

動画は新しいWeb 2.0データシート

Serena Softwareは、Fortune 100のうちの96社を含む15,000の顧客を有する、アプリケーション開発企業です。株式非公開のグローバル企業であるSerena社は、開発ニーズに応じて、ITを提供するとともにビジネス効率、生産性、可視性を実現します。組織によるコスト削減とプロセス効率化を支援するため、Serena社はビジネスマッシュアップによって、組織が簡単な開発とプロセスの作成を迅速に行えるようにします。一般的で日常的なプロセスを自動化するビジネスマッシュアップは、ビジュアルで、コーディングを必要としません。



Brightcoveの導入により、SerenaはWeb上での単なる動画投稿をはるかに超えた、豊富なユーザを擁する顧客中心のWebサイトエクスペリエンスを提供することが可能になりました。

戦略的マーケティングツールとしての動画

ブランドをプロモーションしたり、顧客へダイレクトにアピールしたりする場合に、動画が強力な手段となることを、Serena社はWeb 2.0時代の初期に認識していました。また同社は、従来のデータシートなどの製品資料よりも、この種のブランディングされたコンテンツのほうがバイラルや共有に向いていることを直感的に理解しています。

Serena社は、ビジネスマッシュアップの情報を提供する動画リソース「MashupTV」の開設を決定しました。Serena社はすぐに、MashupTVをサポートする動画ソリューションを自社で構築および維持する場合のコストの高さと煩雑さに気づきました。そのため、オンライン動画ソリューションをオンデマンドプロバイダにアウトソーシングしてコストを削減することにしました。当時はYouTubeが人気を拡大していました。しかしSerena社の目的は、コンテンツの質や総合的なエクスペリエンスを管理しやすい自社Webサイトへトラフィックを誘導することだったので、ブランディングしたコンテンツをホスティングするためにBrightcoveを選択しました。

ブライトコーブソリューション

グローバルマーケティング担当のシニアディレクタMichael Parker氏は、その機能を知ってすぐにBrightcoveを選択しました。Serena社はSoftware as a Service (SaaS)を提供しているため、自社でもSaaSまたはオンデマンドのサービスを使用してビジネスを効果的に管理します。Parker氏は、Brightcoveの多様な配信機能、使いやすさ、柔軟性、コストを考えれば、当然の選択であったと言います。ディステーションサイトとしてBrightcoveを、プロモーションにYouTubeを使用するという併用戦略により、Serena社はYouTubeですでに獲得していたトラフィックを利用して視聴者を増やすと同時に、Brightcoveを利用したMashupTV上にあるブランディングしたコンテンツにも、そのトラフィック誘導することができました。

ブライトコーブソリューション (つづき)

Parker氏によると、Brightcoveを選択した要因は、以下のユニークな機能でした。

- 配信 - Brightcoveは動画配信のための柔軟な手法を備えているため、Serena社は配信戦略をカスタマイズできます。Serena社は、視聴者が友人とコンテンツを簡単に共有できるようにすることで、幅広いコンテンツ視聴者を獲得することができます。またSerena社はプレーヤにプラグインを追加して、コンテンツに対する視聴者の反応および関与を促し、共有の機会を拡大することができます。
- 使いやすさ - Brightcoveは、Serena社の動画公開および配信ニーズのすべてに対応した、世界中どこからでもオンラインでアクセス可能な、1つに統合されたソリューションを提供します。Serena社は開発やITリソースを必要とせず、簡単に動画プレーヤを作成、管理、カスタマイズすることができます。
- 柔軟性 - Brightcoveはオープンスタンダードを使用して構築されており、Serena社のユニークなニーズ、目標、ブランディング要件にも対応可能な、大幅なカスタマイズができるよう設計されています。
- 動画の画質 - Brightcoveを使用することで、Serena社はHDまでのさまざまな画質の動画視聴を提供できます。Brightcoveの動的配信機能では、ユーザの帯域幅条件に応じて最善の画質の動画が提供されるよう、動画ストリームのビットレートを自動的に調整します。
- ROI - Serena社はオンライン動画のニーズをすべてBrightcoveにアウトソーシングすることで、コストのかかる自社ソリューションを維持することではなく、インパクトのあるコンテンツの作成に注力することができます。

「YouTubeは膨大な視聴者を有する強力なメディアです。しかし当社は、総合的なエクスペリエンスを管理しやすい自社Webサイトへ視聴者を誘導するという二重の戦略を実現したいと考えていました」とParker氏は語ります。「Brightcoveを使用することで、複数のチャンネルを作成したり、ブランディングしたコンテンツをさまざまな方法で視聴者に提供したりするために必要な柔軟性を備えた、使いやすい低コストのソリューションが手に入りました。」

ROIに対する即効性

Brightcoveの支援を得て、MashupTVに4種類の専用動画チャンネル(Mashup Fun、Chalk Talks、Events、Customer Videos)が開設されました。またSerena社は、オンラインバナー広告と検索エンジンマーケティングを利用したマーケティングキャンペーン「JUST @\$% IT!」を実施し、大成功を収めました。メインの動画はティーザー広告としてYouTubeに配置されました。そしてトラフィックは、視聴者が動画を見るだけでなく、無料ホワイトペーパーや無料体験版ソフトウェアをダウンロードできるMashupTVのキャンペーン本体へと誘導されます。このキャンペーンにより数千の視聴者がMashupTVに誘導され、Serena社のサイトに対する全Webトラフィックは3倍になり、製品や無料体験版のダウンロード数は2倍になりました。さらに、Serena社がOMMA 2008でBest B2B Integrated Online Campaign賞を受賞したことで、最大のマーケティング成果が得られました。

MashupTVの成功をうけて、Serena社は現在、Brightcoveの利用拡大と、製品ライン全体への動画マーケティング展開を検討しています。同社は、ランディングページと登録ページとともに、紹介の動画を公開することを計画しています。またSerena社は、ユーザ作成コンテンツやモバイル動画の機能を備えた、次世代MashupTVの実現も視野に入れています。その一方でSerena社はこれまでの成功をさらに拡大するために、MashupTVの大幅なコンテンツ刷新計画の遂行を予定しています。

Parker氏は、こう締めくくっています。「Web 2.0時代において、動画はB2B企業のための真のマーケティングツールです。Brightcoveによって、Web上での単なる動画投稿をはるかに超えた、豊富なユーザを擁する顧客中心のWebサイトエクスペリエンスを提供することが可能になります。ここまでの成果に大変満足しています。ソリューションの採算は簡単に取れました。」