



Entregue jornadas personalizadas de e-commerce.

Da interação à transação, mantenha a jornada pessoal e relevante — e faça isso em escala.



Seus clientes estão preparados para a personalização.

Tanto os clientes B2B quanto os B2C esperam uma jornada de compra totalmente fácil e segura em todas as etapas. Saiba quem são e dê a eles o que quiserem, quando e onde quiserem—sem que isso pareça intrusivo.



dos consumidores são mais propensos a considerar comprar de marcas que personalizam.

Fonte: McKinsey & Company

Uma jornada de e-commerce personalizada oferece valor a cada momento.

Vá além do básico com as experiências que os clientes mais desejam.



Fonte: McKinsey & Company

Tudo começa com um perfil de cliente integrado.

Colete dados comportamentais e transacionais de cada interação em cada canal e vincule esses dados a perfis de clientes que são atualizados em tempo real.

E é impulsionado por dados.

Dados de ecommerce mais sofisticados ajudam você a personalizar cada interação.

Usam dados

Bem-vinda de volta, Sara

Tem algo especial só para você

71% dos clientes esperam personalização.

Não usam dados

Quem é você?

Aqui está uma experiência padrão de e-commerce.

76% dos clientes ficam frustrados quando sua experiência não é personalizada.

Fonte: Forrester

Desbloqueie dados:

Melhores análises
Encontre maneiras mais eficazes de se conectar e converter—e saiba o que precisa ser melhorado.

Melhores experiências
Aumente as taxas de conversão e o valor médio do pedido em todos os pontos de contato.

Melhores jornadas
Expanda as oportunidades de venda em uma ampla gama de jornadas do cliente.



Fonte: McKinsey

Fonte: Barilliance

Fonte: Twilio

Os resultados dizem tudo.

Em 2021, as empresas que investiram em tecnologias de experiência do cliente superaram as empresas que ficaram para trás.



crescimento mais rápido

aumento do valor da vida útil do cliente

“A personalização impulsiona o desempenho e melhores resultados dos clientes. As empresas que crescem mais rapidamente impulsionam 40% mais da sua receita com a personalização do que seus concorrentes de crescimento mais lento”.

McKinsey & Company

Você tem o que seus clientes querem. Então entregue mais.

O e-commerce personalizado chegou.

A integração perfeita de dados, jornadas, conteúdo e e-commerce para oferecer aos clientes as experiências que eles desejam para os resultados que você deseja.

Conheça seus desafios.

Desafio 1.
Os dados de ecommerce estão espalhados por diferentes aplicativos e são difíceis de interpretar. Grandes volumes de dados estão encaixados em silos, e nem todos merecem atenção.

Desafio 2.
O grande volume e a qualidade dos dados dificultam a tomada de ações.

Desafio 3.
Os dados de terceiros estão desaparecendo e muitas empresas não conseguem capturar e utilizar totalmente os dados primários e secundários.

Dados de menor valor	Dados de maior valor
Dados de terceiros Dados agregados de fontes públicas e não públicas para as quais o cliente pode não ter dado consentimento	Dados de maior valor Dados de maior valor
Dados secundários Empresas de dados primários trocam e têm permissão contratual para usar	Dados primários Dados do cliente coletados por uma empresa diretamente quando o cliente interage com a marca
Dados zero-party Dados que um cliente compartilhou ativamente e vive com uma marca	

Conheça o ser humano por trás dos dados.	Preste atenção aos insights.	Melhore a personalização à medida que avança.	Aumente o ROI.
Crie perfis de clientes ricos em dados que se atualizam a cada interação em tempo real.	Organize uma experiência informada pelas ações e transações do cliente.	Use testes multivariados e A/B para saber o que funciona melhor e para quem.	Destaque produtos de alta margem de lucro e desfrute de taxas de conversão mais altas.

Um fluxo de e-commerce personalizado.



Faça isso com a Adobe.

Colete dados de eventos de navegador, servidor e lote

Adicionar ao carrinho | Pedido feito | Status do pedido | Catálogo de produtos

Passar adiante para criar perfis de clientes mais ricos

Emily Johnson
Idade: 28
Valor Vitalício: USD125

Produtos: Bikram pant | Radiant Tee
Segmentação: Mulheres | Corrida | Usuária do Aplicativo
Eventos de experiência: Calças visualizadas | Adicionar ao carrinho | Aplicativo baixado

E ative-o para impulsionar uma melhor personalização em escala

Recomendações de produtos (você pode gostar) | Atualizações de estoque (notificação push) | Campanha de campanha (um gráfico que reflete o uso de análises)

Unifique dados e atue em insights em tempo real.

Adobe Customer Journey Analytics	Adobe Analytics	Adobe Real-Time Customer Data Platform
Entenda o comportamento do comprador, o desempenho da loja e as oportunidades de otimização em toda a jornada do cliente, on-line e off-line.	Conheça os movimentos digitais que os clientes fazem (e por quê) com painéis prontos para uso.	Combine dados de ecommerce com dados entre canais para obter perfis completos de consumidores, o que facilita a ação.

Proporcione experiências de conteúdo rico que não podem ser ignoradas.

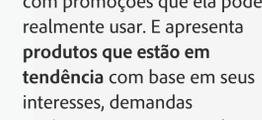
Adobe Experience Manager	Adobe Commerce
Crie, entregue e otimize experiências de conteúdo que fazem o ecommerce faturar mais.	Torne o ecommerce parte integral de todas as experiências, conectando-o ao conteúdo.

Foque sempre em personalização, em todos os lugares, com a Adobe.

Adobe Target	Adobe Customer Journey Analytics	Adobe Commerce
Venda cruzada, upsell e aumento do valor médio do pedido automatizando testes A/B e multivariados.	Maximize os dados em um amplo conjunto de pontos de contato e otimize os canais de melhor desempenho.	Recomendações e pesquisa de produtos impulsionados por IA.

A visão do e-commerce personalizado.

Sara é uma visitante recorrente do site LumaSmart. Dados comportamentais anteriores mostram que ela é corredora. Dessa forma, ela é recebida com conteúdo relevante desde o início.



Até mesmo a barra de navegação é adaptada aos interesses dela



A pesquisa inteligente pode ver que ela está procurando calças de exercício e lhe dá um empurrão em direção à categoria certa.



O e-commerce personalizado atualiza o carrossel dinâmico com promoções que ela pode realmente usar. E apresenta produtos que estão em tendência com base em seus interesses, demandas orgânicas e estoque atual.

Dê o próximo passo na transformação digital.



Fonte: Insider Intelligence

Comece sua jornada personalizada de e-commerce com a Adobe.

Descubra como os dados da Adobe Commerce potencializam experiências personalizadas que impulsionam as vendas.

Saiba como



Attitude of Consumers Worldwide, Toward Personalization and Customer Experience Provided by a Company, 2020 & 2022, Insider Intelligence, maio de 2022. Geoffrey Keating, "Announcing The State of Personalization 2023," Twilio, 1 de junho de 2021. Stephan Serrano, "Personalized Product Recommendations: Tactics for Profits," Barilliance, 6 de setembro de 2021. "The Business Impact of Investing in Experience," Forrester Consulting, Junho de 2021. "The Value of Getting Personalization Right—or Wrong—Is Multiplying," McKinsey & Company, 12 de novembro de 2021.

A Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou marcas da Adobe Inc. nos Estados Unidos e/ou outros países. © 2022 Adobe. Todos os direitos reservados.