



4 maneiras de intensificar a sua criação de conteúdo.

Crie experiências personalizadas mais rapidamente.

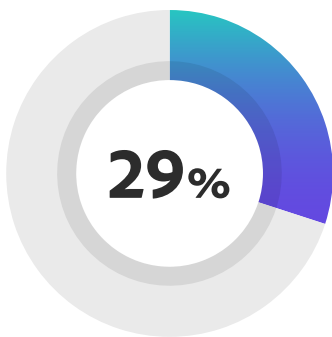
The image features a man in a dark jacket and white t-shirt, smiling as he works on a laptop. The background is a vibrant red with colorful geometric shapes. Overlaid on the scene are several design and social media elements:

- Design Asset Panel:** A white box containing a blue icon of a document with a pencil, a preview of a landscape image, and the text "WKND", "IMAGE", and "Image Campaign Concept Design v2.png".
- WKND Social Post:** A white box showing a social media post for "WKND" with 2,897 followers. The post includes a landscape image, the text "WKND Adventures", and a call to action: "Browse our list of curated experiences and sign up for one when you're ready to explore." It also shows "473 likes this" and "33 comments".
- Quick Publish Button:** A blue button with a globe icon and the text "Quick Publish".

O conteúdo molda as conversas que você tem com os clientes, aprofunda os relacionamentos que se desenvolvem e orienta as jornadas que, em última análise, aumentam a satisfação e as conversões do consumidor. Cada mensagem que você compartilha e cada interação que você tem com os clientes deve ser comovente, proposital e pessoal. Essa é a expectativa.

A realidade é que criar e oferecer experiências significativas para todas as audiências—momento a momento, canal a canal e dispositivo a dispositivo—é um desafio massivo para empresas de pequeno, médio e grande porte.

Considere o grande volume e variedade de conteúdo necessários para personalizar cada experiência para cada cliente em vários pontos de contato—web, dispositivos móveis, aplicativos e outros canais (mesmo aqueles que ainda não existem).



das empresas dizem que acompanhar a demanda por novos conteúdos é seu principal desafio comercial.

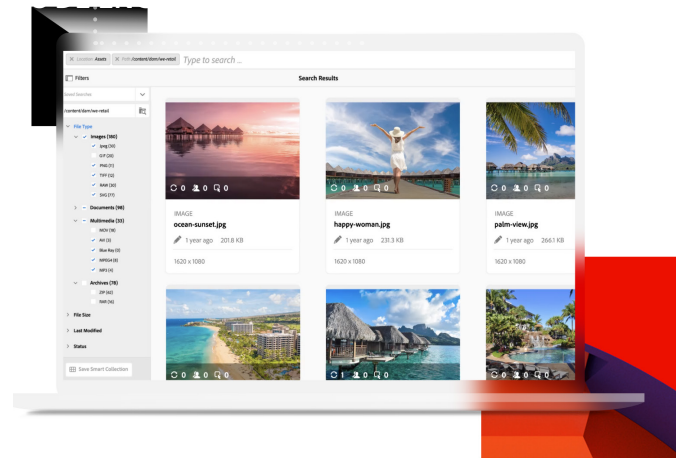
Fonte: IDC

Não há tempo para marcar, cortar e redimensionar ativos manualmente. Não há necessidade de tecnologia complicada. E não faz sentido que suas equipes de TI tenham que lidar com cada pequena solicitação de atualização. Não quando você pode criar experiências personalizadas perfeitas e mais rápidas com uma solução de gerenciamento de conteúdo que atende às suas necessidades de conteúdo em todos os estágios—desde o planejamento até a publicação e a mensuração do desempenho.

Este guia explorará como criar conteúdo personalizado e oferecer experiências ricas em escala, de forma mais rápida, em quatro etapas simples. E ele apresentará uma solução de gerenciamento de conteúdo que faz o trabalho pesado para você—para que você possa estar à frente na criação de conteúdo.

ETAPA 1

Mantenha os ativos em um só lugar, onde eles são fáceis de encontrar e sempre atualizados.



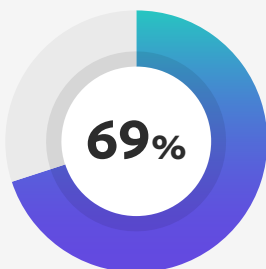
Uma plataforma inteligente de gestão de ativos digitais, ou DAM, ajuda os criadores de conteúdo a evitar todas as perdas de tempo usuais:

- Procurar conteúdo que não tenha sido armazenado no lugar "certo".
- Trabalhar em versões que não são as mais atualizadas.
- Refazer o trabalho porque o ativo original não pode ser encontrado.
- Criar conteúdo que não seja consistente, compatível com a marca ou aprovado por lei.

Você provavelmente está familiarizado com a função de um DAM como a "única fonte de verdade", onde os profissionais de marketing e designers podem encontrar cada peça de conteúdo que já foi criada para a marca. No entanto, os DAMs não são muito úteis se os ativos se perderem no meio do nada e você não conseguir encontrar facilmente o que precisa.

Os Líderes de Experiência mantêm o conteúdo centralizado.

Os Líderes de Experiência são empresas que praticam a personalização em escala, oferecendo maior valor aos clientes e seus negócios, fornecendo uma experiência personalizada em todos os pontos de contato.



dos Líderes de Experiência melhoram a reutilização de conteúdo armazenando todo o conteúdo em um único DAM com recursos de pesquisa robustos.

Fonte: Forrester

Todos os ativos devem ser marcados com os metadados corretos para serem encontrados. Isso é o básico da gestão de ativos. Um DAM deve permitir que as equipes adicionem metadados e tags manualmente conforme necessário, mas convenhamos: marcar manualmente dezenas de milhares de ativos é uma tarefa impossível... e um fracasso para personalização.

O verdadeiro valor de um DAM é sua inteligência e capacidade de automação. Com a ajuda da inteligência artificial (IA), os profissionais de marketing podem aplicar metadados detalhados para enriquecer ativos e capacidade de pesquisa. Por exemplo, a marcação automática de uma imagem pode ser mais específica—um "carro preto" se torna um "SUV preto com rodas prateadas dirigindo à noite em Paris". Com esse tipo de inteligência do seu lado, os ativos se tornam mais fáceis de encontrar e usar.

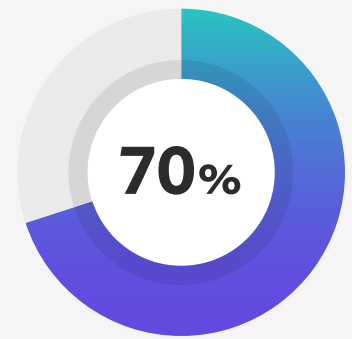
Se você pretende aumentar a velocidade do conteúdo e se tornar uma máquina geradora de conteúdo, precisa de um DAM que possa automatizar tarefas que roubam tempo e enriquecer ativos com marcação e metadados inteligentes. Os profissionais de marketing ficam, então, livres para passar mais tempo projetando ótimas experiências e construindo melhores relacionamentos com os clientes.

“ A implementação do Adobe Experience Manager revolucionou nosso processo e a produtividade aumentou 40 vezes. Na plataforma antiga, a reestruturação de conteúdo necessitaria de uma equipe e levaria duas semanas. Com o Experience Manager, apenas duas pessoas podem fazer o trabalho em duas horas.

Dave DeMaria

Vice-Presidente de Corporate Marketing
Synopsis

Os líderes de experiência se apoiam na IA.



dos Líderes de Experiência marcam o conteúdo com metadados ou atributos relevantes para personalização usando uma mistura de técnicas de automação manual e de IA.

Fonte: Forrester

Adobe em ação.

O Adobe Experience Manager é um sistema de gestão de conteúdo e ativos digitais que ajuda empresas de todos os tamanhos a obter experiências personalizadas e orientadas por conteúdo para o mercado mais rapidamente. Seu DAM, o **Adobe Experience Manager Assets**, organiza seu conteúdo com tags flexíveis e hierarquias de pastas para que você possa encontrar e usar o conteúdo aprovado mais atualizado e nunca mais precise duplicar manualmente o conteúdo existente.

ETAPA 2

Torne-se mais "inteligente" e simplifique a gestão de conteúdo.

Um DAM moderno vai além do armazenamento de ativos acabados e suporta todo o ciclo de vida do conteúdo—desde que se encaixe em um ecossistema integrado. Seu DAM deve se integrar perfeitamente ao seu sistema de gestão de conteúdo (CMS), sua plataforma de gestão de trabalho, seu sistema de informações de produto (PIM) e seu software criativo.



Os Líderes de Experiência sabem o valor da integração.



76% dos Líderes de Experiência usam uma ferramenta unificada de gestão do trabalho para gerenciar o processo de produção criativa.



77% dos Líderes de Experiência fornecem às suas equipes criativas um único lugar para gerenciar tarefas atribuídas, criar conteúdo e colaborar em tempo real nativamente em suas ferramentas de design.

Fonte: Forrester

Com um DAM totalmente integrado, você pode gerenciar centralmente a colaboração de conteúdo entre as equipes de criação, marketing e TI. Isso inclui automatizar aprovações e tarefas repetitivas em todo o processo de criação de conteúdo—como marcar, monitorar e controlar automaticamente todos os ativos e notificar os membros da equipe quando for hora de adicionar suas entradas.

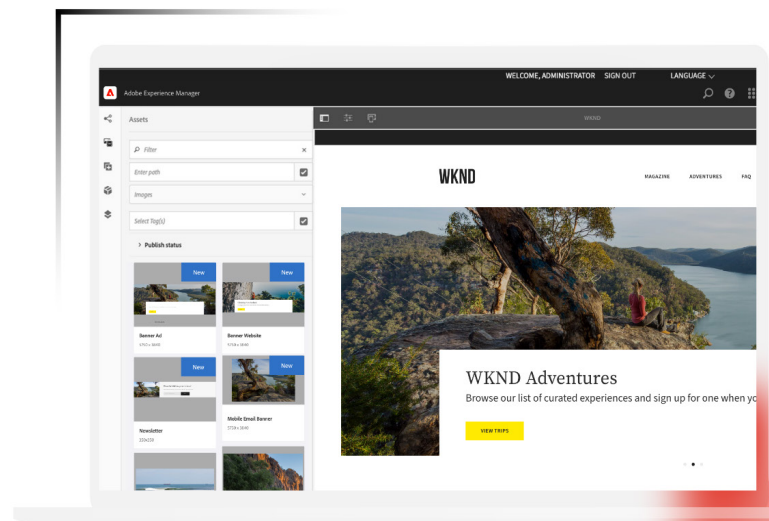
Quando as revisões e aprovações são totalmente gerenciadas e fluem com facilidade entre os processos criativos e de marketing, o tempo de produção é significativamente reduzido. A simplificação da colaboração de conteúdo também garante a conformidade entre suas equipes e entre as experiências do cliente.

Adobe em ação.

Com o Experience Manager Assets, os ativos são rapidamente aprovados para uso e otimizados para reutilização em todos os canais. Os revisores podem fornecer feedback acionável e comparar versões lado a lado diretamente no DAM. E como o Experience Manager Assets se integra nativamente ao Adobe Workfront, à Adobe Creative Cloud e ao Experience Manager Sites, as equipes podem colaborar sem sair de suas ferramentas favoritas.

A Synopsys transformou seu processo de criação de conteúdo com o Experience Manager. Criar ou atualizar conteúdo da Web é tão simples quanto arrastar componentes do Experience Manager Assets para um modelo no Experience Manager Sites.

Os profissionais de marketing e os criadores de conteúdo podem criar conteúdo sem depender de desenvolvedores ou de uma equipe da Web centralizada—portanto, o tempo de lançamento no mercado é mais rápido.



ETAPA 3

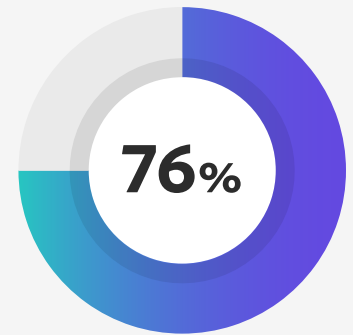
Personalize as experiências para cada cliente—mesmo quando você tiver milhões.

As jornadas digitais abrangem uma variedade de dispositivos, canais e pontos de contato, o que significa que as empresas hoje precisam de tecnologia que possa suportar mais do que apenas conteúdo para a web. Se você quiser oferecer experiências omnichannel personalizadas em escala, precisará emparelhar seu DAM com seu CMS. E você vai querer um CMS com ferramentas inteligentes de criação de conteúdo que permitem criar experiências personalizadas para seus canais atuais, bem como emergentes.

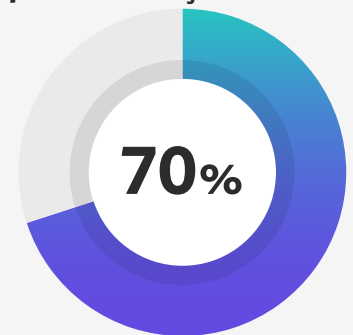
"Conteúdo atomizado", também conhecido como "conteúdo modular" ou "atomização de conteúdo", é um conteúdo combinável que pode ser facilmente entregue em diferentes arranjos para diferentes canais. Ele possibilita que qualquer pessoa—mesmo membros da equipe sem conhecimento técnico—crie páginas e experiências em seu CMS. Um CMS com modelos pré-construídos torna rápida e fácil a criação de uma nova página da Web.

Você também pode criar versões diferentes de um ativo—como vídeos de 15 segundos, 30 segundos e 60 segundos—a partir da mesma fonte de conteúdo. Então, com a ajuda de IA e machine learning (ML), você pode montar um conteúdo modular específico de forma inteligente e imediata. Qualquer nova experiência de conteúdo será publicada em todos os seus canais simultaneamente, enquanto se ajusta às especificações específicas do canal.

Os Líderes de Experiência dependem do conteúdo atomizado.



dos Líderes de Experiência automatizam de forma inteligente a montagem de conteúdo modular para atender às necessidades de personalização.



dos Líderes de Experiência automatizam a renderização e localização de imagens para diferentes dispositivos, tamanhos de tela, canais e localizações geográficas.

Você deve ter notado muitas empresas fazendo o movimento em direção a um CMS headless . Uma abordagem sem interface ou híbrida para a gestão de conteúdo permite que desenvolvedores e equipes de marketing criem conteúdo uma vez e o reutilizem em todos os canais e dispositivos para experiências mais rápidas, consistentes e conectadas. Como o front-end—a "cabeça"—é dissociada do back-end, desenvolvedores e profissionais de marketing podem trabalhar simultaneamente, tornando possível a criação de conteúdo em escala.

Adobe em ação.

O Adobe Experience Manager Sites é um CMS flexível com recursos headless, tradicionais e híbridos que aceleram a criação, a gestão e a entrega de conteúdo de experiências personalizadas em qualquer ponto de contato. Um CMS híbrido oferece todos os benefícios de um CMS headless —além da capacidade de usar ferramentas simples para gerenciar e atualizar experiências. Com o Experience Manager Sites, os criadores de conteúdo podem lançar rapidamente um novo produto, campanha ou microsite em qualquer canal sem precisar esperar que os desenvolvedores trabalhem em bases de código individuais. E os desenvolvedores podem criar experiências em suas próprias estruturas.

“ Usamos o Adobe Experience Manager como um CMS headless porque ele fornece flexibilidade máxima e prepara nosso conteúdo para o futuro. Quando atualizamos um conteúdo, ele propaga mudanças em todos os canais digitais, nos ajudando a ser ainda mais ágeis e dar aos clientes acesso às últimas notícias e ofertas da Boots.

Fiona Brown

Head de Digital Transformation

Boots.com

ETAPA 4

Mensure o desempenho para otimizar as experiências do cliente e os resultados de negócios.

A publicação não é a última etapa para a criação de conteúdo. Você tem que acompanhar o desempenho do conteúdo em diferentes canais e com diferentes públicos. A integração também desempenha um papel nessa etapa. Quando o DAM e o CMS são unificados, você pode acelerar a criação de conteúdo, acompanhar o desempenho e reduzir os custos reutilizando ativos.

Quando você pode ver esses insights em um painel intuitivo, é muito mais fácil vinculá-los aos seus objetivos de negócios maiores, como converter clientes ou medir o retorno sobre o investimento (ROI). Você saberá como melhorar os ativos que não estão ressoando com os clientes. E você pode reciclar e refinar os ativos que estão tendo um bom desempenho. Isso é o que se chama de loop de dados de conteúdo.

“O Adobe Experience Manager melhora nossa velocidade e consistência. Gastamos menos tempo gerenciando conteúdo e mais tempo aprimorando campanhas de marketing, testando a jornada do cliente e melhorando o desempenho do site—tudo isso nos ajuda a oferecer uma melhor experiência digital aos nossos clientes.

Jasmine Lee
Chief Digital Officer
U Mobile

Unifique seu DAM e CMS e reúna insights de conteúdo como:

- Como os clientes interagem com seu conteúdo
- Como o engajamento muda em diferentes canais e dispositivos
- Qual conteúdo faz melhor e com quais públicos

Adobe em ação.

O Experience Manager se integra a uma variedade de ferramentas de análise, como o Adobe Analytics e o Adobe Target, para que você possa ver como as experiências personalizadas que está criando estão sendo recebidas por seus clientes. As integrações perfeitas entre conteúdo e dados permitem determinar as melhores ofertas, conteúdo e experiências para cada cliente.

Prepare-se para o futuro—com a Adobe.

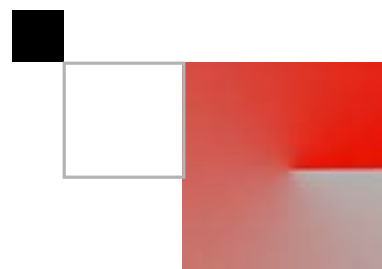
À medida que o cenário digital se expande e novos canais surgem, as necessidades de conteúdo inevitavelmente aumentarão. E embora a criatividade humana seja insubstituível, as empresas precisarão contar com IA e ML para cuidar das tarefas mais monótonas de criação de conteúdo.

Centralizar seus processos de marketing e criação de conteúdo e se preparar para a automação de conteúdo em escala são as escolhas certas. É aí que entra um DAM e um CMS unificados que se integram perfeitamente a uma plataforma de experiência digital preparada para o futuro.

O Experience Manager simplifica a criação, o gerenciamento e a entrega de conteúdo para que sua equipe de marketing possa colocar campanhas, serviços e produtos no mercado mais rapidamente—e seus clientes sempre obtenham uma experiência significativa e consistente, independentemente do dispositivo ou canal em que estejam.

Saiba mais sobre as soluções de gerenciamento de conteúdo da Adobe.

[Comece agora](#)



Fontes

“Connecting the Digital Customer Journey”, Caso de êxito da Boots com a Adobe, 25 de abril de 2022.

“Digital-First Services for Mobile Consumers”, Caso de êxito da U Mobile com a Adobe 24 de agosto de 2022.

“From Silicon to Software”, Caso de êxito da Synopsys com a Adobe, 19 de agosto de 2022.

Marci Maddox, **“Addressing Content Velocity with a Modern Content Management System”**, IDC, Novembro de 2021.

Nick Barber, **“The Forrester Wave™: Digital Asset Management For Customer Experience, Q1 2022”**, Forrester, 16 de fevereiro de 2022.

Personalização em Escala: **“Bring Forth the Customer and Business Benefits of Experience Excellence”**, Forrester, Setembro de 2022.



Adobe, o logotipo da Adobe, Creative Cloud e Workfront são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou em outros países.

© 2023 Adobe. Todos os direitos reservados.