

Adobe Principais iniciativas de experiência do cliente para CIOs em 2025.



Como CIO, você desempenha uma função fundamental na liderança das transformações organizacionais para atender às expectativas cada vez maiores dos clientes. A pesquisa de [2025 da Adobe sobre IA e tendências digitais](#) revela como os líderes de tecnologia, como você, estão se preparando para atender às expectativas de experiência do cliente (CX) por meio de estratégias inovadoras e soluções viabilizadas por IA. Confira as principais iniciativas que estão moldando a CX hoje para a liderança de tecnologia:

1 Compreensão da verdadeira eficácia dos dados.

A personalização continua sendo o pilar para oferecer uma CX excepcional, mas a respectiva eficácia depende de dados unificados. A maioria dos executivos de tecnologia e marketing afirmou ter uma eficácia "líder do setor" ou "quase líder do setor" na coleta de dados de clientes em tempo real, na geração de insights acionáveis e no fornecimento de personalização em tempo real. No entanto, apenas 14% dos profissionais disseram que sua organização está oferecendo uma CX excepcional que pode surpreender e encantar os clientes. Apesar de 88% dos líderes de tecnologia reconhecerem a personalização como crítica para o crescimento, as preocupações com a privacidade e a segurança dos dados são a principal barreira para ajudá-los a concretizar tal crescimento.

As principais

barreiras para conectar funções de dados são as preocupações com privacidade e segurança.

81%

da liderança de tecnologia concorda que a IA está pressionando as organizações para impulsionar mais valor de negócio.

2 Concretização do crescimento com IA e análise preditiva.

Para atender à demanda por personalização em tempo real, a liderança de tecnologia acredita que o principal colaborador para o crescimento é o uso de IA e análise preditiva para aumentar a retenção e a fidelidade do cliente. Embora tenham um potencial imenso, essas ferramentas antecipatórias viabilizadas por IA também impulsionam a pressão sobre os líderes de tecnologia para que demonstrem um valor de negócios mensurável. Esses líderes estão gerenciando essa pressão enquanto lidam com vários desafios. O principal desafio que enfrentam no dimensionamento da IA é equilibrar a personalização impulsionada por IA com preocupações éticas e reputação da marca.

3 Priorização de investimentos em IA e aprendizado de máquina.

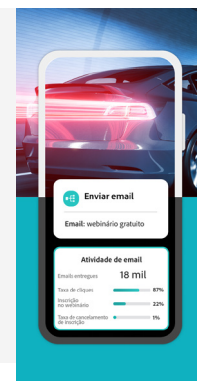
Os líderes de tecnologia apontaram a IA e o aprendizado de máquina como um dos principais influenciadores nas decisões de sua pilha de tecnologia nos próximos 12 a 24 meses. O foco é expandir a função da IA na transformação de fluxos de trabalho e tomadas de decisões, além de criar experiências do cliente hiperpersonalizadas. De acordo com a pesquisa de [2025 da Adobe sobre IA e tendências digitais](#), 81% da liderança de tecnologia prevê um aumento de orçamento de pelo menos 10%, com 20% ou mais sendo alocados para a aquisição e implementação de novas tecnologias.

Os avanços em IA e aprendizado de máquina são os principais fatores nas decisões de pilha de tecnologia para CIOs em 2025.

4 Definição da propriedade da jornada do cliente.

A confusão sobre quem é o proprietário da jornada do cliente pode dificultar o progresso das iniciativas. Enquanto 58% da liderança de tecnologia acredita que seu departamento é responsável, apenas 5% dos profissionais de marketing concordam com isso. A liderança de marketing acredita que compartilha a propriedade com a equipe de CX. Esse desalinhamento ressalta a importância da colaboração entre as equipes de tecnologia, marketing e CX para orquestrar uma estratégia unificada e garantir uma execução consistente.

58%
da liderança de tecnologia afirmou que TI/tecnologia é responsável pela jornada do cliente.

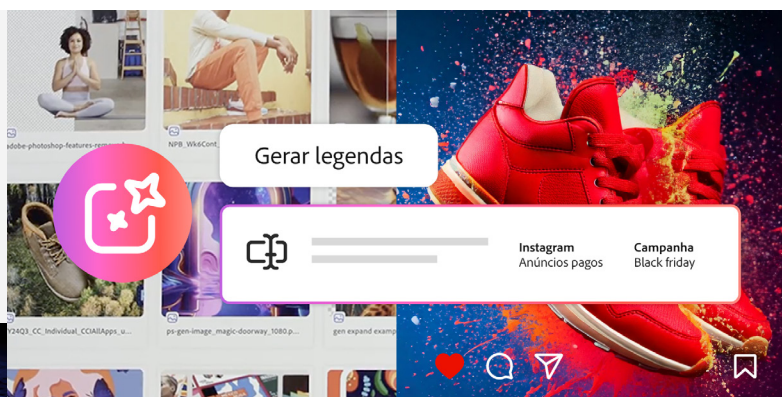


5 Aceleração da adoção de IA generativa.

Os líderes de tecnologia estão adotando a IA generativa e comprovando o ROI mais rapidamente do que seus colegas de marketing. Ao comparar ambas as equipes, 57% da liderança de tecnologia afirma estar progredindo nas estruturas de IA e na conformidade regulatória, em comparação com 49% da liderança de marketing. Embora as equipes de tecnologia geralmente sejam responsáveis pela implementação de soluções de IA generativa para a organização, a equipe de marketing ainda é responsável por comprovar o ROI mensurável. Metas claras de implementação podem explicar por que os CIOs são capazes de apontar diretamente para o aumento da produtividade e da eficiência das equipes como um benefício, enquanto seus colegas de marketing consideram os benefícios da adoção de IA generativa distribuídos de maneira uniforme.

Há 1,5x

mais líderes de tecnologia com soluções de IA implementadas que estão demonstrando ROI, em comparação com os líderes de marketing.



Saiba mais no relatório de [2025 da Adobe sobre IA e tendências digitais](#).

A pesquisa executiva foi realizada de 11 de novembro de 2024 a 4 de dezembro de 2024, coletando informações de 3.400 entrevistados qualificados. Dos quais 3.270 eram executivos de clientes e 130 eram executivos de agências. Os entrevistados pertenciam a vários departamentos, com forte representação de TI (25%), marketing (13%), publicidade (12%) e digital/tecnologia (8%). Este relatório baseia-se especificamente na coleta de respostas globais de 378 VPs, SVPs, EVPs ou principais membros executivos de TI ou digital/tecnologia.

Adobe

Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou outros países.

© 2025 Adobe. Todos os direitos reservados.