

Acquia
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

WEBサイトの パーソナライゼーションを シンプルに： 開発者とマーケターの ためのガイドブック

Drupal用に最適化されたパーソナライゼーションツールは、これまで以上に開発者やマーケターにとって有益なツールとなることでしょう



目次

03

イントロ ▶

04

パーソナライゼーション
における開発者の
課題 ▶

07

パーソナライゼーション
におけるマーケターの
課題 ▶

08

パーソナライゼーション
に最適なツール ▶

09

開発者にとっての
メリット ▶

12

マーケターにとっての
メリット ▶

19

開発者とマーケター
が連携する方法 ▶

21

まとめとポイント ▶

イントロ

もしあなたが開発者の場合、同僚のマーケターが目指すものとあなたの取り組みが相反するように感じられることが多いかもしれません。

しかし、すべてのオンラインビジターにパーソナライゼーションと高品質な顧客体験 (CX) を提供することは、今後も重要です。そのためには、マーケティングチームと効果的な協力関係を構築する必要があります。

事実、CXは非常に厳しい競争の場となっています。ここでCXに取り組まないと、ほぼ間違いなく自社のビジネスは不利になってしまうでしょう。

Webサイトやアプリを通じて魅力的なCXを実現するためには、パーソナライゼーションがカギとなります。そしてそのためには、Web開発者とマーケターが、パーソナライゼーションの進め方について同じ認識を持つことが必要なのです。

開発者もマーケターもそれぞれの立場で多くの課題に直面しながらも、成果を上げるというプレッシャーにさらされているのは事実でしょう。しかし、お互いの課題を理解し合うことにもう少し時間をかければ、より大きな成果を上げることができるはずです。

パーソナライゼーション における開発者の課題

開発者は毎日さまざまな問題に直面しており、その中には事後対応的な業務も含まれます。複数のユーザーからのリクエストへの対応、複雑なプロセスの管理、ハイレベルなセキュリティ確保などですが、積極的にアクションを起こす時間はほとんどないのが現状です。

さらに、開発者が使用するバックエンドツールの多くが相互連携ができず、カスタマイズもほとんどできません。このような障害によって資金と人材の両方が流出し、より大きな問題の引き金になってしまうのです。

パーソナライゼーションに関しては、さらに多くの課題を考慮しなければなりません。まず第一に、テクノロジーの実装とサポートが簡単である必要があります。Web開発チームが最も避けたいことは、あまりにも専門的でマーケターが使いこなせないようなシステムを導入することでしょう。

結局、開発者側とマーケティング双方の仕事を増やしてしまうだけだからです。

効果的なコラボレーションを実現することは、多くのパーソナライゼーションツールで課題となっています。例えば、誰かが勝手にキャンペーンを展開してしまったり、既に誰かがカスタマイズしているWebサイトの一部を変更してしまったりすることで、プロセスが狂ってしまうことがあるのです。





慎重に運用しないと、パーソナライズされたバージョンが表示される前に元のコンテンツが一瞬表示される、いわゆる「コンテンツのフラッシュ」が発生する可能性があるため、お客様によっては不快感を抱かれるかもしれません。当然ながら、このような不具合がページやサイト全体のロード時間に悪影響を及ぼし、さらに問題を大きくしないことが重要です。

また、APIの連携も重要です。収集しているデータを、定期的に転送して自動取得する、あるいは必要なときにアクセスして取得するなど、信頼性と安全性の高いプロセスが必要不可欠です。

しかし、そのツールが非常に高性能で複雑な場合、多くのオプション悩まされることも多々あります。そうになるとどれが自分のニーズにあっているのか、見極めることが難しくなります。

パーソナライゼーション におけるマーケターの課題

パーソナライゼーションに最適なツール

繰り返しになりますが、すでに重い仕事量を抱えているWeb開発者が新たなマーケティング施策の実施を命じられた場合、それは非常に困難な状況となります。期待とは裏腹に、開発者が指を鳴らせばパーソナライゼーションが実現するわけではありません。多くの場合、開発者がこのような取り組みを実施するために使えるツールには制限があり、必要なカスタマイズができない可能性があります。

競争力の強化、資金を確保するための戦略やキャンペーンを実施する上で、マーケターは欠かせない存在です。しかし、目標達成をするためには優秀な開発者の協力が不可欠となります。ここでは、マーケターが直面する課題について考えてみましょう。

まず、マーケターはさらに魅力的で価値のあるCXを提供する必要があります。前述したように、その魅力的な体験を提供するための鍵となるのが、見込み客、顧客、ビジターにとって有益なパーソナライゼーションを提供することなのです。

ですが、これは言うほど簡単なことではありません。顧客データはさまざまなシステムに分散していることが多く、マーケターが購入者の行動や興味を全体的に理解することは困難です。また、コンテンツがシステムや部門ごとにバラバラに存在するため、個々の顧客に合わせた体験を提供するための最適なコンテンツにアクセスできず、活用することができないといった問題もあります。

マーケティングツールには、データ、コンテンツ、コンテキストのいずれかに関連する機能がありますが、これら三つがすべてが備わっているわけではありません。また、マーケターが適切な戦略とテクノロジーで備えていても、実際にはIT部門の人的リソースに制約され、それがビジネス成功の妨げになることもあります。

開発者にとって のメリット

ここで、活躍するのがAcquia Personalizationです。Acquia Personalizationは、顧客や見込み客が求めるような魅力的なデジタル体験を提供し、マーケターを支援するソフトウェアです。もし、あなたがすでにDrupalを使用してWebサイトを構築・管理しているのであれば、おそらくオープンソースの持つ力を信頼し、Drupalの基本機能であるWebサイトコンテンツを分類する卓越したタクソノミ機能をご存じでしょう。Acquia Personalizationでは、他のソリューションにはないこのタクソノミ機能を活用することができます。

これにより、分類およびパーソナライゼーションを目的としたメタデータの保存が可能になり、コンテンツの分類とセグメントがはるかに容易になります。また、お客様がコンテンツを閲覧するたびにその情報はコンテンツと一緒に保存され、そのコンテンツのメタデータを該当のお客様のプロファイルに関連付けることができます。

たとえば、あるお客様が自動車のサイトでミッドサイズのセダンを何度も閲覧している場合、Personalizationがミッドサイズセダンという分類を持つ車を10台閲覧したことを記録し、さらにそのお客様に対してミッドサイズセダンを表示するように設定することが可能です。このように、PersonalizationはDrupalに組み込まれているメタデータの分類機能を利用して、お客様が望むものをより多く表示できるようにします。

この機能は非常に柔軟でカスタマイズ可能なため、パーソナライゼーションの目的に合わせて、マーケティングチームが自由に設計・変更することができます。例えば、カスタムHTML/CSSの追加、カスタムイベント解析の記録、システム内で誰が何をできるかの制御などが可能です。



Acquia Personalizationは、企業におけるパーソナライゼーションの成功事例を確認するためのツールにもなります。ページの読み込みが速くなり、厄介な「コンテンツのフラッシュ」が発生することはありません。また、API統合によってデータに直接アクセスできるようになれば、それを分析チームやデータサイエンティストと共有できるようになります。そこから、マーケティングチームが見つけれなかったような様々なインサイトを発見し、さらに魅力的で卓越したCXの創造が可能になるのです。

PersonalizationはDrupalのWebサイトをカスタマイズする強力なツールですが、メリットはそれだけにとどまりません。まず最初に簡易的なカスタマイズを行ったら、簡単な方法でさらに高度で洗練されたカスタマイズも実現できます。このように、パーソナライズの技術を着実に向上させることで、さらに大きなROIを達成することができるでしょう。

マーケターに とってのメリット

Acquia Personalizationは複数のチャンネルにまたがる幅広い顧客データを収集し、顧客に関する全体像を明らかにします。これによりマーケターは、顧客の好みや行動についてより深いインサイトを得られるようになります。このインサイトを活用することで、マーケターは簡単かつ迅速に顧客セグメントを定義でき、いつ、どこで、どのように接触しても、その顧客に合ったコンテンツを確実に提供できるようになります。そうすることで、顧客が意思決定をする際に最も有力な候補となることができるのです。

認知の拡大・浸透

適切な見込み客をサイトに呼び込むために、もちろんマーケティングチームは他の作業も行っています。PERSONALIZATIONは、直接的に見込み客の呼び込みに役立つ訳ではないかもしれませんが、彼らがサイトに訪問する前に、すでに重要な基礎を整えておくということなのです。

WEBサイトのタクソノミ機能は、CXに強い影響を与えます。コンテンツが適切に分類されていれば、顧客が求めているコンテンツを簡単に見つけることができ、セルフサービス機能を有効活用できます。また、サイトにおけるコンテンツ分類の力強いツールとなり、自動的なカスタマイズを可能にします。

Acquia PersonalizationはDrupal用に構築されているため、さらにリッチなデータ収集ができ、マーケティングチームの本格的なカスタマイズコンテンツ作成が大幅に簡単になります。WEBサイトの訪問者にパーソナライズされたおすすめコンテンツを提示したり、訪問者の嗜好をリアルタイムに把握するなど、Drupalとの統合によってより効率的に目標達成ができるでしょう。

さらに、コーディングの必要はありません。つまり、マーケターは特別な技術的スキルがなくても、簡単にパーソナライゼーションを設定できるのです。ただクリック、ドラッグするだけで、簡単にパーソナライズできるのです。



カスタマーエクスペリエンスを 継続的に向上させるための顧客 データの収集と活性化

では、見込み客があなたのWebサイトを訪問したとしましょう。ここで、Acquia Personalizationのある重要な能力が発揮されます。Personalizationはビジターのデータを収集し、どのデバイスを使用しているか、どこにいるかだけでなく、アクティビティデータや行動データも同様に収集するのです。

このデータを収集し、ひとつのプロフィールとしてまとめ、チャンネルごとの訪問履歴やリアルタイムのアクティビティを総合的に表示します。これによりマーケティングは、様々な条件を基にセグメントを作成し、ビジターへの理解を深め、より効果的なターゲット設定を行うことができます。

もちろんこれらの見込み客は、あなたの製品やサービスを他の製品やサービスと比較しています。しかし、ビジターが価値を感じる情報が自動的に表示されれば、購買意欲を維持できる可能性が高まります。

ビジターがコンテンツや解決策を自分で探さなくても、パーソナライズによって適切な方法でエンゲージメントを高めることができます。また、スケジュールを設定しタイムゾーンをまたいで配信することもできるので、昼夜を問わず世界中のオーディエンスに関心を持ってもらうことができます。複数のキャンペーンを組み合わせることで、サイト内の重要なページをさまざまなペルソナに合わせてカスタマイズすることもできます。

Acquia Personalizationでは、以下の3つのタイプのキャンペーンを利用して、提供する顧客体験をパーソナライズできます。

- ／ **シンプルなキャンペーン：** マーケティングチームが設定した基準に基づき、ダイナミックにカスタマイズされた体験を提供する
- ／ **ターゲットキャンペーン：** マーケティングチームが設定したある特定のビジター層に対して、サイトのコンテンツをパーソナライズする
- ／ **A/Bテスト：** Webページの異なるバリエーションを比較テストすることで、ビジターにとって最適な体験を見極める

この3種類のキャンペーンはすべて組み合わせが可能で、マーケティングチームはより深くビジターを理解できるようになります。

また、分析結果や得られたインサイトによって、さらに効果的なパーソナライゼーション戦略を導き出すことができます。ほとんどのマーケターは、データサイエンティストなどの専門知識がなくても必要なレポートを直接取得できるはずですが、それらのツールを自由に選択できる場合、特に有利な立場にあると言えます。

このほか、サイトビジターにパーソナライズされた体験を提供するために、さらに3つの機能があります。

- ／ **マルチサイト構築機能**：データの収集、魅力的なコンテンツの公開、そしてひとつのインターフェイスを通して様々な環境に合わせて最適化
- ／ **多言語のカスタマイズ機能**：作成したコンテンツはビジターの場所に関係なく、自動的に適切な言語に変換
- ／ **匿名でのターゲティング機能**：ブラウザの条件や位置情報、あるいはサードパーティの設定値によって、コンテンツをパーソナライズ

これらのAcquia Personalization機能は、様々なレベルでビジターに対する体験のパーソナライズを可能にします。

お客様の意思決定をシンプルに

Personalizationは、意志決定のタイミングにおいても影響を与えます。この時点で、見込み客は選択肢の中から最適なものを選び、購入する段階に至っています。

おそらく最も有益な情報と魅力的な体験を提供したブランドが、候補リストの上位に入るとでしょう。Personalizationの導入をすることで、その地位を得ることができるのです。

これは、すべてのコンテンツを一元管理できるパーソナライゼーション機能によって実現されます。

この方法でマーケターは、コンテンツの選択や公開、シンジケーションを合理化し、Web、モバイル、コマースなどの各タッチポイントで、最も関連性の高いコンテンツをビジターに合わせて提供できるようになります。これにより、コンテンツへの投資から得られるROIを最大化することができます。



顧客定着率の向上

一度でも顧客が購入を決めたら、その顧客を引き止めることが目標になります。この場合でも、Personalizationは状況に応じた高度なカスタマイズを提供し、多くの企業においてデジタル体験の中心であるWebサイトの価値を向上させます。オープンAPIを使用すれば、Web、Eメール、モバイル、ソーシャル、IoTなど多様なチャネルを通じて適切な情報が提供でき、統合的な体験を実現することが可能になります。

また、コンテンツの表示方法をより自由に設定し、必要に応じてパフォーマンスを最適化することができます。その結果お客様をより深く理解することができ、より価値のあるコンテンツをおすすめできるようになります。こうしたメリットは、長期的な顧客ロイヤルティを培う優れたCX構築につながるのももちろんのこと、同時に直帰率を下げ、Webサイト全体のスコア向上にもつながります。

顧客ロイヤリティと信頼性の向上

あなたが提供したCXにお客様が本当に満足すれば、きっとリピートしてくれるでしょう。また、あなたが提供した特別な体験について、友人に話してくれるかもしれません。忠誠心の高い顧客は強力な広告塔となり、求める顧客層へのリーチ拡大に一役買ってくれるのです。

Personalizationは、このようなロイヤリティや支持を高めるのにも役立ちます。また、強力な分析エンジンには、あらかじめ用意されたレポートやカスタムのレポート、ダッシュボードが搭載されています。これによって顧客に対する理解を深め、パーソナライゼーションの目的達成がより確かなものになります。マーケターはこれらのインサイトを活用することで、提供するCXを継続的に改善し、さらに競争力を強化することができます。



開発者とマーケター が連携する方法

WEBサイトのパフォーマンス向上をシフト
に：開発者とマーケターのためのガイドブック

Acquia Personalizationは、開発者とマーケターの間に入ってガイドのような役割を果たし、パーソナライズプロセスを手助けします。これにより、マーケターはクリエイティビティを発揮し、開発チームが作成するすべての承認済みコンテンツに合わせて体験の最適化ができます。タクソノミ機能はすでにDrupal内に用意されていますし、各ツールは互いに連携して動作するようにすでに設計されています。

Personalizationは、開発者とマーケターがアイデアを出し合い、力を合わせて魅力的なデジタル体験を作り上げるための第一歩となるでしょう。WebサイトにおけるCX機能をアップグレードすることは、いまや遠い夢ではありません。実際に実現可能であり、これまで考えていたよりもはるかに簡単に導入できるようになったのです。

新たな可能性の世界へ

マーケティングとの強力なパートナーシップと適切なツールがあれば、開発者は視野を広げ、より大胆なプロジェクトに挑戦できるようになるでしょう。リソースの制約や社内での対立を心配するのではなく、「次のゴールは何なのか」とシンプルに考えることができるようになるのです。

まとめとポイント



Drupalユーザーには、カスタマイズされたデジタル体験を構築する他社製品が多数あります。しかし、Acquia PersonalizationはDrupal専用最適化された唯一のパーソナライゼーションツールです。これによりDrupalの持つ機能が最大限に活かされ、ターゲットに合わせたコンテキスト豊かな体験を作り上げることが可能になります。ワークフローは合理化・最適化され、導入までの時間も短く済むでしょう。

Acquia Personalizationは、複雑なコーディングを必要としません。つまり、高度な技術的スキルがなくても、簡単にカスタマイズを行うことができます。クリック、ドラッグ&ドロップといった単純な作業でパーソナライゼーションが可能です。時間をかけて学習でき、分析データへのアクセスも組み込まれているため、

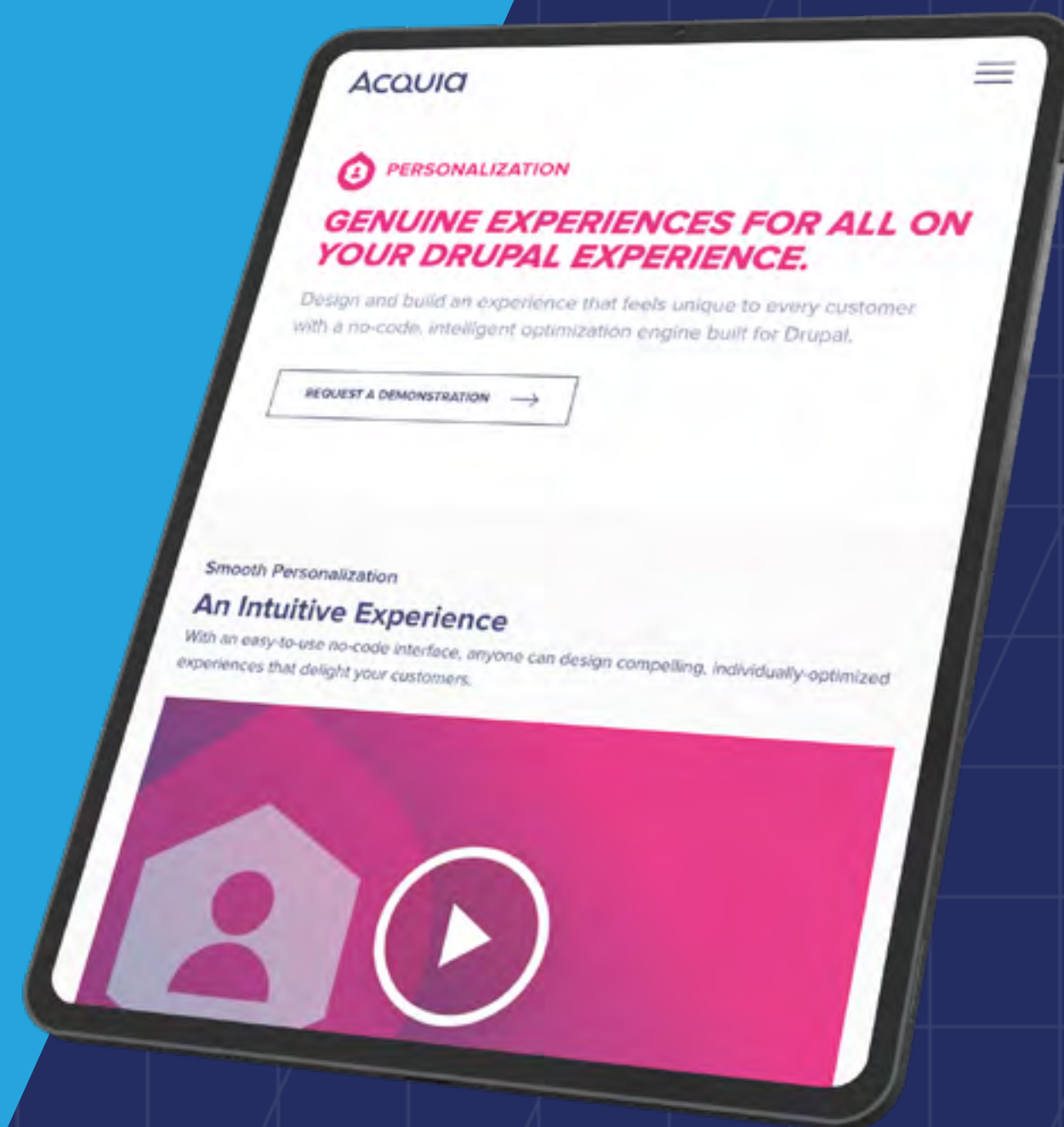
マーケターはその専門知識を最も重要なこと、つまりカスタマーエクスペリエンスの改善に生かすことができるのです。

多くのカスタマイズソリューションとは異なり、Acquia Personalizationは、最終的に開発者とマーケターの良好な関係構築をサポートするものです。そして、両者が共同で一つのことを成し遂げようとするすることで、あなたの企業の信頼性、収益、さらなる発展をより確かなものにする事ができるでしょう。



ACQUIA PERSONALIZATION
によって、顧客との関係がどう
パーソナライズされるのか、その
具体的な方法をご紹介します。

デモをリクエストする



Acquia

ACQUIA.COM

アクイアについて

アクイアは、世界中で最も革新的なブランドがデジタルカスタマーエクスペリエンスを創造できるよう支援しています。オープンソースのDrupalを中核とするAcquia Digital Experience Platform (DXP) は、世界中のマーケター、開発者、IT運用チームなどが、顧客満足度やコンバージョン率を高め、競合他社に差をつけるデジタル製品やサービスの迅速な構築・展開を可能にします。

