

## アドビ、リアルタイム CDP で米小売大手 Home Depot の パーソナライゼーションとオムニチャネルサービスの提供を 支援

- Home Depot がアドビの Adobe Experience Platform の一部である Adobe Real-Time CDP を導入
- 両社のパートナーシップ拡大により、カスタマージャーニーをより包括的に把握し、オムニチャネルの顧客体験を実現
- 7～10 日かかっていたパーソナライゼーションキャンペーンが 24 時間以内に実施可能に

※当資料は、2022 年 6 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。

【2022 年 6 月 21 日】

Adobe (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、米小売大手 Home Depot とのパートナーシップを拡大し、顧客体験を強化することを発表しました。

Home Depot は、オンラインとオフラインをまたいだショッピング体験の提供にいち早く取り組んできた企業です。同社は小売戦略の一環として、E コマースやモバイルアプリに加え、商品受け取りロッカーからアプリ内商品検索にいたる店舗内サービスまで、一貫してシームレスな顧客体験を提供しています。今回のアドビとのパートナーシップ拡大により、同社が持つ数多くのタッチポイントからカスタマージャーニーに関する包括的なインサイトが得られるようになります。これにより、Home Depot は各チャネルでの体験を最適化し、マーケティング投資の効果を高めることができます。これは、web 解析や A/B テストなどのデジタルツールと、新しいオンラインサービスや体験を設計・提供するための [Creative Cloud](#) アプリケーションの導入から始まった両社のパートナーシップが次の段階に入ったことを意味します。

Home Depot の統合メディア担当バイスプレジデントであるメラニー バブコック

(Melanie Babcock) 氏は、次のように述べています。「当社は、オムニチャネルのショッピング体験に早くから投資を行っており、デジタルアセットと物理的アセットの有効活用が戦略的優先事項となっています。アドビとのパートナーシップの拡大により、大規模なパーソナライゼーションを加速することで、顧客体験がさらに強化され、オンラインと実店舗での Home Depot の体験を最適化することができます。」

Adobe Experience Cloud のシニアバイスプレジデント、アンジャールバンブリ (Anjul Bhambhri) は、次のように述べています。「デジタルエコノミーにおいて、パーソナライズされた顧客体験の提供は、世界中のエンタープライズ企業の優先事項であり、そこへの絶え間ない注力が Home Depot のビジネスの指針となっています。[Adobe Experience Platform](#) (AEP) により、統合された顧客像を中心に社内の連携をし、厳格なガバナンスとアクティベーション機能を活用することで、Home Depot は顧客体験をさらにより良いものにすることができます。」

デジタルエコノミーが拡大する中、72%の消費者が、不適切なパーソナライゼーションにより企業の信頼が低下すると回答しています。[Adobe Real-Time Customer Data Platform](#) (リアルタイム CDP) により、Home Depot は、顧客 DIY や修理に必要な商品を提示して、高度にパーソナライズされた顧客体験を提供できるようになりました。DIY 好きからプロまで、同社はすべての顧客に対するインタラクションをカスタマイズし、顧客がシームレスに作業を終えられるようにしています。

Adobe Real-Time CDP の基盤である AEP は、Home Depot の企業全体からオンラインとオフラインを横断して関連データを集約する中心的なハブとなり、組織の効率性を高めると同時にパーソナライゼーションの基礎として機能します。Adobe Real-Time CDP はすでに初期段階で成果を上げており、企画から実施まで 7~10 日かかっていたパーソナライゼーションキャンペーンのリードタイムが 24 時間以内まで短縮されました。このスピード向上により、顧客が商品を購入してから数日後に不適切な商品の提案が提示されることがなくなりました。

Adobe Experience Platform は、唯一の情報ソースであり、[Customer Journey Analytics](#) にデータを提供します。Customer Journey Analytics は、広告キャンペーンから SNS 投

稿に至るまで、提示するコンテンツをより関連性の高いものにし、過度の掲載も抑制できるため、チームはマーケティング費用をより効率的に使えるようになります。

## ■ Adobe Experience Cloud について

アドビは、[Adobe Experience Cloud](#) で顧客体験管理（CXM）を再定義します。

Adobe Experience Cloud は、エクスペリエンスのためのデジタルコンテンツの制作からマーケティング、広告、アナリティクス、コマースを含む業界唯一の包括的なソリューションです。Adobe Experience Cloud は、すべてのタッチポイントやあらゆるチャネルを通し、魅力的な B2C/B2B/B2E エクスペリエンスを一貫性と継続性をもって提供することを支援し、ブランドが統一された安全でスケーラブルなデジタル基盤を構築できるようにします。Adobe Experience Cloud の一部である Adobe Experience Platform は、CXM のための初のリアルタイムプラットフォームです。オープンで拡張性のある

Adobe Experience Platform は、企業全体のデータをつなぎ合わせ、リアルタイムの顧客プロフィールを可能にし、Adobe Experience Cloud ソリューション全体で有効化することができます。

## ■ 「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、優れた顧客体験を提供できるよう企業・個人のお客様を支援しています。

[Creative Cloud](#) は、写真、デザイン、ビデオ、web、UX などのための 20 以上のデスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを提供しています。[Document Cloud](#) では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単にでき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#) は、コンテンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アドビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心にひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

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。

© 2022 Adobe Inc. 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.