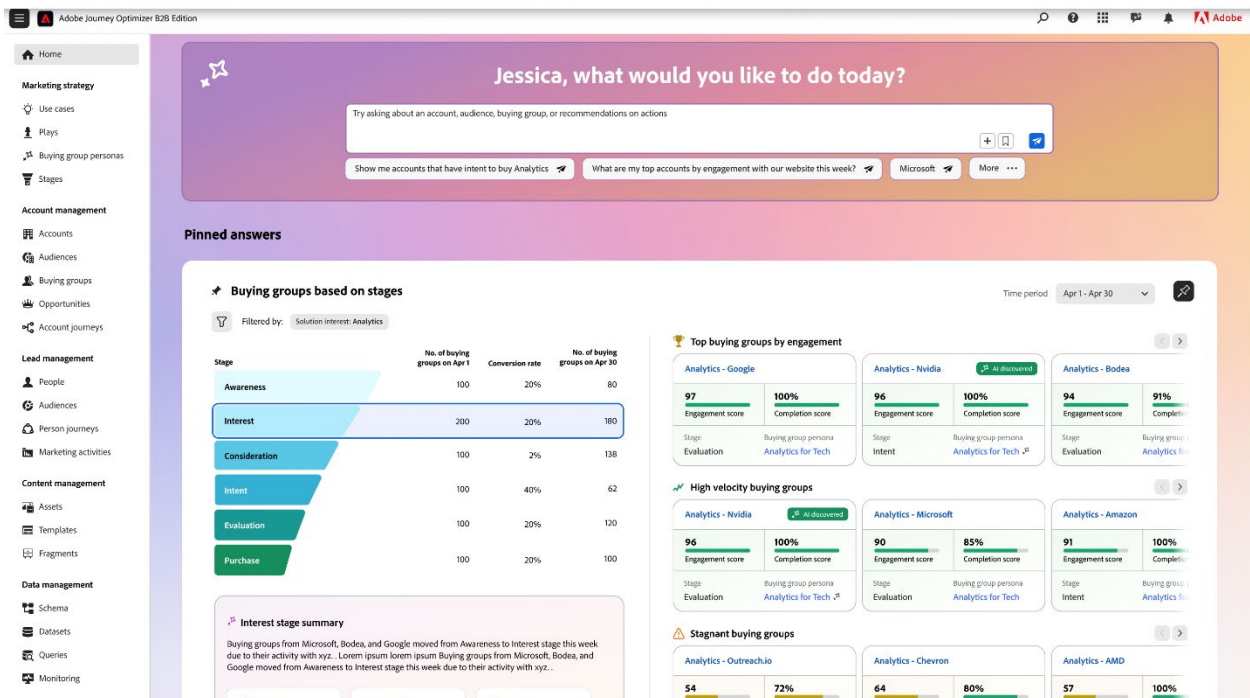




アドビ、生成 AI を活用した「Adobe Journey Optimizer B2B Edition」を提供開始、購買グループへのリーチを容易にすることで B2B マーケティングを刷新

- Adobe Experience Cloud の一部である「Adobe Journey Optimizer (AJO) B2B Edition」を提供開始。購買グループ（企業の購入プロセスに関わる担当者のグループ）を対象とした顧客体験のパーソナライズが可能に
- 購買グループとのインタラクションをひとつのビューに集約して営業部門とマーケティング部門のより緊密な連携を可能にするパフォーマンスダッシュボードの提供により、意思決定者とのエンゲージメントをより高い精度で実現
- Accenture、Amazon Web Services、Cisco、IBM、Microsoft、NVIDIA など、グローバルの主要な B2B 企業の顧客エンゲージメントを推進

※当資料は、2024 年 8 月 7 日に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。



【2024年8月20日】

アドビ (Nasdaq: ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビ) は本日、「[Adobe Journey Optimizer \(AJO\) B2B Edition](#)」の提供開始を発表します。本製品を通じて、企業間

(B2B) 取引を行う企業は、生成 AI を活用して顧客エンゲージメントを精緻化し、収益性の高い成長に繋げることができます。B2B 取引は広範かつ複雑な販売サイクルを特徴とするため、マーケティングおよび営業部門はソフトウェアやハードウェアなどの大型購入の意思決定者を特定することに長い間苦労してきました。また、web、モバイル、電子メール、SNS、イベント、その他のチャネル全体で数千ものバリエーションが必要とされる中、各個人向けに顧客体験をパーソナライズすることも課題となっていました。

従来のリードベースおよびアカウントベースのマーケティングのいずれも、リーチすべき関係者と彼らが興味を持つ製品を特定するプロセスにおいてブラインドスポット（盲点）が生じます。結果として営業部門とマーケティング部門は適切なコンテンツを適切な個人に提供できず、販売サイクルが長期化していました。AJO B2B Edition は、この課題を解決するための進化したアプローチを提供します。[Adobe Experience Platform \(AEP\)](#) 上にネイティブに構築された AJO B2B Edition は、あらゆるチャネルにわたって顧客を単一のビューで表示し、生成 AI を活用して購買グループを特定するとともに、AI で生成されたアセットで各個人向けにパーソナライズされた顧客体験を創出します。この新製品は、有力な B2B マーケティングオートメーションソリューションである [Adobe Marketo Engage](#) を補完するもので、リード（見込み客）を特定し、ナーチャリングして、購買グループに変えることができます。

アドビのデジタルエクスペリエンスビジネス担当シニア バイス プレジデントであるアミット アフジャ (Amit Ahuja) は、次のように述べています。「組織を代表してテクノロジーを購入するビジネスリーダーは、オンラインでのアプローチにますます高い期待を抱いており、B2B マーケティング担当者のパラダイムシフトが起きています。Adobe Journey Optimizer B2B Edition は、最新の生成 AI 技術により効率性と生産性を向上させながら、統合されたリアルタイムデータを通じて高度にパーソナライズされたデジタル顧客体験を営業部門とマーケティング部門が共同で提供することを可能にします。」

AJO B2B Edition の主な機能は、以下の通りです。

- **購買グループの作成と編成**：マーケティング担当者は、自社の製品ポートフォリオに合わせた購買グループを簡単に設定できます。また、デマンドマーケティング担当本部長や IT 部門長などの主要人物を追加することも可能です。Adobe Marketo Engage と [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#) との統合により、web サイトの訪問などのインサイトも取得できるため、顧客ライフサイクル全体においてこれらの購買グループが適格であることをデータでも裏付けることが可能です。マーケティング担当者は、生成 AI を活用して購買グループの役割やメンバーの割り当てに関するレコメンデーションを得ることができます。また、不足しているメンバーのリストを作成して、広告キャンペーンなどを展開することで、ターゲティング活動を支援することもできます。
- **パーソナライズされたカスタマージャーニーの設計**：購買グループが特定されると、企業は各意思決定者向けに、電子メール、web、チャット、ウェビナーなどのチャネルを通じてカスタマイズされたジャーニーを設計することができます。これにより、取引の早期完了に向けて質の高いパイプラインが構築されます。生成 AI を搭載した会話型インターフェイスである [AEP AI Assistant](#) は、カスタマージャーニーを設計する際に、ユーザーに操作方法のアドバイスやトラブルシューティングを提供します。また、各購買グループの契約更新などのライフサイクルステージを定義し、そのタイミングが来た時点でリアルタイムのインタラクションを開始する機能も近日中に提供予定です。
- **パーソナライズされたコンテンツの生成**：マーケティング担当者は、生成 AI と統合されたアセットライブラリ ([Adobe Firefly](#) や [Adobe Experience Manager Assets](#) からの画像を含む) を活用して、異なる購買グループに向けてパーソナライズされた電子メールコンテンツを生成することもできます。例えば、マーケティング担当者は、ドラッグ&ドロップで配置可能なコンポーネント、テンプレート、カスタム HTML ツールを使用して、製品への関心や職務内容に基づいて、カスタマイズされた電子メールをすばやく作成できます。さらに、アドビは、生成 AI ソリューションでランディングページやデジタルフォームなどのマーケティングアセットを作成できる機能を近日中に提供予定です。
- **営業とマーケティングの連携強化**：AJO B2B Edition は、営業部門とマーケティング部門の双方が、オンライン及びオフラインのあらゆるチャネルで取り組んでいる購買グループへのアプローチを可視化し、ワークフローを合理化することで、より精緻な顧客エンゲージメントを可能にします。例えば、マーケティング部門は、自動アラートを通じて、AI が生成した要約、インサイト、推奨アクションと共に適格な購買グループの情報を営業部門に提供し、より質の高いパイプラインと案件創出の合理化を支援します。

- **パフォーマンスの測定と最適化**：新しいダッシュボードにより、どの購買グループの購買プロセスが最も効果的であるかを分析し、リソースの最適化を図りながら、マーケティングが収益に与える全体的な影響を分析できます。さらに、コンバージョン率が高い購買グループの特定などの AI を活用したインサイトをダッシュボード上で提供する機能提供も近日中に予定しており、購買のトレンドの分析結果をエンゲージメント戦略に役立てることができるようになります。

■ 「アドビ」について

アドビはデジタル体験を通じて世界に変革をもたらします。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。

©2024 Adobe. All rights reserved. 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.