

LaunchDarkly ➔

正確なターゲティングで製品体験を向上させる

エンジニアに負担をかけることなく、あらゆるオーディエンスに合わせて調整されたソフトウェア機能を提供する方法

目次

序章	2
01 ターゲットを絞った製品体験を提供する上での 3 つの障壁	4
開発者にとって、苦労は現実のもの	
開発チームと製品チームは、新機能を簡単にテストできない	
ビジネスチームは顧客体験をコントロールできない	
02 LaunchDarkly の活用方法	8
オーディエンスについて知っているあらゆることを基にターゲットを設定する	
ユーザーのサブセットで機能をテストする	
ビジネスチームにターゲティングのコントロールを任せる	
03 顧客成功事例	22
Hulu	
Admiral Insurance	
04 スタートガイド	27

ターゲティングは必須

今日のデジタル環境では、顧客にパーソナライズされた製品体験を提供することは、企業が繁栄し、時代に残されないために不可欠です。2021 年のマッキンゼーのレポートによると、パーソナライゼーションに秀でた企業は、そうでない企業よりも 40% 多くの収益を生み出しています。さらに、2022 年の Salesforce のレポートでは、顧客の半数以上(56%)が、一貫してパーソナライズされた体験を期待していることがわかりました。

市場の圧力は確かに、企業にソフトウェア製品のパーソナライズを迫っています。しかし、パーソナライゼーションは、「ターゲットを絞った」製品体験というより広範なカテゴリの 1 つの枝に過ぎません。後者には、特定のオーディエンス セグメントへの新機能のリリース、特定のユーザーによるベータテストの実施、特定のユーザー属性に基づく機能へのアクセス許可、その他、誰が、または何が、いつ、どの体験を得るかを制御するあらゆる形態が含まれます。企業が成功するためには、このようなより包括的な方法でターゲットを絞る必要があります。

残念ながら、このようなターゲティング機能をソフトウェアに組み込むには、大規模な開発作業が必要です。その結果、多くの組織がターゲティングに失敗し、以下のような事態を招いています。

- ❖ 顧客満足度の低下
- ❖ 顧客解約の増加
- ❖ 開発努力の無駄
- ❖ 新しい収益源の機会損失
- ❖ 市場シェアの喪失



幸いなことに、LaunchDarkly は、開発チームとビジネス チームに、過度なエンジニアリング負担をかけることなく、あらゆるオーディエンスに合わせて調整された機能と体験を提供する能力を提供します。このガイドでは、LaunchDarkly を使用して、オーディエンスについて知っているあらゆることを基にターゲットを設定し、ユーザー ベース全体ではなくユーザーのサブセットで機能をテストし、ビジネス チームにターゲティングのより多くのコントロールを与えることで、顧客に利益をもたらす方法を探ります。

このドキュメントは誰のためのものか？

このガイドは、ソフトウェア開発および製品管理のリーダー、ならびにソフトウェアまたはデジタル体験を担当する経営幹部を対象としています。



ターゲットを絞った体験を提供する上での 3 つの障壁

ターゲットを絞った体験とは、ソフトウェア サービスや製品を、個々のユーザーやオーディエンス セグメントの正確な要求に合わせて調整することを意味します。以下のセクションでは、組織がターゲティングにおいて直面する課題と、それがビジネスにどのように悪影響を与えるかを検証します。

01

開発者にとって、苦悩は現実のもの

あらゆるビジネスには、それぞれ独自のターゲティング要件があります。保険会社は、連邦規制を遵守するために、ニューヨークの会員に Web ポータルで雇用証明書を表示する必要があるかもしれません。キャッシュ アプリは、ユーザーの人口統計データに基づいて、新しいバーチャル クレジットカードにパーソナライズされた割引を提供する必要があるかもしれません。あるいは、自動車メーカーは、テストのために新しい機能を社内開発者だけにリリースする必要があるかもしれません。特定のビジネスのニーズに完全に合致するターゲットを絞った体験をサポートすることは、非常に複雑になる可能性があります。

開発者は、大量のカスタムコードを作成する必要があります。柔軟なアーキテクチャを設計し、Web、モバイル、ゲーム機など、さまざまなプラットフォーム間で一貫した体験を保証しなければなりません。また、ターゲティング ソリューションをサードパーティの顧客データ プラットフォームと統合する必要がある場合もあります。これは、単一のターゲティング属性を含む基本的なユースケースをサポートするために必要なオーバーヘッドのようなものであり、複数の属性と複雑なレイヤーを持つものと言うまでもありません。

これらすべての複雑さにより、ほとんどの組織は、精度と規模を持ってターゲットを絞るのに苦労しており、その結果、顧客の不満、競争優位の低下、収益機会の損失につながっています。

02

開発チームと製品チームは、新機能を簡単にテストできない

適切なターゲティング機能がないと、製品提供チームは、多くの場合、新機能を一度にユーザー ベース全体にリリースせざるを得なくなります。これはリスクの高い行動です。彼らは機能を段階的に提供することができません。また、制限された本番環境でコードを安全にテストすることもできません。さらに、一部のユーザーだけで新機能をテストすることもできません。



これらのターゲティング パターンを採用できないことは、ビジネスに悪影響を及ぼします。顧客セグメントに段階的に機能をリリースできない場合、彼らは大きなリスクを負うことになります。特定の社内開発者だけで本番環境で安全にテストできない場合、バグを早期に発見できません。そして、ベータ テストができない場合、製品の問題を明らかにし、より広範なリリースの前に製品を改良できる貴重なユーザー フィードバックを逃してしまうことになります。

結局のところ、ユーザーの一部だけでターゲットを絞ったテストを実施できないことは、ビジネスの成長と成功を阻害します。

03

ビジネス チームは顧客体験をコントロールできない

社内でターゲティングを構築する苦労と費用を正当化できたとしても、別の問題が残ります。それは、開発者がビジネス全体のターゲティングを管理しなければならないということです。なぜでしょうか？

通常、社内製のターゲティング ソリューションは、ユーザー フレンドリーなインターフェースを備えていないため、開発者以外は(例:製品マネージャー)使用できません。さらに、社内ソリューションには、きめ細かいユーザー権限がありません。ターゲティング ワークフローは、本番システムに影響を与えます。そのため、特定の人だけがこれらのワークフローを制御する必要があります。適切なコントロールがないと、開発者はすべてのターゲティング ワークフローを自分で管理するしかありません。

そのため、開発者はさらに別の負担を強いられるだけでなく、顧客を最もよく知っているビジネスチームが顧客体験を管理していないことになります。ビジネス関係者は、パーソナライズされた、文脈に関連した体験を顧客に提供するための最適な立場にあります。彼らがそのような体験をコントロールできない場合、それはビジネスを競争上の不利な立場に置きます。



ターゲットを絞った体験を作成し提供する際に、ほとんどのビジネスが直面する課題と、それがビジネス全体にどのように悪影響を与えるかについて説明しました。次に、LaunchDarkly がどのようにターゲティング プロセスを簡素化し、スケールアップするかを見て、ビジネスが簡単かつ安全にカスタマイズされた体験を提供できるようにする方法を見ていきましょう。

//

「一般的」と「完全にカスタマイズ可能」な製品体験の間の緊張関係は、多くのソフトウェア企業の成否を分けるものです。一般的なアプローチは簡単にスケールしますが、小規模な顧客への販売にしか十分ではありません。高度にカスタマイズ可能なアプローチは大規模な企業の機会を解放しますが、前もっての投資が必要で、摩擦と長期的なメンテナンス コストを増やします。機能管理はこの緊張関係を解決し、危険なオーバーヘッドなしにカスタマイズをスケールすることを可能にします。

Timothy Cook

プロダクト マネージャー, LaunchDarkly



LaunchDarkly の活用方法

強力なターゲティング エンジン vs. 軽量なターゲティング ツール

多くのパーソナライゼーション ツールは、外観、レイアウト、コンテンツに関して表面的なフロントエンドのカスタマイズを提供します。しかし、サービスまたは一連のサービスの中核で行われるパーソナライゼーションに必要な包括的な深さには対応していません。

一方、LaunchDarkly は、フル スタック(サーバー サイドとクライアント サイド)を大規模にカバーする安全なターゲティング エンジンを提供します。アプリケーション全体とそのすべてのサービスがシームレスに連携された、パーソナライズされた機能的な製品体験を提供します。

以下のセクションでは、LaunchDarkly のターゲティング エンジンとフィーチャー フラグが、ターゲットを絞った体験を提供する上での 3つの主な障壁にどのように対処するかを探ります。

フィーチャー フラグ (Feature flags)

フィーチャー フラグは、開発者がエンドユーザーに見せることなく本番環境に機能をデプロイできるようにする条件付きステートメント(例:if-else)です。つまり、デプロイとリリースを切り離します。LaunchDarkly のフィーチャー フラグとターゲティングを使用すると、本番環境で特定のユーザー、セグメント、デバイス、アプリケーション、プラットフォームなどにソフトウェア変更をリリースできます。これにより、リリース時のリスクが軽減されます。また、パーソナライズされたソフトウェア体験を提供するためのコントロールが得られます。



01

オーディエンスについて知っている「あらゆること」を基にターゲットを設定する

LaunchDarkly を使用すると、オーディエンスについて知っているあらゆることを基にターゲットを設定できます。そして、「あらゆること」と言うとき、私たちは本当にあらゆることを意味します。これにより、カスタム コードを必要とせずに、ユーザー体験の重要な部分を管理し、各オーディエンス セグメントに合わせて調整し、変化する状況に適応させることができます。

思い通りにターゲットを設定する

LaunchDarkly を使用すると、企業は、コンテキスト認識型ターゲティングを使用して、任意の属性または属性の組み合わせに基づいてユーザー体験をパーソナライズできます。LaunchDarkly のカスタム コンテキストを使用すると、ユーザー、アプリケーション、またはビジネスの他の側面に関するあらゆる詳細を定義し、ターゲットにすることができます。

アプリケーションのデータ モデルを使用してターゲティング ルール、セグメント、および実験を構築できるため、既存のインフラストラクチャとのシームレスな統合が保証されます。さらに、LaunchDarkly は、異なるアプリケーションやサービス間で無限のコンテキストと属性(つまり、ターゲティング オブジェクト)をサポートしているため、制限なくカスタマイズできます。複数のコンテキストの種類(デバイスの種類、地理的位置情報、ユーザーの人口統計データ、オペレーティングシステムなど) をターゲットにするために単一のフラグを使用することで、LaunchDarkly はターゲティング プロセスを合理化し、技術的負債を最小限に抑えます。

ターゲティングがビジネス言語とデータ モデルを完全に反映している場合、チームは機能をリリースおよびカスタマイズする方法についてより賢明な決定を下します。顧客はパーソナライズされた体験を得ることができ、エンゲージメント、維持率、収益の向上につながります。



機能エンタイトルメントの自動化

LaunchDarkly を活用している企業は、顧客層（プレミアム、ベーシック、無料など）、地域の規制、アカウント固有のパラメーターなどに基づいて、適切なユーザーに適切な機能へのアクセスを許可できます。これを実現する 1 つの方法は、LaunchDarkly のセグメントを使用して動的なターゲティンググループを作成することです。これらのセグメントは、フラグ全体で再利用できるため、大規模なエンタイトルメント管理の一貫性を確保できます。

20 万人以上の顧客を抱えるソフトウェア企業である LaunchDarkly のある顧客が、プラン管理に当社のターゲティング機能をどのように使用しているかをご紹介します。新規顧客がプレミアム サブスクリプションにサインアップすると、フラグが自動的にその顧客に適切なすべてのエンタープライズ機能へのアクセスを許可し、エンタープライズ以外の顧客をブロックします。別のより高度なケースでは、同社には、顧客ベースの他のユーザーには利用できないカスタム機能を受け取る VIP ステータスの顧客がいます。これらのカスタム機能アクセス シナリオをサポートすることは、エンジニアリングの観点からは困難で時間がかかる作業です。しかし LaunchDarkly を使用すると、コード変更を一切行うことなく、これらの例外を迅速かつ簡単に実装できます。

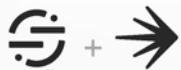


定義済みのユーザー グループを安全に活用する

LaunchDarkly を使用すると、Segment や Amplitude などの顧客データプラットフォーム（CDP）との統合を通じてセグメントをターゲットにすることができます。これらの統合により、企業は LaunchDarkly のデータと CDP からのリアルタイムデータを簡単に組み合わせることができます。

これらの統合により、企業は LaunchDarkly のデータと CDP からのリアルタイム データを簡単に組み合わせることができます。そうすることで、ユーザーの行動と好みの統一された包括的なビューが得られ、企業は高度にターゲットを絞ったユーザーセグメントを作成し、体験をパーソナライズし、機能リリースを強化することができます。これはまた、ユーザーセグメントを最初から何度も作成し直す必要がないことも意味します。既存のセグメントを迅速かつ簡単にターゲットにすることができます。

例



LaunchDarkly と Segment を使用してエンタープライズ製品を提供する

以下の簡単な手順に従うことで、合理化された方法でエンタープライズ顧客に適切なエンタープライズ機能を有効にすることができます。LaunchDarkly でエンタープライズオーディエンスセグメントの個別の複製を再作成するのではなく、Segment から正規のオーディエンスデータを同期できます。

- Segment アカウントを LaunchDarkly と統合します。

- エンタープライズ顧客を含む Segment 内のオーディエンスを特定し、正確なターゲティングのために LaunchDarkly に同期します。

- LaunchDarkly でフィーチャー フラグを作成し、有効にしたいエンタープライズ機能を制御します。

- 同期されたエンタープライズ ユーザーセグメントをターゲットにするようにフィーチャー フラグを設定します。

ユーザーのサブセットで機能をテストする

LaunchDarkly を使用すると、企業は、ユーザー ベース全体にリリースする前に、本番環境で小規模なオーディエンスで機能をテストできます。誰がいつどの機能を利用できるかを簡単に制御できるため、フィードバックが迅速になり、価値実現までの時間が短縮されます。

段階的デリバリー

LaunchDarkly を使用すると、企業は本番環境で特定のセグメントや環境に安全に体験を展開できます。小規模から始めて、実際のデータで早期に問題をキャッチできます。

LaunchDarkly は、機能リリースに対して安全で制御された段階的なアプローチを提供します。このようなアプローチにより、開発者はより迅速に動くための安全策と制御を得ることができます。フィーチャー フラグを使用すると、開発者は、コードをデプロイメント パイプラインにプッシュすることなく、リアルタイムでターゲットとするユーザー セグメントに対して特定の機能を有効または無効にすることができます。本番システムとユーザー エクスペリエンスへの影響を注意深く監視しながら、新しい機能をユーザーのサブセットに段階的に公開できます。

段階的デリバリーにより、アプリケーションで発生する可能性のある問題の爆発半径を制限できます。爆発半径を制限することは、開発者が本番環境で「安全に」コードをテストできる 1 つの方法です。繰り返しますが、本番環境でのテストの利点は、人工的な本番前テストと比較して、ソフトウェアの変更が運用上の健全性にどのように影響するかをはるかに正確に把握できることです。

段階的デリバリーを可能にすることで、LaunchDarkly は、リリース プロセスが顧客とビジネスにとって最適なものに確実に合致するようにします。

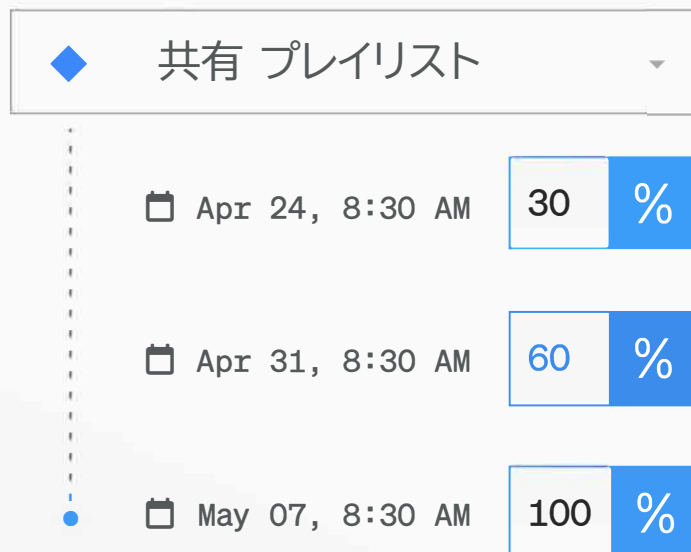


例

段階的ロールアウト

まず、本番環境で少数の社内テスター(カナリア グループ)に機能をロールアウトします。機能がこのゲートを通過したら、ロールアウトを少数のベータ テスターに拡大します。このゲートの後、北米の iOS デバイスに展開し、次に北米の Android デバイスに展開する、といった具合に、対象となるすべてのユーザーとデバイスにリリースされるまで続けます。LaunchDarkly のフィーチャー フラグとターゲティングを使用すると、これらすべてを実行できます。

段階的ロールアウト



ベータ テストを簡単に実行

LaunchDarkly を使用すると、ベータ版および早期アクセス グループにユーザーをすばやく検索して追加できるため、早期のフィードバックに基づいて反復処理を行い、より優れたソフトウェアを提供できます。

LaunchDarkly を使用すると、現実的な本番環境で、機能のさまざまなバリエーションを簡単にテストしたり、ベータグループで複数のバージョンを比較したりできます。ベータテストでは、製品マネージャーが早期にフィードバックを受け取り、問題を特定し、完全リリース前に機能を改良できるため、継続的な改善が可能になります。これにより、最終的には製品体験が向上し、顧客エンゲージメントが高まります。

たとえば、130 か国以上で 1,000 万人を超える教師、生徒、家族が利用する学習プラットフォームである Seesaw の製品マネージャーは、LaunchDarkly を使用して、特定の顧客を対象に新しいレッスンライブラリ製品のベータテストを実施しました。彼らは、ベータ ユーザーから受け取ったフィードバックに基づいて反復処理を行い、それに応じて新機能を最適化しました。Seesaw の製品マネージャーである Emily Voigtlander 氏は、レッスンライブラリは、元の Seesaw プラットフォームのリリース以来、「最も急速かつ広く採用された機能」と述べました。通常、教師(顧客)が Seesaw の新機能を採用するには 1 年近くかかります。しかし、レッスンライブラリは「それよりもはるかに速く」採用されました。

パーセンテージ ロールアウトを有効化

LaunchDarkly を使用すると、顧客のランダムサンプリングを表す小さなコホートに段階的に機能をロールアウトできます。これらのパーセンテージ ロールアウトを使用すると、特定の時点で機能にアクセスできるユーザーの割合を制御できます。

企業は多くの場合、ターゲティングとパーセンテージ ロールアウトを組み合わせ使用します。2 つの手法を組み合わせることで、企業はリスクを軽減し、成功の可能性を最大化しながら、適切なオーディエンスに新製品や新機能を戦略的に導入できます。これにより、全体的な成果を向上させるために、反復的な改善、パーソナライズされたマーケティング、データに基づく意思決定が可能になります。



たとえば、企業は、他のデバイスにリリースする前に、まず Safari Web ブラウザーに機能をロールアウトしたい場合があります。彼らは Safari セグメントに段階的にリリースしたいと考えており、まず Safari セグメント内のランダムな 10% のユーザーにロールアウトし、次に 25% に展開する、といった具合に進めます。これにより、企業は、より広範なユーザーグループに機能へのアクセスを拡大する前に、発生する可能性のある問題に対処する機会を得ることができます。

SERVE

a percentage rollout

▼

50

%

◆ true

50

%

◆ false

Context kind

Attribute

BY

user

▼

key

▼





+ 個別ターゲットを追加

03

ビジネスチームにターゲティングのコントロールを任せる

特定のオーディエンスへのターゲティング機能は、通常、開発者がコードを作成してデプロイする必要があります。LaunchDarkly はそれを変えます。LaunchDarkly を使用すると、開発者以外もターゲティング ワークフローを管理できるため、顧客満足度、エンゲージメント、コンバージョンが向上します。

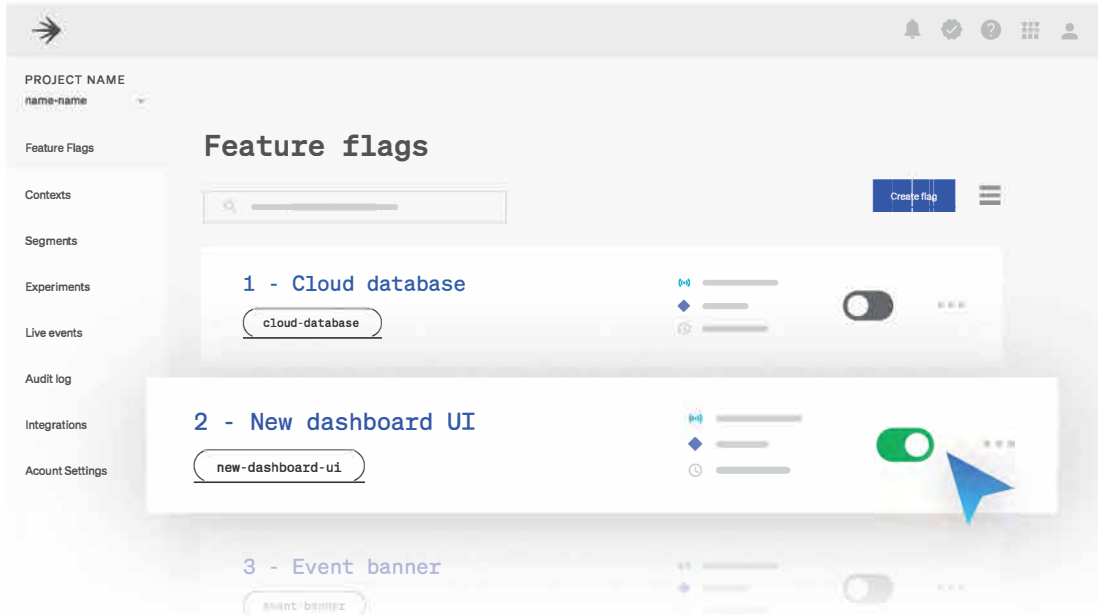
ポイント&クリック

LaunchDarkly は、ビジネス関係者がオーディエンスを定義し、ユーザーを定義済みセグメントに追加し、リリースを管理できるように、直感的な UI とガードレールを提供します。

エンジニアが社内製のターゲティング ソリューションを構築する場合、通常は直感的な UI を含めません。これは、さらに多くの開発作業が必要になるためです。ユーザー フレンドリーなインターフェースがないと、開発者以外の人とはシステムと対話できず、それによってターゲティング プロセスから除外されてしまいます。

一方、LaunchDarkly は、開発者と開発者以外の人々がターゲティングを管理できるようにします。ビジネス関係者をターゲティング プロセスに参加させることで、貴重なエンジニアリング時間をより価値の高い開発プロジェクトに解放できます。これにより、効率が向上し、ビジネス全体にスケーラブルな、よりコラボレーティブなターゲティング プロセスが作成されます。ビジネス関係者にターゲティングのより多くのコントロールを与えることで、顧客に関する知識をリリース プロセスに組み込むことができ、顧客にとってより良い製品体験につながります。





組織全体でアクセスを制御する

LaunchDarkly を使用すると、特定の人だけに本番環境へのアクセスを許可できます。また、変更承認を自動的に要求および強制することができます。

LaunchDarkly のカスタムロール ベース アクセス制御(RBAC)により、エンジニアリング チームは、特定のビジネス関係者がターゲティングをより詳細に制御できるようにするための自信を持つことができます。エンジニアとビジネスは、誰でもターゲティングを行い、本番システムに触れられるようにしたいわけではありません。特定の、信頼できる、吟味された人だけができるようにしたいのです。

LaunchDarkly で RBAC を活用することで、適切な人々が本番環境を安全に管理および影響を与えるために必要な権限を持っていることを誰もが確信できます。

エンジニアは、チームの特定のニーズに合わせてカスタム ロールと権限を定義するため、各チームメンバーがフィーチャー フラグ、ユーザー セグメント、およびフィーチャー フラグ管理の他の側面を管理および設定するための適切なレベルのアクセス権を持っていることを保証できます。カスタム RBAC を使用することで、企業は、セキュリティ、コラボレーション、および社内ワークフローとプロセスとの連携を強化できます。



開発ワークフローとの統合

LaunchDarkly を使用すると、開発チームとビジネスチームは、統合されたプラットフォームで単一のプロセスを共有できます。LaunchDarkly は、エンジニアと非エンジニアの間のギャップを次のように埋めます。まず、エンジニアの既存の技術スタックと統合します。25 以上の SDK と一般的な開発者、運用、およびデータ分析ツール全体で 55 以上の統合により、LaunchDarkly は既存のテクノロジー インフラストラクチャとワークフローにシームレスに適合します。

次に、製品マネージャー、リリース マネージャー、その他の非エンジニアがプラットフォームを自信を持って使用できるほどユーザーフレンドリーです。

LaunchDarkly はワークフローを合理化し、製品提供チーム全体のコラボレーションを促進します。これらすべてが、より優れた顧客体験につながります。同等の社内ターゲティング ソリューションを構築することは、困難で時間がかかる作業です。かなりの開発努力、メンテナンス、および継続的なサポートが必要です。社内ソリューションの維持には、バグ修正、更新、およびソフトウェア デリバリー ライフサイクル内の他のツールとの互換性が必要です。社内ソリューションのスケラビリティ、パフォーマンス、およびセキュリティの側面に対処することは、さらに複雑さを増し、慎重な調整と専門知識が必要になります。しかし LaunchDarkly を使用すると、社内開発の頭痛の種なしにすべてのメリットを得ることができます。



ブライアン
エンジニア



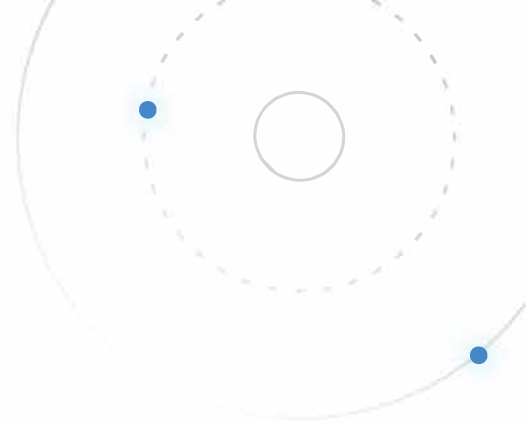
ケイト
プロジェクト
マネージャー

アップデート



承認





4 つのターゲティング ユースケースでビジネスを向上させる

LaunchDarkly のターゲティング エンジンには、ビジネスの成長を促進するいくつかのユースケースを実現します。以下に、このガイド全体で説明した主なユースケースの一部をまとめました。

1. 段階的デリバリー

すべてのユーザーに同時にデプロイするのではなく、選択したユーザーグループまたは環境に新しい機能を導入します。小規模から始めて実際のデータを収集することで、企業は早期に問題を検出して対処し、ロールアウトを拡大する際のリスクを最小限に抑えることができます。

2. 早期アクセスとベータテスト

製品マネージャーなどのビジネス関係者が、ベータ セグメントを簡単に作成し、これらのセグメントで新機能をテストできるようにします。初期段階で貴重な顧客フィードバックを取り入れることで、企業は製品品質を向上させ、全体的な顧客体験を高めることができます。



3. エンタイトルメント

サブスクリプション層（プレミアム vs. ベーシック）、地域固有の規制、またはその他のアカウント固有の変数に基づいて、ユーザーに特定の機能へのアクセスを許可します。これにより、運用効率が向上し、シームレスな顧客体験が提供されます。

4. パーソナライゼーション

個々のユーザーの行動、人口統計データ、またはその他のカスタム属性に合わせて製品体験を調整することで、顧客体験を新たなレベルに引き上げます。パーソナライズされた体験を提供することで、企業は顧客満足度を劇的に向上させることができます。

LaunchDarkly が企業によるターゲットを絞った体験の制御とスケーリングをどのように可能にするかを理解できたので、次はこれが現実世界でどのように見えるかを見てみましょう。



顧客成功事例

2 つの大手組織が LaunchDarkly を使用して顧客にターゲットを絞った体験を提供し、ビジネスにプラスの結果をもたらした事例をご覧ください。



Hulu は 3,900 万人のユーザー向けにエンターテインメントをパーソナライズ

課題

過去、Disney が過半数を所有する大手ストリーミング サービスである Hulu は、深夜に大規模なリリースをスケジュールしており、きめ細かいターゲティング機能を欠いていました。このため、適切な体験を適切なオーディエンスに提供することが困難でした。ある時点で、Hulu はメジャーな UI アップデートをローンチする必要がありました。また、デバイスの種類とアプリのバージョンに基づいて異なるバージョンの UI を配信する必要がありましたが、当時それは効果的にできませんでした。

ソリューション

Hulu は LaunchDarkly を使用して、世界中の 3,900 万人のユーザーに大規模な UI 再設計をスムーズかつ迅速にリリースしました。デバイスの種類とアプリのバージョンに基づいてターゲティングを行い、短期間にわたって段階的にロールアウトしました。いくつかの異なるデバイスの種類（iOS、Xbox One、Web ブラウザなど）をターゲティングしていたことに留意してください。また、数百万人の顧客向けに 30 以上の異なるアプリバージョンがありました。それは非常に複雑です。しかし、LaunchDarkly のターゲティング エンジンにより、彼らはこれらの体験を即座に、一貫して、そして世界中に提供することができました。真夜中にそれを行う必要はありませんでした。



結果

Hulu は、ターゲットを絞った体験を提供する際の開発チームの複雑さとリソース要件を削減しました。彼らは開発者の生産性を大幅に向上させ、それ以来「より少ない労力でより多くのことを達成」できるようになりました。また、パーソナライゼーションを通じて顧客体験を向上させ、収益にプラスの影響を与えました。

複数のクライアントが、複数のバージョンを複数の状態で実装しており、すべて同時に実験を実行していました。これでは大変困難ですよ？結果そうではありませんでした。**LaunchDarkly**を使用すると サーバーからのカスタム属性を使用して構成された 5 つのセグメントを持つ 5 つのルールを使用して、適切なタイミングで適切な場所にすべてのルールをターゲットにすることができました。

Dominic Hopton 氏
Hulu クライアント アーキテクト

■ 全文はコチラ [Full Hulu case study](#)





Admiral Insurance は複数のブランドにターゲットを絞ったカスタマー ジャーニーを提供

課題

Admiral Insurance には複数のブランドがあり、それぞれが特定の種類の顧客に対応しています。彼らは、これらのサブ ブランドごとにカスタマー ジャーニーをパーソナライズするためのより良い方法を必要としていました。個別に、過去には月に 2 回しかデプロイできず、リードタイムは約 1 か月でした。ソフトウェア リリースに対するこの遅くて手動のアプローチは、タイムリーな更新と改善を顧客に提供する能力を妨げていました。

ソリューション

LaunchDarkly を使用することで、Admiral は、バックエンドで提供されるユーザー情報に基づいて、顧客にパーソナライズされた製品体験を提供できるようになりました。Admiral は現在、各サブブランドの顧客の正確なニーズを満たす特定のカスタマー ジャーニーをトリガーできます。これらの変更により、製品の提供が強化され、将来的に顧客にパーソナライズされた体験を提供するための基盤が築かれました。



結果

LaunchDarkly を実装した後、Admiral はデプロイ頻度が大幅に増加し、現在では月に 8 回以上のデプロイを処理できるようになりました。この改善により、リードタイムも 1 週間にまで大幅に短縮されました。さらに、開発チームは、カスタムコードの作成が削減されたおかげで、仕事の満足度が向上したと報告しています。最後に、Admiral は顧客体験を大幅に向上させました。

LaunchDarkly を使用すると、カスタム コードを必要とせずに、顧客に合わせてパーソナライズされたエクスペリエンスを作成できます。

Enrique Vicent Moratalla 氏

Admiral シニア ソフトウェア開発者



全文はコチラ: [Full Admiral case study](#)



はじめてみましょう

過度なエンジニアリングの負担なしに、あらゆる顧客セグメントに合わせて調整された機能と体験を提供する準備はできていますか？オーディエンスについて知っているあらゆることを基にターゲットを設定し、ユーザーのサブセットでソフトウェア変更をテストし、ビジネス チームにターゲティングのより多くのコントロールを与えることで顧客に利益をもたらしたいですか？よろしければ以下よりカスタマイズされた個別のデモンストレーションをリクエストください。

