

Acquia
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

コンポーザブルDXPで 無限のデジタル体験 を生み出す方法

スピード、瞬発力、柔軟性の実現



目次

03

イントロ ▶

04

お客様満足を実現するための4つの大きな課題 ▶

07

イノベーションを加速させるコンポーザブルDXP ▶

09

コンポーザブルDXPがもたらす価値とその実現方法 ▶

12

コンポーザビリティは各チームの連携を強化する ▶

15

ラディカル・イノベーターの成功事例 ▶

19

まとめとポイント ▶

イントロ

一貫性が高く、かつパーソナライズされた体験をオンラインチャンネルで提供することはとても重要ですが、簡単なことではありません。昨今の急速なデジタル化の進展に伴い、さらに複雑さを増してい流というのが実情です。

デジタルエクスペリエンスプラットフォーム (DXP) を活用すれば、顧客に適切なエクスペリエンスが提供でき、それによってビジネスが大きく転換する可能性があります。しかし、どのようなDXPを選ぶかがポイントとなります。コンテンツ管理と顧客データ管理の両方を備えたDXPは強力であり、しかもその中核にコンポーザビリティがあればなおさらです。

柔軟性の高いプラットフォームを選択すれば、マーケター、Web開発者、IT担当者にとって大きな可能性を秘めた基盤を構築することができます。一つのベンダーのツール

に縛られるのではなく、第三者の技術パートナーのエコシステムから、必要なサービスを自由に取り込むことができるからです。さらにニーズの変化に応じて、アーキテクチャの構成要素を簡単に追加、削除、変更することも可能です。

変化が激しく、提供するカスタマーエクスペリエンス (CX) の質が他社との差別化につながる今、このような**抜本的なイノベーション**こそがビジネス成功へと導いてくれるでしょう。



お客様満足を実現するための 4つの大きな課題



マーケター、ITチーム、開発者、その他エクスペリエンスの構築に関わる部門は、様々な困難に直面しています。中でも最も大きな4つの問題は、すぐに解決することはないでしょう。

1. デジタルアプリケーションの数の増加・複雑化：

App Annieの「**State of Mobile 2022**」によると、2021年に開発された新しいアプリやゲームは200万本にもものぼります。また、モバイル分析会社は、2021年に新規アプリのダウンロード数は世界で5%増加し、2300億になることを発表しました。

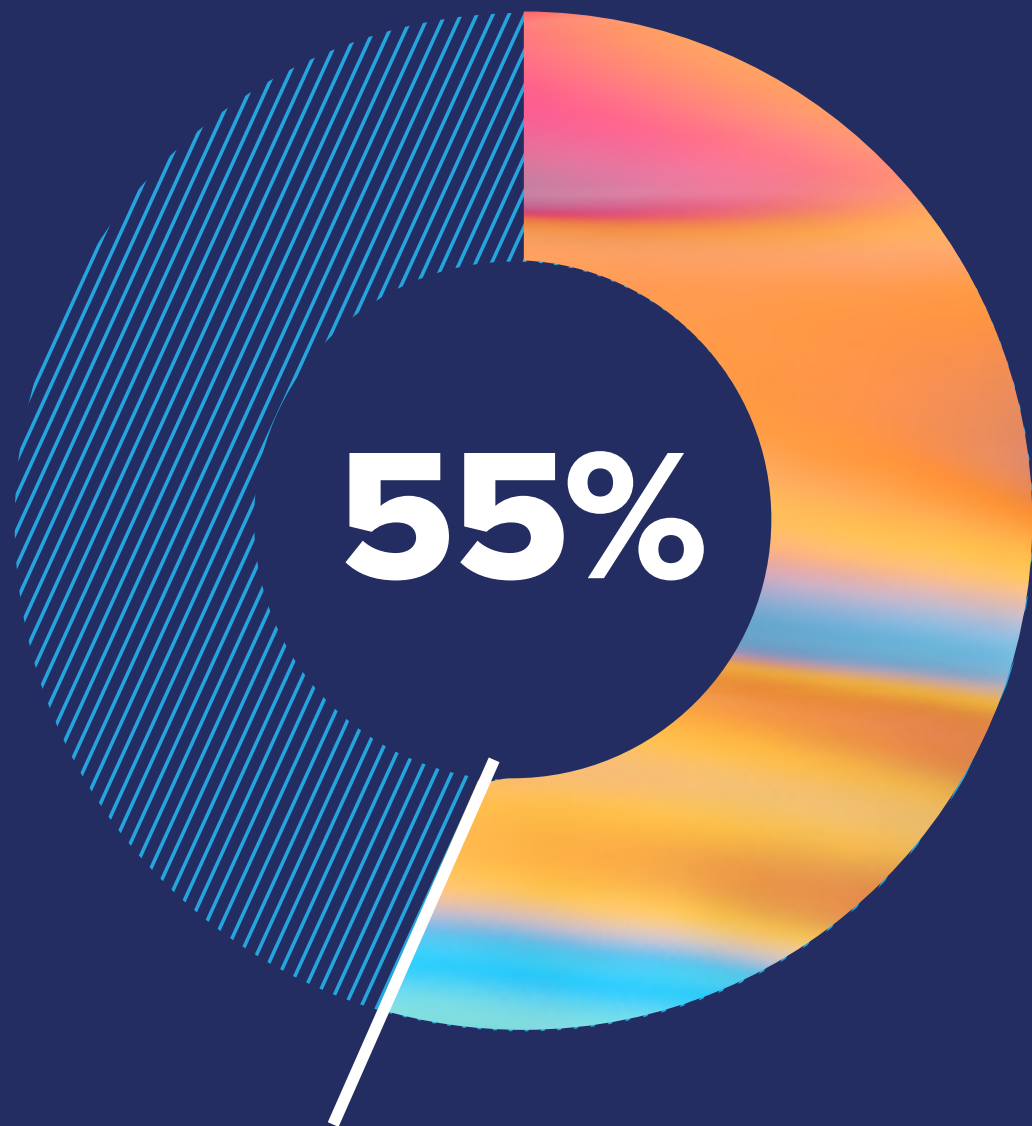
この先10年間で、あらゆる組織がさらに多くのアプリケーションを構築し、展開する必要性はますます高まるでしょう。そしてこれらのアプリはより複雑なものになると予想されます。単純なマーケティングのためのサイトとして始まったアプリの多くは、顧客のライフサイクル全体をサポートする、より包括的なものへと変化していくでしょう。

2. 管理するデータの増加：

これらのアプリやその他の接点はすべて、膨大な量の顧客データを生み出します。これは大きなメリットと言えるでしょう。当社の**2021年版CXレポート**では、魅力的なデジタル体験の創出のために、消費者の好みに関する十分なデータを収集する能力が過去18ヶ月間で特に重要であったと、33%ものマーケターが回答しています。

しかし真の意味で顧客を理解し、そこからインサイトを得て、パーソナライズされた体験を提供するためには、すべての情報を統合し分析する必要があります。





自社がデジタルエクスペリエンスプラットフォーム (DXP) を導入していると回答した marketer

“アクイア CXトレンドレポート2021:最新のデジタルCXの実現 日本市場版” アクイア、2021

3. 低減すべきリスクの増加: アプリやデータの増加は、リスクの増加につながります。デジタルコンテンツは、ブランド基準や関連法規に準拠する必要があります。


消費者は、企業に対して質の高いプライバシー管理を求めています。当社のCXリサーチでは、世界で5人に2人の消費者が、すべてのブランドが自分の個人情報を適切に取り扱っているとは思っていないことがわかりました。

4. コントロールするコンテンツが増加: コンテンツはあらゆるデジタル体験の中心にあります。楽しませてほしい消費者や買おうかどうか迷っている消費者は、かつてないほどコンテンツに対して貪欲になっています。当社のCX調査によると、2021年には49%もの marketer が、顧客エンゲージメントのためにさらに充実したコンテンツを作成することがわかりました。

クリエイターは、リッチなコンテンツをさまざまなチャネルで利用し、フォーマットやスタイル、トーンを変えて制作する必要があります。また、イベントの変化に応じてメッセージやオファーを調整しなくてはなりません。しかし83%の marketer は、すべてのデジタルプラットフォームで迅速にリリースできるコンテンツの作成に苦労していると回答しています。

イノベーションを 加速させる コンポーザブルDXP

コンポーザブルDXPによって、無限の
デジタル体験を生み出す方法



このような課題に対応するためには、スピード、瞬発力、柔軟性が必要ですが、一般的に企業が構築してきた従来の技術では対応しきれません。閉鎖的で単一的なシステムでは、選択肢が一つのベンダーのソリューションに限定され、それが目標達成の妨げになってしまいます。別のサービスを追加することができたとしても、その統合作業は往々にして面倒で頭痛の種になりがちです。ほとんどのレガシーアーキテクチャは、現在ビジネスにおいて主流となっているデジタルなやり取りをサポートするように設計されていません。

しかし幸いなことに、コンポーザブル・アーキテクチャはこれよりも優れた選択肢を提供します。ガートナー社が定義したこのモデルでは、包括的なビジネス能力が、企業全体の基盤となるアプリケーションの構成要素として機能するのです。

コンポーザビリティを備えたDXPは、APIファーストのアプローチにより、ユーザーの期待やチャネル、スタイルが新しくなっても、そのニーズに最も適したコンポーネントと簡単に統合することができます。

コンポーザブルDXP がもたらす価値と その実現方法

このようなコンポーザブルDXPの構造は、サンドイッチの断面を思い浮かべると分かりやすいかもしれません。一番上には音声やチャットなど、パーソナライズされたコンテンツやブランド体験の提供を統括するための共通体験レイヤーがあります。下にはすべてのトランザクションのデータレイヤーがあり、これが顧客のインサイトを集約する役割を果たします。

このレイヤー間にあるコンテンツは、サードパーティの技術パートナーによって開発された複合型サービスです。これらのモジュールは、MACHと呼ばれる4つのアーキテクチャの原則に基づいて構築されています。

- ／ マイクロサービス (M)
- ／ APIファースト (A)
- ／ クラウド型 (C)
- ／ ヘッドレス (H) ソリューションのフロントエンドがバックエンドから切り離されている状態

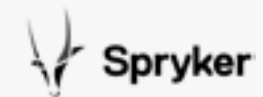
例えばEC事業者であれば、独自の用途に最も適したサービスで製品群をカスタマイズすることができます。トランザクションエンジン、検索プロバイダー、データプロバイダー、ワンクリック決済、クリエイティブツールなど、まったく異なるパートナーのサービスを統合することも可能です。また、購入までの道のりを加速させ、瞬時に商品を見つけて提供できるように、あらかじめ組み込まれたモジュールにアクセスすることも可能です。



デジタルサービスの導入を容易にする コンポーザブルエンタープライズ

共通体験レイヤー:コンテンツ | エクスペリエンス | 最適化
(パーソナライズされたコンテンツやブランド体験の配信を調整する)

コンポーザブルサービス:MACHサービス
(サードパーティの技術パートナーによる開発)



共通データ層:データ | 機械学習 | オーケストレーション
(全トランザクションサービスにおける顧客インサイトを集計)

コンポーザビリティは 各チームの連携を 強化する

コンポーザブルDXPによって、無限の
デジタル体験を生み出す方法



コンポーザブルDXPは、データやコンテンツを公開し、MACHの技術パートナーのエコシステムを集結させるだけではありません。開発、導入、コンテンツ作成、サイト構築、キャンペーン、テスト、最適化に関わるチーム全体のワークフローをつなげることもできます。

結局のところ、企業内のサイロは解消されるべきで、そのプロセスを繰り返す必要があるのです。そのためにはデジタルの業務手順を効率化し、自動化する必要があります。

このアプローチを取ることで、ガートナー社が「フュージョン・チーム」と呼んでいるように、担当者が複数の分野にまたがる集団に溶け込んでいくことができます。これにより、業務フローは順を追ってではなく、並行して行われるようになります。例えば、コンテンツ制作者やマシンラーニングに取り組

むデータサイエンティスト、新しいWebサイトのフロントエンドエクスペリエンスに注力する関係者たちは、それぞれが別のタスクを完了するのを待つことなく、独立して作業できるようになりました。

コーポレート、ローカルどちらのチームのマーケターも、ローコードやノーコードのツールを使用することができ、Web開発者やIT部門の助けを必要とせずにコンテンツの作成、サイトの更新、キャンペーンの構築を容易に行うことができます。さらに、セキュリティとガバナンスが最初からアプリケーションに組み込まれているため、制約はあっても柔軟な対応が可能です。

コンポーザブル・プラットフォームは、データに基づいて設計されたエクスペリエンスの創造と提供を合理化。これにより今までにないスピードと効率性を実現し、通常18ヶ月かかるコマースソリューションの展開を90日で可能にします。



やさしさとシンプルさを追求する ビジョン

アクイアのコンポーザブルDXPであれば、参入障壁は低くなります。シンプルな一つのサイトから始めて、それをどんどんスケールアップしていくこともできますし、いつでも新しいモジュールを追加することができます。もし途中で目的から逸れるようであれば、その都度軌道修正すれば良いのです。

コンポーザブルアーキテクチャを採用したDXPは、デジタル体験の迅速な構築を可能にします。しかし一方で、複数ベンダーのコンポーネントをつぎはぎしていくことは、最終的に複雑になることは避けられません。しかし、組織内のすべてのアプリケーションを一つのプラットフォームに集約できれば非常に効率的です。また、各チームがお気に入りのサービスや機能を選んでDXPに利用できるようになれば、さらにシンプルに美しくなります。



ラディカル・イノベーター の成功事例

コンポーザブルDXPはあらゆる業界に対応し、幅広い体験を提供することができます。ここでは、企業がコンポーネントベースのアプローチの力を活用し、将来性のあるコンセプトを短期間で成功させた三つの事例を紹介します。



ジェネシス・ヘルスケア・システム

オハイオ州を拠点とする医療機関で、非営利の病院、医師のネットワーク、複数の外来センターから構成されています。しかし、残念ながら以前のWebサイトは理想的なエクスペリエンスは提供できていませんでした。

例えば、初診の患者さんは彼らのサイトから予約が取れずに困っていました。また、従来のコンテンツ管理システムでは簡単にコンテンツ作成ができなかったため、ジェネシス社では顧客満足度の高いやり取りを実現することができませんでした。

ジェネシス社は、デジタルコンサルティング会社のPerficient社と提携。より充実した機能と特性を備えた新しいサイトの設計、構築、立ち上げを行うことにしました。そして電子カルテシステムからのAPIを統合し、ビジターはオンラインで簡単に予約を取ることができるようになりました。

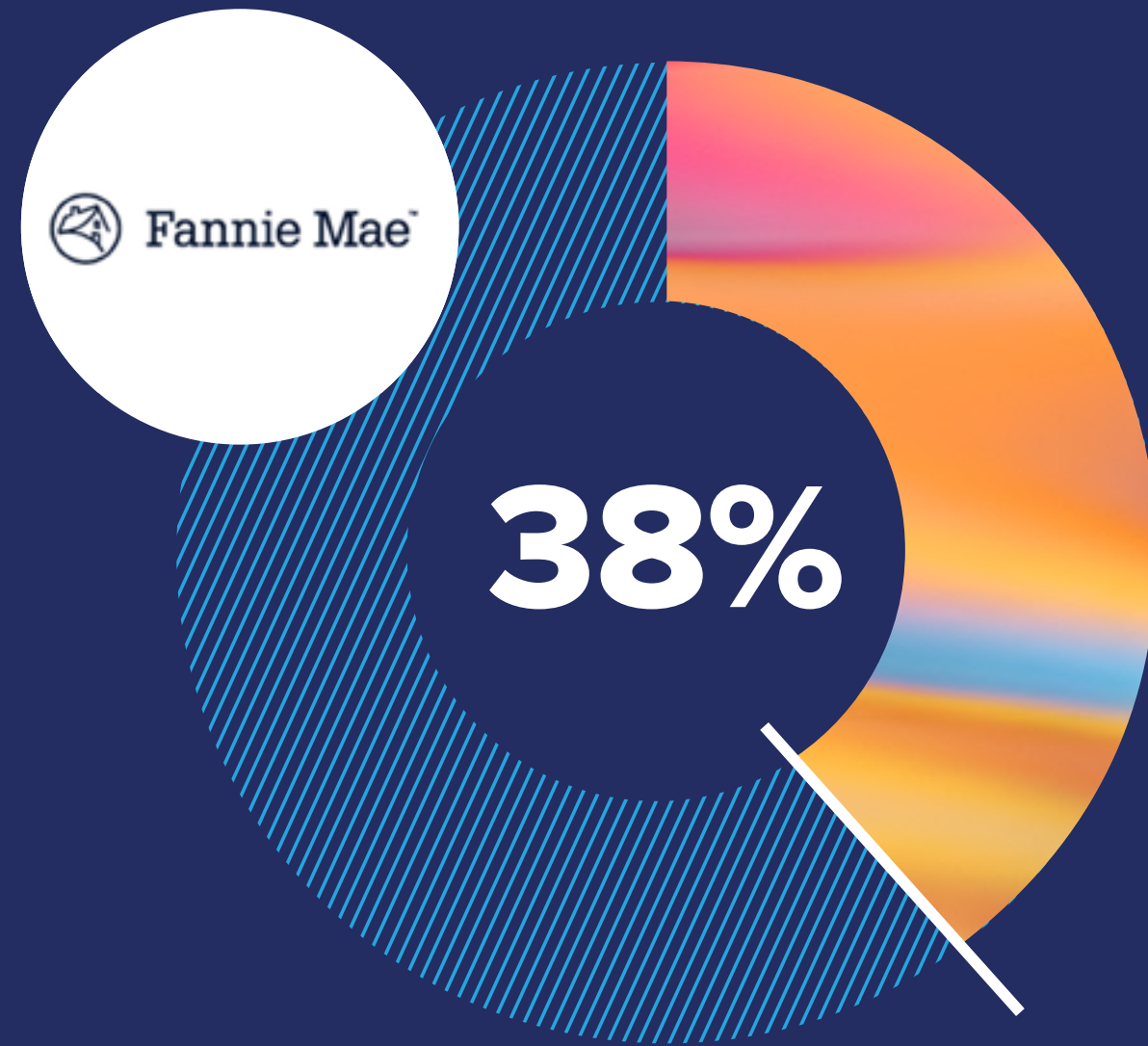
さらにジェネシス社のマーケティングチームは、さまざまな患者獲得キャンペーンに基づいて、ニーズに合ったコンテンツを簡単に作成、提供できるようになりました。その結果、Webサイト経由の新規患者数が増加。オーガニックトラフィックが増加し、ユーザーエンゲージメントも向上しました。



ファニーメイ

ファニーメイ社は米国政府系金融機関であり、上場企業として住宅ローンの融資、住宅購入、借り換え、賃貸の仲介を行っています。彼らは全米各地で山火事が発生した際、できるだけ早く住宅所有者と賃貸者に必要な情報を届けたいと考えていました。

ファニーメイ社と代理店のFFWは個人向けにコンテンツを作成し、山火事の支援プログラムに関する行動を呼びかけました。このコンテンツをファニーメイ社のWebサイトに掲載し、地域ターゲティングを利用して被害の大きかった7つの州からのWeb訪問者に表示させました。その結果、ターゲットとした州の訪問者のうち38%がこのコンテンツをクリック。また、このコンテンツを見た住宅所有者はローンの検索数が多く、賃貸住宅所有者は資料請求フォームの送信数が増えました。



ターゲットとする州のビジターのうち、
カスタマイズされたコンテンツをクリックした人

マースリグレー

マースリグレー社は、M&M'S、SNICKERS、SKITTLES など世界的に有名なブランドを製造しています。パンデミックによってハロウィーンの開催が無くなり販売機会も失われる中、彼らとデジタル・パートナーのBounteous社は、コミュニティ形成とデジタル・コマースを実現する「TREAT TOWN」という企画を発案しました。ユーザーは、バーチャルな家をデコレーションし、お菓子のクレジットを購入。アバターで登場する参加者は、このクレジットでオンラインや店舗で本物のお菓子と交換できるのです。

コンポーザブルDXPを使用することで、クリエイティブアセットのライブラリーを含む複雑なプログラムを構築し、構想からモバイルアプリの配信までわずか12週間で実現することができました。

TREAT TOWNは2020年10月に50万ダウンロードを超えるトップアプリとなり、25万世帯をつなぎ、870万件のアプリ内イベントを実施しました。

500,000
ダウンロード

250,000
世帯



870
万アプリ内イベント

コンポーザブルDXPによって、無限のデジタル体験を生み出す方法

イノベーションを 制限するのではなく、 推進するエンタープラ イズ・アーキテクチャ



テクノロジースタックを刷新し、コンテンツ、データ、デジタルサービスの構築・統合方法を根本的に変えることで、仕事の進め方や顧客体験を劇的に向上させることができます。コンテンツ管理と顧客データ管理の両方を備えるだけでなく、コンポーザビリティを備えたDXPを導入することで、次のようなことが可能になります。

- ／ 低コストで高度にパーソナライズされたインタラクションの実現
- ／ ライフサイクルのスピードに合わせた展開
- ／ 迅速な価値創造の実現
- ／ 高い成果を生み出す
- ／ 顧客ニーズの変化に合わせた進化
- ／ マーケターのペースを落とすことなく、ITとセキュリティチーム両方に有益なフレームワークの適用

コンポーザブルアーキテクチャを備えたDXPを採用することで、エクスペリエンスに関する4大課題に対応するだけでなく、まだ見ぬ各機能のニーズにも将来的に対応できるようになります。コンポーザビリティは、予測不可能な世界で存在感を発揮するための究極の鍵とも言えるでしょう。

唯一無二の コンポーザブルDXP のご紹介

Drupal CloudとMarketing Cloudを搭載した
Acquia DXPが、どうエクスペリエンス作成プロセス
を改善するのか、ぜひお確かめください。

[詳しくはこちら](#)



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。

