



# 統合プラットフォームの全社展開

複数あったポータルをグローバルで利用する統合プラットフォームへ完全移行

## サマリー

QAD社は、製造業企業向けのエンタープライズソフトウェアとサービスの大手プロバイダーです。同社は、様々なポータルを別々に管理・運用していましたが、様々な課題を抱えていました。しかし、Liferayを導入し統合プラットフォームを構築したことで、散らばっていたポータルの一元管理やより優れたユーザーエクスペリエンスの提供に成功しました。

## 事例概要

### 業界:

IT

### 国:

アメリカ合衆国

### 活用ケース:

統合プラットフォーム

### キーワード:

オーディエンスターゲティング、  
モバイルレスポンス、グローバル展開

“

**Liferayは、信頼でき、かつ使いやすいシステムです。  
自信を持ってお勧めできます。**

ボブ・ワード氏、QAD社 ITエンジニア

## 課題

- ・ 複数のポータルを運用していたため、データがバラバラだった。
- ・ ITチームが、現場からの様々な要望に応えることができていなかった。
- ・ 他システムとの親和性が高いソリューションを求めている。

## 導入効果

### 複数あったポータルを1つに統合

様々なポータルを1つに統合することにより、データの一元管理などに成功。

### 容易な機能追加

Liferayの高い拡張性により、機能追加を容易に実現。

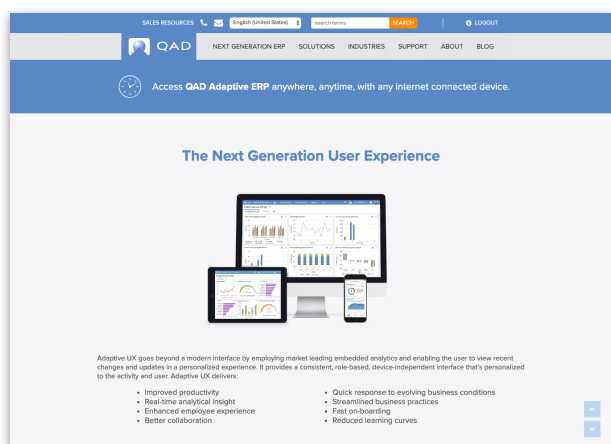
### 100カ国での展開

100カ国で統合プラットフォームを統一し、11言語でサービスを提供。

## 導入背景

QAD社は、世界中に多くの従業員や顧客を抱えており、各ステークホルダーに合わせた様々なポータルを運用していました。ポータルを担当している同社のITチームは、ポータルが社内に散らばっていることもあり、マーケティング、営業、エンジニアリングなどの現場の要求に応えられていないことが課題となっていました。そこで、公開サイトやユーザーコミュニティ、社内ポータル、カスタマーポータルやサプライヤーポータルなどすべてのサイトを1つのソリューション、統合プラットフォームとして構築することを決めました。

ITチームは、オープンソースのJavaソリューションにコミットすることにし、業界アナリストの推薦を基に検討した結果、新しいプラットフォームとして選んだのが高い統合力を有するLiferayでした。



## スモールスタートからの全社展開

Liferayの導入は、より良いソフトウェアを選ぶという目的の他に、ステークホルダーの支援を向上するというものがありました。デジタルビジネスの変化に伴い、QAD社内におけるITチームの役割はもはやテクノロジーの管理だけではなくなり、同社の従業員、顧客、パートナー会社のニーズの把握、そしてそれぞれの目標達成を支援するソリューションの提供という責務を負うようになりました。

ITチームは、まずはじめにスモールスタートとして、オンラインコミュニティフォーラムを構築しました。社内外の多くのユーザーが参加するようになり、フォーラムの立ち上げに成功。ITチームは次に、LiferayをQAD社の公開ウェブサイトやカスタマーポータル、サプライヤーポータルにも展開し、今では11言語、100カ国で展開されています。

同社の旧社内ポータルはカスタマイズされており、従業員が必要なツールやコンテンツをすぐに見つけることができるようになっていました。Liferayの導入においても、その高い柔軟性から、旧社内ポータルで利用していた機能に加え、アプリの作成・利用、会議室の予約、従業員向けリクエストポータルなど、幅広い機能を備えた15個のプラグインで機能拡張しました。「Liferayには優れた技術基盤があり、他のシステムとの親和性が高いため、今まで通りの作業が行いやすく助かっています。」とQAD社のITエンジニアであるボブ・ワード氏は述べています。

## よりパーソナライズされたサービス提供へ

Liferayへの移行から6年経った今も、QAD社はLiferayを活用し続けています。Liferayで構築した統合プラットフォームは、QAD社の高いIT基準を一貫して満たし続けており、新しい要件に対しても、ITチームが各プロジェクトを進化させ続けられる柔軟性を備えています。

この6年間の間にも、ITチームはサポートサイトにて、顧客によりパーソナライズされたサービス提供を始めました。Liferayのオーディエンスターゲティングモジュールにより、追加開発することなく、アカウント作成時のプロフィールをもとに、各ユーザーのニーズや好みに合わせたアカウントホームページのダッシュボード提供できるようになりました。主な属性（ジョブロール、インストールタイプなど）に基づいて顧客セグ

メントを作成し、オーディエンスターゲティングを使用してグループごとに異なる表示を提供。フロントエンドでは、顧客が使用する一般的な機能の様々なアイコンが表示されており、バックエンドでは、サイトが顧客データを複数の異なるソースから引き出しています。QAD社が管理するダッシュボードは8種類あり、各顧客に最も適していると思われるデフォルトビューを自動的に設定しています。このパーソナライゼーションの手法により、新機能を迅速にリリースできるようになり、カスタマーエクスペリエンスが向上しました。

QAD社では今後、このオーディエンスターゲティングに加えて、新たな機能を追加していく予定です。具体的には、より多くの顧客データを集約して顧客を俯瞰

的に見られるようにし、顧客プロフィールに含まれていないものに基づいてパーソナライズされたメッセージ（「しばらくプロフィールが更新されていません」など）でコンテンツターゲティングを行い、さらなるコミュニケーション強化を目指します。

「Liferayを薦める最大の理由は、その高い実行力（ITパフォーマンス）にあります。」とワード氏は述べています。Liferayの強固な技術基盤により、QAD社は組織におけるITの役割とともに、長期に渡り利用できるプラットフォームを確立できました。