとづいてリッチコンテンツを最適化できるツールを必要としています。コマースソリューションは、コンテンツの制作や web サイトの更新などのプロセスを効率化すると同時に、ダイナミックでパーソナライズされたインタラクションをサポートするフロントエンドの柔軟性も提供する必要があります。

70%

70%の顧客は、ブランドと関わるあらゆる場面で、組織がシームレスな体験を提供することが重要だと考えています。

出典：Gartner

この機能が必須である理由

企業の web サイトは、多くの場合、顧客にとって最初のデジタル顧客接点であり、統一されたブランドストーリーを伝える重要な場所です。強固で柔軟なストアフロントは、SEO ランキングとオーガニックトラフィックを向上させ、顧客がどこで買い物をしても、シームレスで最適化された体験を提供します。オーディエンスセグメントごとにショッピング体験を迅速に構築、管理、展開することで、小売のコンバージョン率とオンラインでのロイヤルティを向上できます。ストアフロントのパフォーマンスが低下すると、離脱率、カート放棄率、競合他社への顧客流出率すべてが上昇します。

さらに、デジタルチャネルにおいてより高い収益を生み出すことへのプレッシャーは高まり続けています。柔軟性は不可欠です。ストアフロントの開発と展開だけでなく、進化する顧客ニーズにもとづいてテストと改善を行う際にも不可欠です。また、多くの企業では、顧客体験の管理を維持でき、貴重なファーストパーティデータにアクセスできる、自社チャネルによる直接販売 (DTC) を優先しています。この利点は、マーケットプレイスや有料チャネルに依存している場合は失われることがよくあります。

顧客へのインパクトを高める卓越したストアフロント機能

大規模なコンテンツの制作と配信

Adobe Commerce は、Adobe Firefly などの高度な AI 技術と統合され、商品マーチャンダイジングのワークフローを再考するお手伝いをします。さらに、3D や動画などのリッチメディア形式をサポートすることで、没入型でコンバージョン率の高い体験を構築し、これらの体験を驚異的なスピードで配信することで、SEO ランキングの向上とオーガニックトラフィックの増加を達成できます。



ヘッドレスコマース機能

アドビは、Adobe Commerce とシームレスに連携する高性能なヘッドレスストアフロントを提供しています。テンプレートとドロップインコンポーネントを活用して、商品一覧、カート、チェックアウトなどの主要な機能を含むコンテンツページを迅速に制作できます。API を活用したスタイリングや拡張の効率化により時間を節約できます。ページ読み込み速度の向上、Google Lighthouse スコアの向上、効率的なキャッシュ、段階的なレンダリング、継続的なテストなどにより大幅な ROI を実現できます。さらに、GraphQL API と API オーケストレーションを活用して、他のフロントエンドテクノロジーと連携できる柔軟性も備えています。

柔軟なオーサリングツール

Microsoft Word や Google Docs などの使い慣れたツールや WYSIWYG ビジュアルエディターを使用して、数分で独自の魅力的なコンテンツを制作し、公開できます。Adobe Experience Manager のコンテンツ作成ツールを活用し、あらゆるチャネルにおけるコンテンツ管理と配信を一元管理でき、コンテンツを一度更新するだけで、変更を自動的にあらゆる場所に反映できます。

商品マーチャンドライジングのパーソナライゼーション

顧客プロファイルと顧客行動にもとづいて、適切な商品画像をリアルタイムで表示し、訪問ごとにパーソナライズできます。Adobe Express と Firefly のトリミング、サイズ変更、色調整、背景変更を行えるツールを利用すれば、パーソナライズされた商品やマーケティングアセットの膨大な数のバリエーションを容易に作成できます。一対一のマーチャンドライジングと迅速な A/B テストにより、顧客が求めている商品に顧客を結びつけ、効果のない体験に無駄な労力を費やすことを回避することで、ロイヤルティと売上を向上できます。

機能 3：構成可能な開発

コマースサービスは、一貫性のあるショッピング体験を提供するためにシームレスに統合するべきですが、エコシステムはますます複雑化しており、カタログ、カート、検索、パーソナライゼーション、コンテンツ、注文管理などのサービスについては、複数のサードパーティベンダーに依存しています。ベンダーごとにスキーマ、拡張性モデル、開発者ツールが異なっているため、IT チームは、複雑なポイントツーポイントの統合を構築せざるを得ないことが多くあります。統合が硬直化すると、新しいサービスとの連携や市場の変化への対応が困難になります。継続的なメンテナンスも必要になり、コストが増加し、業務が遅延します。その結果、時間の経過とともに、変更が難しく、メンテナンスにコストがかかる脆弱でコマース環境となり、IT の重点がイノベーションからシステムの運用維持に移ってしまうおそれがあります。

この機能が必須である理由

コマースプラットフォームは、他のシステムから分離されていることと、ビジネスニーズや技術リソースに合わせてカスタマイズされていることとのバランスが取れている必要があります。Adobe Commerce は、あらゆるワークストリームを単一の使いやすいプラットフォームに統合することで、市場投入までの時間を短縮します。これにより、メンテナンスを効率化し、総所有コストを削減しながら、ビジネスサービスの追加、変更、削除を柔軟に行うことができます。

Adobe Commerce は、セキュリティとコンプライアンスが組み込まれた、構成可能なクラウドネイティブのプラットフォームであり、必要に応じて追加サービスを統合しつつ、迅速に価値をもたらすソリューションに優先順位を付ける柔軟性を提供します。例えば、構成可能なプラットフォームに、業界最高のサードパーティサービスを追加することで、注文に高度な追跡機能を組み込み、チェックアウト体験をシームレスに強化することができます。

48%

テクノロジー機能の予算の 48% は、既存のビジネス能力の最適化に充てられており、新しい価値を生み出すビジネスモデルの創出や新規市場への参入に充てられているのは 21% に留まっています。

出典：Deloitte



構成可能なプラットフォーム機能で柔軟なコマースエコシステムを実現

強力な拡張性

GraphQL と REST API、Webhooks、イベント、UI 拡張機能を備えたヘッドレスプラットフォームを活用し、あらゆる場所でコマース体験を構築できます。サードパーティアプリケーションとのスケーラブルでイベント駆動型の統合をサポートし、独自のショッピング体験とマーチャント体験を構築できます。

段階的なサービス導入

カタログ、マーチャндаイジング、支払い、ストアフロントにアドビのビジネスサービスを必要に応じて導入することで、俊敏性を高めることができます。これらの拡張可能で構成可能なサービスはネイティブに連携しており、必要に応じてサードパーティのサービスに置き換えることができます。

柔軟なオーケストレーションツール

Adobe Commerce は、厳格なポイントツーポイントの統合を構築する代わりに、イベントと API をオーケストレーションする機能により、将来を見据えたコマース体験の実現を支援します。包括的な API、開発者ツール、拡張ポイント、ランタイムサービスなどを活用することで、テクノロジースタックをシームレスに連携し、容易にカスタマイズすることができます。API オーケストレーション、イベントルーティング、マイクロサービス開発などにより、技術的負債を排除し、必要に応じてビジネスサービスを迅速に追加または削除することができます。

シームレスなシステム統合

コマースシステムをバックオフィスソリューションに迅速に連携するための統合スターターキットを利用できます。このキットには、双方向のデータ同期、オンボーディングスクリプト、ベストプラクティスが含まれています。SAP S4/HANA、Microsoft Finance & Operations、Epicor、IBM Sterling Order Management、Zuora Subscription Management などのシステムに対応したアプリを活用して、ビジネスニーズに合わせた統合を実現し、開発時間とコストを削減できます。

機能 4：拡張性の高い運用

適切なプラットフォームを選択することで、B2B と B2C のデジタル販売を自信を持って拡大できます。追加のソリューションを導入する必要はありません。Adobe Commerce の PCI 準拠の高可用性グローバルインフラストラクチャなら、数百万の商品と 1 時間あたり 20 万件を超える注文を処理できます。柔軟なカタログモデル、マルチサイトアーキテクチャ、ローカライズ機能などにより、数百の異なるブランドと地域をサポートできます。事前構築されたダッシュボードと可視化ツールを活用して、販売データ、商品パフォーマンス、顧客行動を分析することで、新たな成長戦略を継続的に策定できます。

36%

eコマース企業の36%は、今後1～2年間に6カ国以上への事業拡大を予定しています。

出典：[アドビ](#)

この機能が必須である理由

コマースオペレーションの拡大は複雑です。企業は数百万点の商品を扱う大規模なカタログを管理し、セールス、イベント、ホリデーシーズンなどに迅速にスケールアップする必要があります。さらに、複数のサードパーティベンダーや地域ごとの税金、配送、支払い要件の違いが課題となります。オペレーションを単一のプラットフォームに統合することで、管理を簡素化し、カタログのパフォーマンスを向上させ、市場投入までの時間を短縮できます。また、特に新興企業や事業部門を買収した場合や、ブランドを立ち上げた場合などに、コストの削減、人員の効率化、メンテナンスの容易化も実現できます。

エンタープライズグレードの拡張機能でビジネスの成長を加速

高信頼性のプラットフォーム

Gartner® から 8 年連続で「デジタルコマースのリーダー」に認定された Adobe Commerce は、高スケーラビリティかつ高セキュリティなプラットフォームとして、ピーク時の販売イベント中でもトラフィックの増加に無制限に対応でき、1 時間あたり 20 万件を超える注文を処理できます。これにより、B2B 顧客に、大容量のカート対応、カタログ、検索、パーソナライズされたレコメンデーションのためのマイクロサービスによる高速なショッピング体験、200 ミリ秒未満の API 応答時間などのシームレスな体験を提供することができます。PCI 準拠、HIPAA 対応、高度な AI 脅威検出およびリアルタイムモニタリングによる保護を備えたコマース体験で、顧客に安心を提供します。

拡張可能なカタログ

顧客固有の B2B 価格設定に対応し、数百万の商品と数千のカタログを管理可能で、正確な商品詳細、在庫、価格情報をリアルタイムで提供します。高スループットの取り込み API を使用して、大規模なデータセットを Adobe Commerce に迅速に同期し、マーチャндаイジングに活用できます。柔軟なデータモデルにより、1つのカタログで、ブランド、事業部門、地域をまたいで数百のサイトを運営でき、構成可能な商品、バンドル、ネストされたバンドルなどの非常に複雑な商品構造もサポートできます。

デジタル販売の拡大

グローバルな e コマースと複数のビジネスモデルをサポートするプラットフォームで、ビジネスの成長を加速します。地域固有の通貨、言語、支払い方法に合わせてローカライズし、構成可能なカタログポリシーにより適切な商品を的確なチャンネルに届けます。強力なソリューションパートナーのエコシステムが、グローバルな事業拡大を専門的にサポートします。Adobe Commerce は、B2B および B2C の両市場に、すぐに利用できる包括的な機能を提供するため、他に特別なソリューションは必要ありません。プラグアンドプレイのコネクタを使用してサードパーティのソリューションに接続し、サブスクリプションやマーケットプレイスなどの新しい収益源を容易にテストすることができます。

アクションにつながるインサイト

統合されたビジネスインテリジェンスツールで成長戦略を特定します。事前構築されたダッシュボード、ドラッグ & ドロップによるレポート作成、データ視覚化機能などを使用して、顧客生涯価値、マーケティング ROI、プロモーション効果などのインサイトを分析します。クラウドツールと自動化されたレポートにより、シームレスなコラボレーションを実現し、よりスマートで迅速な意思決定を可能にします。



機能 5 : B2B コマースの最適化

B2B コマースには、特定の機能セットが必要です。統合プラットフォームがない場合、ビジネスモデルごとにまったく別の e コマースプラットフォームを購入して導入する必要があります。つまり、新しいツール、データモデル、インフラストラクチャが必要になり、メンテナンスコスト、データのサイロ化、複雑さが増すことになります。

83%

現在では、B2B バイヤーの 83% が、注文や支払いにデジタルチャネルを選択しています。

出典 : [Gartner](#)

この機能が必須である理由

B2B e コマースは、35 兆ドルという驚異的な市場機会であり、デジタル販売は従来のオフライン販売の 213 倍のスピードで成長しています。このバイヤーの意識の急激な変化は、B2B 企業にとってデジタルトランスフォーメーションの重要性を浮き彫りにしています。e コマースに移行することで、従来型のビジネス手法が妨げとなっていたブランドも、24 時間 365 日の注文対応が可能になりました。これにより、より広範でグローバルな顧客基盤へのリーチが可能になると同時に、セルフサービスオプションを提供して業務プロセスを簡素化し、バイヤーにとっての購入の柔軟性を高めることができます。

Adobe Commerce は、B2B に特化したプラットフォームであり、複数のバイヤーグループとユーザーロールを容易に管理できます。カスタマイズされたカタログ、価格設定、支払いオプション、プロモーションなどを通じてパーソナライズされた購入体験を提供し、スピーディなチェックアウトと自動承認プロセスで注文を簡素化します。単一のプラットフォームで多様なビジネスモデルを運営でき、B2B の先の DTC（ダイレクト・トゥ・コンシューマー）への拡大戦略や、チャネルパートナーを通じた B2B2C および B2B2B 販売をサポートします。

B2B コマース機能で売上拡大と購入プロセスの効率化を実現

24 時間対応の販売

顧客ごとの価格やカタログでパーソナライズされた体験を提供する常時稼働のポータルにより、B2B 販売を拡大しましょう。クイックフォーム、ファイルのアップロード、保存済みリストを活用して注文プロセスを効率化し、社内ポリシーに沿った購買承認を自動化できます。購入者はアカウント間を容易に切り替え、企業クレジット、クレジットカードやデビットカード、デジタルウォレットなど柔軟な支払い方法から選択できます。

カスタマイズ可能なアカウント管理

オンラインのアカウント申請と承認プロセスで新規顧客を獲得しましょう。複数の購入グループ、ユーザーロール、購入権限に対応した企業アカウントをサポートします。企業アカウントは、顧客の事業構成に対応させ、チャンネルパートナーとの B2B2X 販売を可能にするために親子階層構造に整理できます。

セールス強化ツール

セールsteamがより積極的に行動できるよう、営業担当者にデジタル販売とサポートのためのツールを提供します。営業担当者はオンラインで迅速に見積書を作成し、交渉できるようになります。特に追跡購入時に承認プロセスを省略できる定型見積書を作成することも可能です。

また、顧客としてログインして、注文のサポート、商品構成の調整、問題解決などに直接対応することで、迅速な成約を促し、顧客ロイヤルティを高めることができます。

セルフサービス管理

24 時間 365 日利用可能なセルフサービスポータルを提供し、顧客が自身のアカウントと購入を管理できるようにします。これにより顧客は、出荷状況の追跡、注文履歴の確認、請求書の閲覧、会社信用状況の監視、返品処理、バイヤーの管理と権限設定など、あらゆるタスクをサポートセンターに依存することなく行うことができます。

統合コマースプラットフォーム

B2B および B2C の顧客に販売する単一のプラットフォームで、ビジネスを成長させ、ブランドを統一しましょう。顧客ごとに個別に設定された価格やカタログを使用して、統一されたサイト体験や個別のサイト体験を構築できます。また、ビジネスのあらゆる部門でカタログやマーチャンダイジングリソースを共有できるため、業務の効率化とブランドの一貫性を促進することができます。



世界中の建設事業をサポート

北米第2位の設備レンタル企業である Sunbelt Rentals が、Adobe Commerce と Adobe Experience Cloud によって販売モデルを変革した方法をご覧ください。

[Sunbelt Rentals](#) の顧客成功事例を読む

エンゲージメント、ロイヤルティ、売上の成長を促進するコマースプラットフォーム — Adobe Commerce

Adobe Commerce は、B2B および B2C の業務を単一のプラットフォームに統合することで、ビジネスプロセスを合理化するだけでなく、あらゆるデジタルと小売の顧客接点において成長を推進する、統一された柔軟なソリューションを構築します。Adobe Commerce は、パーソナライズされたショッピング体験から卓越したストアフロントまで、顧客の期待を上回り、長期的な成功を推進する、シームレスで拡張可能かつ革新的なソリューションで企業を支援します。

Adobe Commerce は、小規模な B2C ブランドでも、グローバルな Fortune 500 企業の B2B 大規模法人でも、マルチチャネルの成功に必要な必須ツールと柔軟性を提供します。Adobe Commerce は、クラウドプラットフォームを通じて、数千社の顧客の、年間数十億ドルの総商品販売額を処理し、小売業者、消費者ブランド、製造業者、卸売業者向けに、世界最大で最も多岐にわたるコマース体験を提供しています。

[Adobe Commerce](#) が、コマースプラットフォームを変革し、売上を拡大する方法について詳しく学びましょう。