

CCMS/CMS導入と技術情報の付加価値向上

テクニカルコンテンツに期待される役割と制作部門での課題

仁村 一利 | Senior Product Marketing Manager



CD シンポジウム (8月) のふりかえり



Adobe の統合オーサリングソリューション

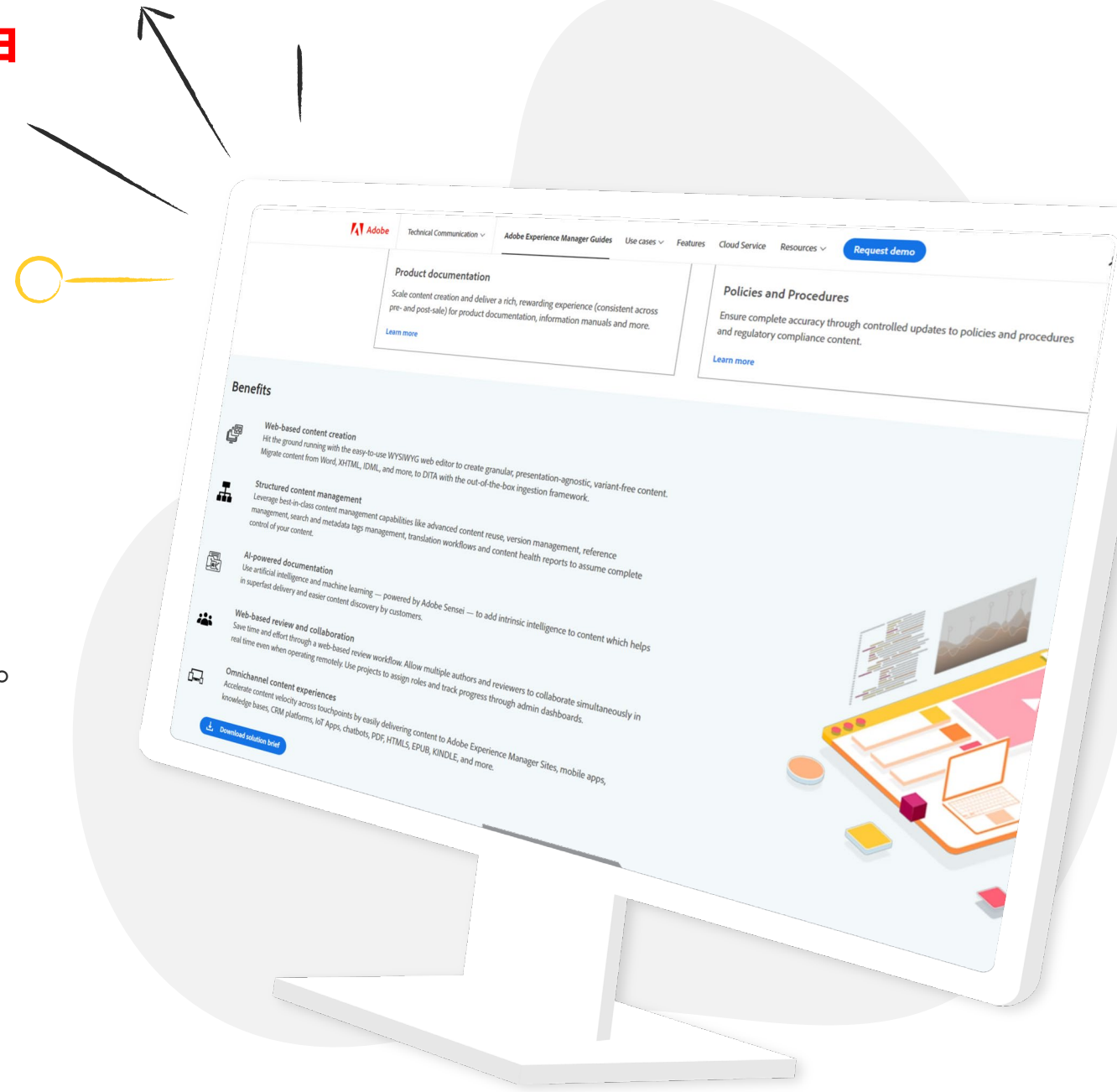


Adobe Experience Manager Guides

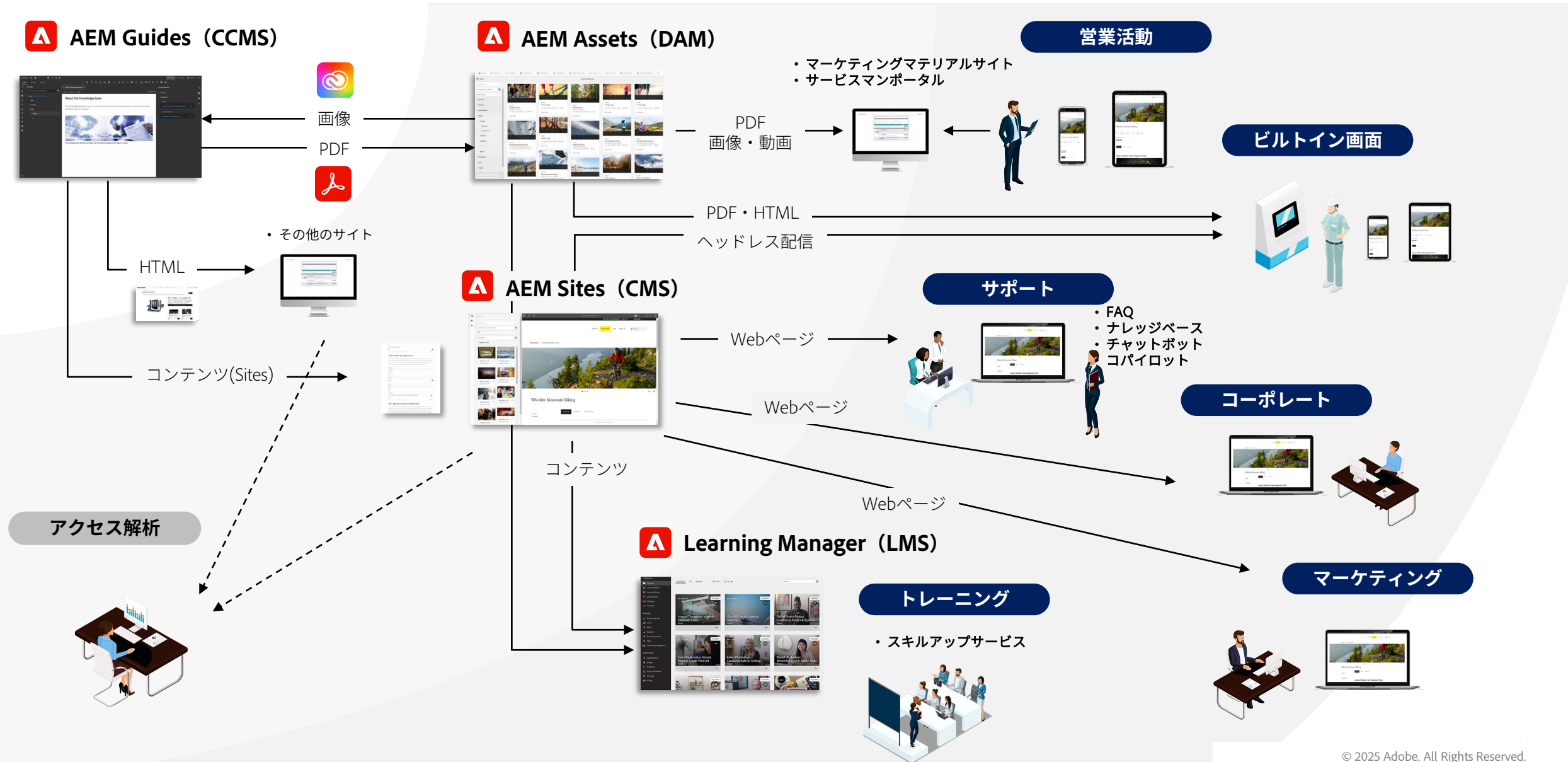
は AEM プラットフォームを活用した **Component Content Management System (CCMS)** です。

CCMSは、ドキュメンテーションとコンテンツの専門家が、製品ドキュメント、セルフサービスヘルプ、ユーザーガイド、ナレッジベース、サポートコンテンツなどを作成、管理、配信できるようにするためのツールです。

デジタルビジネスを強化するエンドツーエンドのプラットフォームを提供し、企業がタッチポイント間で一貫性のある魅力的な体験を提供できるよう支援します。



Adobe Experience Manager をプラットフォームとした文書コンテンツ管理のイメージ



Adobe Experience Manager Guides が実現すること

- ・ 既存の情報提供方法の改善と新しい情報提供方法の開発
 - ・ 目的別ポータルの開発
 - ・ オンデマンド配信コンテンツの提供方法の設計、実装
 - ・ AI 活用の実装（Web 検索レベル、サイト内レベル）
- ・ 情報内容、製品機能へのフィードバック
 - ・ 個別コンテンツの効果測定
 - ・ コンテンツ内容改善のためのフィードバック
 - ・ 製品機能改善のためのフィードバック

フィードバックからのピックアップ



構造化に移行する課題と効果についてより知りたい

- ・ 文書コンテンツに期待される役割
 - ・ 企業レベルの意識改革
 - ・ 文書コンテンツの役割
- ・ コンテンツの構造化とマルチパブリッシュがもたらすベネフィット
 - ・ 導入企業での効果
 - ・ 制作部門での効果
- ・ 制作部門での課題
 - ・ 文書コンテンツに対する認識
 - ・ 構造化の捉え方

文書コンテンツに期待される役割

- ・ 企業レベルの課題

- ・ 文書コンテンツはしばしば「必要経費」として扱われ、製品サイクルの最後に追い込まれるように作られ、サポート機能と見なされがちです。
- ・ 文書コンテンツは成長のレバーです。顧客離脱を防ぎ、採用を加速し、顧客生涯価値を拡大します。

- ・ 文書コンテンツの計測可能な役割

- ・ オンボーディング時間の短縮
- ・ サポートチケットの減少
- ・ 顧客満足度の向上

コンテンツの構造化とマルチパブリッシュがもたらすベネフィット (IDC による大手企業 6 社の調査)

- ・ 導入企業での効果
 - ・ 顧客満足と収益の両方が改善し、年間583万ドル超の追加売上
 - ・ 年間平均 3.8百万ドルの利益、3年間で 287%のROI、13.9 か月で投資回収
- ・ 制作部門での効果
 - ・ テクニカルライティングチームの効率が 17% 向上
 - ・ クリエイティブチームの効率が 11% 向上
 - ・ 翻訳管理者の効率が 8% 向上
 - ・ 管理部門の効率が 17% 向上

制作部門での課題

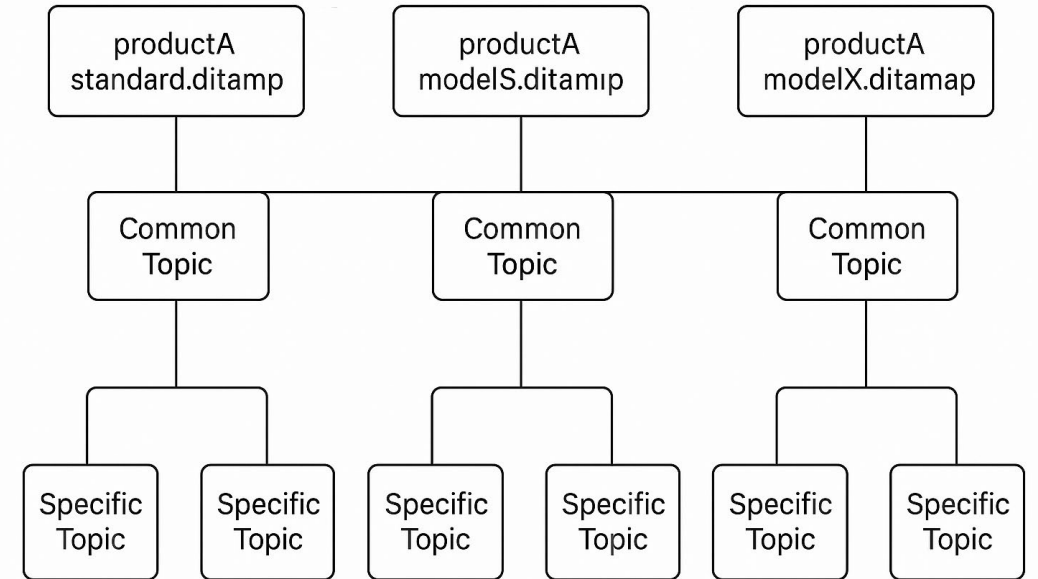
- ・ 文書コンテンツに対する認識
 - ・ 「正確で解り易い記述で、製品の機能を記述する」ということは不変
 - ・ 「付属物」ではなく、顧客採用・価値実現・ロイヤルティ維持を決める重要接点
 - ・ 顧客の満足度・定着率を高め、収益成長の新ルートを切り拓く重要ツール

これらの目的を文書コンテンツ制作チームだけでなく、製品チーム全体で共有し、制作スケジュール、リソース配分に反映することが実現への道です。

そのためには、前述したような投資効果を可視化してマネージメント層に訴求することが求められます。

構造化の捉え方

- ・ 構造化されたコンテンツの一般的なモデル
 - ・ 右のモデル図から解るように、共通コンテンツと個別コンテンツを組み合わせ、目的とする内容をカバーする意識が大切になります。（トレーラーに必要なコンテナを積むようなイメージ）
 - ・ 制作担当者は「コンテンツエンジニア」「コンテンツ設計者」の色彩が強くなります。
 - ・ 新しい指標の検討（トピック再利用率、パブリッシュ時間短縮、修正波及の自動化率等）



「文章を書く人」から「知識を構造化して届ける人」への変化

Thank you !

