

WHITE PAPER

Adobe Experience Manager

Promover experiências —
Em qualquer lugar.



Índice

Sumário Executivo	3
Desafio: Explosão de canais e expectativas.	4
Gestão da experiência digital.	5
Solução: Gestão da experiência Omnichannel	6
Conteúdo que possibilita experiências digitais.	7
Negócios e TI: Uma parceria para a entrega de experiências omnichannel.	8
Para gestores/profissionais de marketing LOB.	8
Otimização da entrega de conteúdos.	10
Arquitetura e abordagem adaptáveis.	12
Como a Adobe pode ajudar?	13





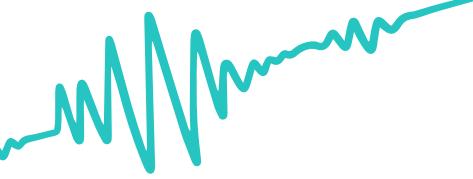
Sumário Executivo

Conforme o comportamento do cliente continua evoluindo, as marcas e os profissionais de marketing devem impulsionar o engajamento da marca ou enfrentar a irrelevância. A necessidade de engajar com o cliente omnichannel, construir interfaces personalizadas, fornecer experiências para dispositivos conectados, adotar novos modos de interação e implantar novas tecnologias de desenvolvimento está gerando um debate: os investimentos em sistemas de gerenciamento de conteúdo (CMS) darão frutos?



O Adobe Experience Manager serve como um headless CMS híbrido, com a opção de construir apresentação front-end dentro da ferramenta. Ele oferece aos profissionais de marketing a capacidade de gerenciar e otimizar conteúdo para seus principais canais, como web e dispositivos móveis, sem dependências externas, e permite que as equipes de TI e desenvolvedores accessem e reutilizem o conteúdo para canais emergentes e interfaces personalizadas.

Os profissionais de marketing têm que equilibrar a capacidade de criar, gerenciar, personalizar e medir experiências de forma eficiente com o desejo personalizar ainda mais o contato do consumidor com a marca, o que poderia exigir materiais técnicos de alto custo para administrar e medir a experiência. Para tais cenários, nós da Adobe recomendamos uma abordagem híbrida que possa: criar rapidamente grandes experiências, seja fácil de gerenciar, escalável à medida que o negócio cresce, esteja otimizada para o contexto e permita a reutilização do conteúdo para experiências altamente personalizadas a um custo mais baixo. O Experience Manager permite que usuários comerciais e desenvolvedores de TI criem experiências contextuais otimizadas por canal, juntamente a um repositório de conteúdo headless para qualquer tipo de conclusão.



Adobe Experience Manager para promover experiências— Em qualquer lugar

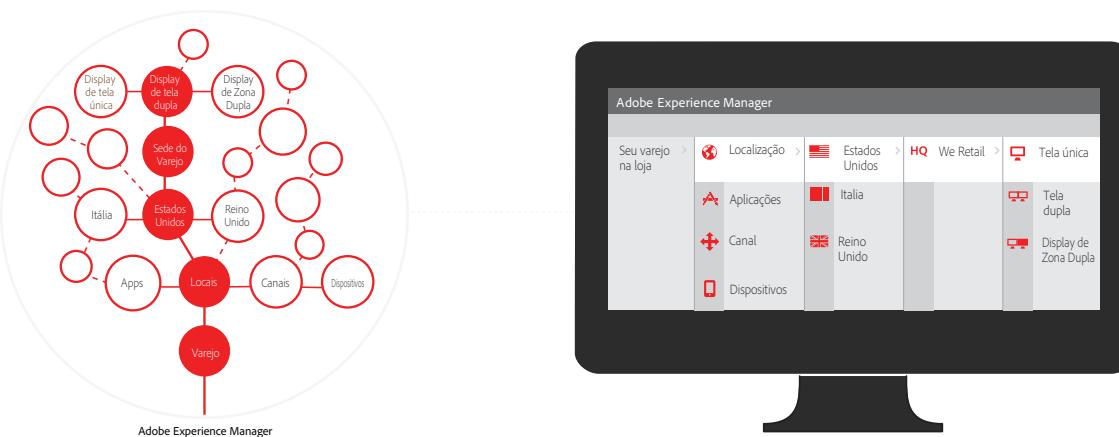
Desafio: Explosão de canais e expectativas.

De acordo com o Gartner, estimava-se que 14,2 bilhões de coisas conectadas estariam em uso em 2020, e o Gartner previu que o total chegaria a 25 bilhões em 2021.¹ Todos os dias, 5,5 milhões de novas coisas inteligentes estariam se conectando. Com esta explosão em dispositivos conectados, os profissionais de marketing são encarregados a adotar novas tecnologias, gerenciar múltiplos CMS e entregar um novo meio para se manterem conectados com seus clientes. O cliente omnichannel exige uma experiência conectada, e mais do que nunca, o consumidor espera uma ótima experiência de marca em todos os dispositivos e canais.

Além disso, com a chegada de novas tecnologias favoráveis para desenvolvedores (como as frameworks JavaScript), as equipes de TI podem criar front-ends mais personalizados que usam conteúdo separados de sua camada de apresentação. Isso significa que os desenvolvedores controlam a experiência de autoria e composição, reutilizando o conteúdo principal para seus experimentos front-end. Esse processo exige que um CMS seja capaz de alimentar múltiplos canais e experiências. Ele requer um CMS dissociado ou um CMS "headless" — conteúdo separado da lógica de apresentação.

Por fim, espera-se que a organização de marketing seja ágil em suas campanhas entre canais, com a necessidade de se preparar rapidamente e operar em velocidades quase que em tempo real. Com 10 vezes mais conteúdos necessários por canal², profissionais de marketing rapidamente têm que obter, reutilizar e entregar grandes conteúdos para essa interação em particular. Um CMS tradicional pode dificultar os desenvolvedores forçando-os a seguir idiomas, padrões, normas e regras estabelecidas pelo CMS. Isso pode restringir a flexibilidade, aumentar a complexidade do código e reduzir a capacidade de manutenção.

Marcas modernas estão lutando para suportar esta explosão de coisas conectadas com serviços e conteúdos ricos em escala. A principal preocupação é como eles podem entregar experiências aos clientes de uma forma que, impulsiona a demanda, construa fidelidade e, ainda assim, em um ritmo acelerado.



Gestão da experiência digital.

Os desafios colocados às equipes de TI e de negócios exigem que as empresas adotem uma abordagem diferente do CMS e de seus serviços de assistência. Organizações centradas no desenvolvedor reavivaram um conceito de décadas atrás, o "CMS headless" ou "Conteúdo como um Serviço". O CMS headless é um sistema de gerenciamento de conteúdo que não tem uma interface de usuário ou camada de apresentação e fornece conteúdo "bruto" para vários canais ou mecanismos de renderização através de APIs na forma de JSON (JavaScript Object Notation). O "cabeçalho" de um sistema CMS refere-se ao nível de apresentação/front-end. "Conteúdo como Serviço" se baseia neste mesmo princípio de um hub de conteúdo que atua como um serviço aos pontos finais de consumo de conteúdo.

Embora o CMS exclusivamente headless forneça alguns benefícios com a reutilização do conteúdo, estes podem ser compensados pelos desafios que as equipes enfrentam criando cada ponto final a partir do zero, aumentando assim o custo total de propriedade e o tempo de mercado. Profissionais de marketing e líderes empresariais que consideram a abordagem do CMS exclusivamente headless devem avaliar a viabilidade da solução a partir dos seguintes desafios:

- Criação de conteúdos: composição, pré-visualização e publicação de conteúdo em um ambiente de negócio favorável ao invés de programar mudanças em ferramentas complexas para desenvolvedores.
- A quem pertence a experiência do cliente: ao autor na equipe de marketing ou o desenvolvedor na equipe de TI?
 - > **Gestão de conteúdos** — Como as mudanças de design e layout serão gerenciadas nas organizações? Quão rápido você pode fazer mudanças e quanto tempo levará para testar, fazer perguntas, respostas e publicar? O autor do conteúdo pode testar experiências? Os autores têm de aprender, adotar e contratar materiais adicionais para gerir as ferramentas de desenvolvimento?
 - > **Personalização** — Será que um tamanho se encaixa para todos? Como você criará uma lógica de personalização para cada ponto final? Como você adicionará mais experiências à medida que novos segmentos de clientes surgirem? Quem é responsável pelos testes A/B? Podem ser escalados até o nono grau com algoritmos de aprendizagem de máquinas?
 - > **Analíticos** — Você será capaz de medir todas as experiências e interações? Você terá modelos de atribuição multicanal para entender o impacto de cada engajamento através dos canais?
 - > **Custo total de propriedade** — Qual é o verdadeiro custo de múltiplos CMS, por exemplo, materiais necessários para gerir experiências, tempo necessário para gerir mudanças, limitações dentro de cada CMS e custos de atrasos de execução?
 - > **Segurança** — Os dados e o conteúdo estarão seguros se você usar APIs públicas. Quem está gerenciando os controles de segurança e acesso de todo o sistema?



Solução: Gerenciamento de experiência omnichannel.

O Adobe Experience Manager é arquitetado para resolver este paradigma e atinge as lacunas na perspectiva do CMS exclusivamente headless. Com a abordagem híbrida oferecida pelo Experience Manager, as áreas de negócios e TI têm a liberdade total de se expressar e construir, para assim, mudar as expectativas dos consumidores. As organizações de marketing podem criar e gerenciar experiências totalmente otimizadas para o contexto que podem facilmente escalar entre funcionalidades, serviços, organizações e geografias sem quaisquer dependências técnicas. As equipes de desenvolvedores podem reutilizar conteúdo e acessá-lo de forma sheadless para criar front-ends personalizados com as ferramentas de sua escolha. Apenas a abordagem de CMS híbrido atende todo o espectro complexo de necessidades que as marcas têm no mundo moderno, apoiando um gerenciamento de experiência sofisticado e personalizado e gerenciamento de conteúdo headless.

O Experience Manager ajuda as empresas a atender às demandas omnichannel, aproveitando uma arquitetura dissociada que separa:

- › Gerenciamento de conteúdo principal que é agnóstico de canal e apresentação;
- › Criação e gerenciamento de apresentação específicas do contexto;
- › Otimização de entrega de conteúdo e experiência.

O Adobe Experience Manager é líder na Forrester Wave e no Gartner Magic Quadrant para gerenciamento de conteúdo web. A Adobe também é líder na Forrester Wave para plataformas de experiência digital. Com milhares de marcas usando o Experience Manager, nós da Adobe vimos e pensamos nos desafios enfrentados pelas empresas, que precisam acelerar a inovação para acompanhar a disruptão digital. Entendemos a flexibilidade necessária em uma solução de gerenciamento de conteúdo e entrega para suportar a ampla gama de experiências digitais que os clientes demandam.

O CMS híbrido do Experience Manager permite às marcas:

- › Encontrar o melhor conteúdo—entre equipes criativas da marca ou importado de repositórios existentes;
- › Gerencie o conteúdo de forma omnichannel para que ele possa fluir facilmente a qualquer ponto final, seja uma aplicação móvel, dispositivo IoT, tela no local, aplicação de página única (SPA) ou serviço;
- › Componha experiências que se adaptem e se tornem personalizadas com ferramentas fáceis de usar e orientação a partir de IA (aprendizado de máquina);
- › Permita que o conteúdo headless chegue rapidamente ao crescente número de conexões sedentas por conteúdo.


“O híbrido é o novo headless: Ainda que ‘gerenciamento de conteúdo headless’ tenha se tornado a palavra da moda, as organizações globais estão incrementando - e buscando por sistemas que não sejam meramente headless, mas que também possam fornecer recursos de cabeçalhos e opcionais - a partir da mesma plataforma”.

Mick MacComascaigh

Vice-presidente de pesquisa e coautor do WCM Magic Quadrant, Gartner

O CMS headless não satisfaz as necessidades de um negócio de alta velocidade, moderno e com experiência. Com o CMS exclusivamente headless, as empresas podem rapidamente esbarrar nos problemas com gerenciamento de recursos, controle de acesso e segurança, gerenciamento de fluxo de trabalho para autoria e publicação, criação de versões, traduções, lógica de personalização, autoria e visualização de experiência. O Adobe Experience Manager sempre ofereceu APIs para fornecer Conteúdo como Serviço, para que os desenvolvedores de TI e profissionais comerciais pudessem abordar os objetivos do CMS headless, e ao mesmo tempo, resolver os desafios do CMS exclusivamente headless.



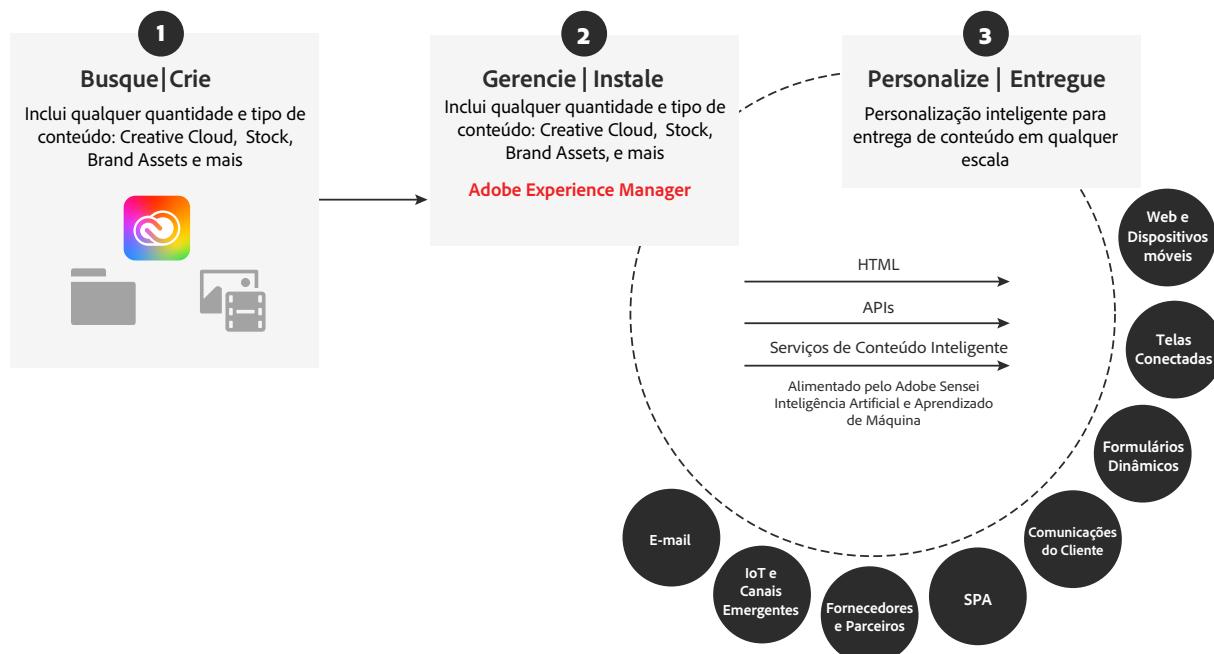
Conteúdo que possibilita experiências digitais.

Desde sua criação, o Experience Manager foi desenvolvido para atender às necessidades de TI e marketing na concepção, gerenciamento e entrega de ótimas experiências digitais. Esses grupos precisam de agilidade e rapidez para suportar as expectativas mais recentes dos consumidores. No passado, essas expectativas eram centradas em site de loja, pareciam ser ótimas, não importava o tamanho da tela—desktop ou dispositivo móvel—e permitiam que os usuários interagissem de maneiras significativas. Hoje, estas demandas são bem mais amplas, em termos de maior velocidade e alcance de pontos de contato além do dispositivo móvel, que incluem mídias sociais, IoT, SPAs e telas no local.

Com o Experience Manager, os profissionais de marketing podem criar e definir uma experiência, enquanto dão aos desenvolvedores a flexibilidade de reutilizar recursos e experiências agnósticas de canais para criar aplicações personalizadas.

O Experience Manager Sites suporta um amplo conjunto de experiências, incluindo:

- › Conteúdo entregue ao ponto de venda e outras experiências de loja, como espelhos mágicos, etiquetas eletrônicas de prateleira, vitrines de compras virtuais e quiosques;
- › Conteúdo entregue a experiências digitais fora do site: redes de afiliados, parceiros, mercados, redes sociais e assim por diante;
- › Dispositivos conectados e aplicativos associados—SPAs, aplicações web progressivas, aplicações híbridas ou aplicações nativas;
- › Fragmentos de conteúdo direcionados entregues para aplicativos IoT em cidades inteligentes, casas inteligentes, atualizações de frota e assim por diante;
- › Conteúdo entregue a artigos de desgaste especializados, tais como relógios inteligentes, rastreadores fitness e dispositivos similares;
- › Conteúdo entregue a agentes de call center, chatbots e plataformas de jogos.



O Adobe Experience Manager pode proporcionar experiências digitais otimizadas de contexto atraente, além de propriedades próprias, adquiridas e pagas—web, dispositivos móveis, IoT, SPAs—em escala necessária para preencher o Experience Business.



Para a entrega de canais específicos no Experience Manager, as capacidades de criação e as ferramentas de gestão operacionais permitem a criação de experiências completas:

- > Web e dispositivos móveis (Experience Manager Sites);
- > Telas no local (Experience Manager Screens);
- > Formulários dinâmicos e correspondência do cliente (Experience Manager Forms).

Impulsionar estas aplicações, líderes da indústria resulta em eficiência operacional significativa e experiências mais maduras que permitem às organizações de TI focarem e acelerarem a inovação em canais emergentes, como a IoT.

Não importa como é usado, um dos maiores benefícios do Experience Manager para qualquer organização é sua capacidade de gerenciar experiências a partir de uma plataforma central, minimizando significativamente as complexidades internas. Para iniciar com um ambiente de autoria unificado, você obtém o benefício de compor todas as suas experiências em uma interface de usuário intuitiva e potente, tanto para usuários técnicos quanto comerciais.

Para oferecer experiências digitais em todos os lugares que os clientes esperam que você esteja, uma organização não precisa apenas de tecnologia e arquiteturas que suportem experiências omnichannel, mas também de uma solução que possibilite equipes funcionais de TI e comercial, para assim, trabalharem facilmente em conjunto. O Experience Manager presta o suporte para ajudar as empresas a fomentar esta parceria.

Negócios e TI: Uma parceria para a entrega de experiências omnichannel.

Uma solução completa de gerenciamento de experiência digital precisa oferecer mais do que apenas uma arquitetura e capacidades que permitam às organizações escolher os serviços a serem aproveitados com base em um desafio de conteúdo específico. Deve também integrar ferramentas e materiais em cada área para que a experiência seja fácil de construir e operar em escala.

O Experience Manager foi projetado para fomentar a colaboração entre os usuários comerciais e de TI e proporcionar fácil acesso à solução, minimizando quaisquer obstáculos. Quando uma arquitetura desacoplada é pareada com ferramentas úteis, tanto para desenvolvedores de TI quanto para usuários comerciais, uma obtenção total de valor pode ser alcançada.

Para gestores/profissionais de marketing LOB.

O Experience Manager fornece aos usuários comerciais a autoria e edição no contexto de páginas da web e fragmentos de experiência. Os fragmentos de experiência são a parte menor de uma experiência maior do cliente, que pode incluir texto, imagens e vídeo. Estes fragmentos incluem instruções de estilo e layout para uso em páginas web e aplicativos móveis para proporcionar consistência. Inclusive, podem ser entregues a outros pontos finais utilizando APIs (embora não necessariamente com o mesmo estilo ou layout). Uma vez que o modelo mestre for atualizado, todas as variações também serão atualizadas automaticamente.

A Adobe também não deixa os usuários comerciais fora do processo relativo ao conteúdo agnóstico para canais como dispositivos IoT, SPAs ou telas no local. Conteúdo bruto, como imagens e vídeos, colocado no repositório de conteúdo pode ser facilmente extraído através de uma API HTTP de recursos para uso dos desenvolvedores. Também é possível criar conteúdo mais estruturado usando fragmentos de conteúdo (pense em casos de uso como FAQs ou bios de palestrantes) trabalhando eles no contexto (criando, editando e pré-visualizando facilmente esse conteúdo por conta própria). Para SPAs, fornecemos um Editor de SPA que permite aos usuários comerciais editar esse conteúdo no contexto e atualizá-lo instantaneamente (dentro das barreiras impostas pelas políticas de governança definidas pelos administradores do sistema, é claro). E como se isso não fosse o suficiente, o mesmo conteúdo que vive dentro de uma página web pode ser extraído pelos desenvolvedores para ser usado em qualquer lugar!

Objetivos da experiência digital	Capacidades do Experience Manager	Capacidades adicionais diferenciadas	
Otimize a entrega de mídia avançada	Otimização da entrega do conteúdo: Mídia dinâmica e vídeo	Entrega de imagens dinâmicas e vídeo interativo otimizado por canal, contexto do espectador	Objetivos da experiência digital
Proporcionar experiências através de canais onde o Experience Manager detém a apresentação	Apresentação contextual específica autoria e gestão: Gerenciamento de conteúdo da Web, formulários dinâmicos, correspondência do cliente, telas no local	Conjunto principal de componentes e ferramentas totalmente customizáveis para facilitar a introdução de novas funcionalidades pelos desenvolvedores	Serviços ricos em experiência
Permita que os usuários de negócios criem e gerenciem experiências onde o Experience Manager não possui nenhuma ou uma única parte da apresentação	Autoria e gestão da experiência omnichannel: framework de serviços de conteúdo e gestão de recursos digitais	Recursos completos do CRUD API HTTP Fragmentos de Conteúdo Fragmentos de Experiência Editor SPA	Serviços ricos em conteúdo
Acesse o conteúdo bruto	Gestão de conteúdos essenciais: APIs	O Repositório de conteúdo base pode ser acessado ou exportado. Recursos completos CRUD HTTP API para acesso ao conteúdo abaixo do nível da página	Serviços de conteúdo base

Figura 3. O Adobe Experience Manager fornece serviços separados para a gestão de conteúdo principal, autoria e gestão de apresentações omnichannel e de contexto específico, além da otimização da entrega de conteúdo.

Ao fornecer aos autores de conteúdo uma maneira de escrever tanto o conteúdo agnóstico como o conteúdo específico do canal em contexto com edição e pré-visualização de auto-serviço, os profissionais de marketing podem trabalhar em conjunto com os desenvolvedores, lançando e atualizando o conteúdo em tempo hábil e relevante à experiência do cliente.

Para desenvolvedores de TI.

O Experience Manager garante que os desenvolvedores tenham o que precisam para criar experiências de alta qualidade sem atrasá-las. Recursos abaixo do nível da página, como fragmentos de conteúdo, imagens, texto e vídeo podem ser entregues como JSON usando o CRUD API HTTP API completo para entrega em qualquer lugar. Além disso, o conteúdo personalizado pode ser extraído usando o Sling Model JSON Exporter. O conteúdo contido dentro de uma experiência de autoria em contexto como uma página ou um Fragmento de Experiência pode ser entregue através de APIs para qualquer ponto final. Todos os nossos componentes principais são APIs de conteúdo personalizáveis para exportação JSON, permitindo uma saída padrão ou personalizada. E finalmente, nosso Editor de SPA suporta a criação de SPAs em contexto para usuários comerciais, enquanto desenvolvedores podem criar experiências usando frameworks JavaScript, como Angular ou React.

Toda a autoria e edição dos usuários comerciais é realizada dentro das barreiras de governança que incluem acesso a conteúdo granular e fluxos de trabalho customizáveis que controlam processos como aprovações e publicações.

Otimização da entrega de conteúdos.

As abordagens ao CMS headless muitas vezes carecem de suporte para otimização de conteúdo e medição da eficácia do conteúdo em relação aos segmentos de audiência. O Experience Manager oferece várias opções que atendem estas necessidades.

Para desenvolvedores de TI.

A otimização da entrega de conteúdo abrange várias áreas que a TI precisa cobrir para oferecer as melhores experiências, desde a infraestrutura escalonável e flexível até configurações do Experience Manager que permitem aos profissionais de marketing selecionar rapidamente métricas de conteúdo ou regras de personalização pré-definidas.

No que se refere a serviços dinâmicos de mídia, o Experience Manager pode ajudar as organizações a fornecer, de forma fácil e contínua, experiências interativas, prontas para as compras e personalizadas. A otimização da entrega dinâmica de mídia pode ser obtida especificando um conjunto de entregas dinâmicas de imagens fornecidas sob demanda a partir de uma única URL. Isto inclui recursos integrados para configurar mais de 100 comandos diferentes para formato, recorte, efeito, cor e qualidade, permitindo infinitas opções e combinações. Para a reprodução de vídeo, você pode instalar e utilizar rapidamente uma biblioteca de reprodução de vídeo HTML5, pronta para uso que fornece reprodução de vídeo e telespectadores de meios mistos líderes do setor multimédia, tanto para conteúdo de vídeo quanto de imagem. Para criar reprodução personalizada, você também pode usar um SDK fornecido.

Com APIs abrangentes e integrações pré-elaboradas com o Adobe Target e Adobe Analytics, desenvolvedores podem configurar rapidamente as regras comerciais, sejam elas aplicáveis à avaliação, direcionamento ou otimização de conteúdo. A partir disto, é fácil estender e personalizar as integrações quando as necessidades comerciais evoluem ou mudam. Em um cenário tradicional headless, a personalização sofre um grande impacto, por exemplo, quando o conteúdo é separado da entrega e um CMS pode obter informações inadequadas sobre os visitantes, tornando-o incapaz de apresentar conteúdo personalizado.

Para gestores/profissionais de marketing LOB.

O Experience Manager fornece um conjunto de recursos integrados para análise, direcionamento, personalização e otimização de experiências digitais. O ambiente de criação é fácil de usar, suporta a edição no local, a composição de regras de direcionamento do tipo arrasta e solta a partir de uma vasta biblioteca de componentes da web, além de ter controles intuitivos para otimização de mecanismos de busca (SEO)—todos da mesma interface de usuário unificada.

O Gerenciador de Recurso Digital (DAM) do Experience Manager e as soluções de mídia dinâmica ajudam as marcas a criar, gerenciar e fornecer conteúdo visual e dinâmico, tais como galerias de fotos, imagens e vídeos, seja qual for o dispositivo ou tela. Com serviços dinâmicos de mídia, as marcas podem aumentar o engajamento e a conversão, tirando proveito da análise e dos dados para fornecer automaticamente o conteúdo certo, no momento exato, ou gerando conteúdo personalizado na hora certa—tudo a partir de um único ativo principal e através de URLs dinâmicas de mídia. A entrega de vídeo é automaticamente adaptada a todas as telas através de reprodução de vídeo responsiva e transmissão de vídeo adaptada. As experiências direcionadas podem então ser otimizadas e ajustadas com base nas medidas e pontos de dados que você especificar.

Através da integração com o Adobe Target, o Experience Manager também auxilia na otimização da experiência para realizar testes A/B em tempo real, entrega de conteúdo programado, melhoria contínua do site e implementação de regras de segmentação. Através da integração com o Adobe Analytics, as marcas podem obter insights orientados por dados e medir como seu conteúdo está funcionando, para que possam otimizá-lo melhor. Características como insights de conteúdo, mapas de atividades ajudam os profissionais de marketing a visualizar dados de forma rápida, eficiente e a tomar as melhores decisões baseadas em dados. A inteligência artificial e as capacidades de aprendizagem da máquina, alimentadas pelo Adobe Sensei, tornam possíveis funcionalidades tais como a detecção de anomalias para insights críticos de uso e a alocação automática à superfície do conteúdo de melhor desempenho para a maioria dos usuários, maximizando a conversão.



Arquitetura e abordagem adaptáveis.

Conforme abordado, a arquitetura do Experience Manager pode se adaptar aos diferentes padrões de serviços necessários para transformar de forma otimizada o conteúdo em uma experiência envolvente, desde o gerenciamento headless até o gerenciamento completo do conteúdo e a entrega da experiência. De fato, a maioria das organizações precisará de uma abordagem híbrida, fazendo trocas com base na natureza do canal e das interações. A boa notícia é que o Experience Manager é capaz de suportar todo este aspecto.

Você pode se beneficiar de diferentes combinações e de suas capacidades de gerenciamento de experiência digital para se adaptar a um desafio específico:

- › Gerenciamento de conteúdo principal, que é agnóstico de canal e apresentação;
- › Autoria e gerenciamento de apresentação específicas do contexto;
- › Otimização de entrega de conteúdo e experiência.

O Experience Manager também fornece os recursos necessários para uma verdadeira parceria de negócios e TI, desde a estratégia até as operações. Depois de trabalhar com milhares de organizações suas necessidades, nós da Adobe percebemos que não existe uma abordagem única para todas as situações. O Experience Manager se adapta a essa diversidade de necessidades para que a tecnologia seja um catalisador, não uma barreira do crescimento.

Para finalizar, a área de experiências de clientes omnichannel é dinâmica, envolvente e desafiadora. Além de uma arquitetura e abordagem versáteis, também investimos em uma série de materiais adicionais para ajudar com os recursos omnichannel de sua organização. Comece com suas necessidades e estratégia de negócios e contate a Adobe e seu ecossistema de parceiros para obter orientação e uma abordagem que se adapte às suas necessidades de hoje e também do futuro.



Serviços
600+ parceiros de implementação certificados



Comunidade
Experience League que oferece aprendizagem guiada de auto-atendimento, comunidade e a capacidade de se conectar com especialistas



Modelo da Fundação Digital
Ferramentas focadas no desenvolvedor, treinamento e melhores práticas de sucesso para acelerar o tempo de retorno de investimento



Habilidades
Adobe Digital Learning Services (Serviços de Aprendizagem digital Adobe), treinamento e certificações



Orientação
Avaliação de maturidade digital e orientação prescritiva para o sucesso oferecido pela Adobe Consulting Services



Como a Adobe pode ajudar?

Com soluções de gerenciamento de experiência como Adobe Experience Manager, combinadas com soluções analíticas e de direcionamento como Adobe Analytics e Adobe Target, está mais fácil do que nunca criar, gerenciar e oferecer experiências em toda a jornada do cliente. Você será capaz de agilizar a criação de experiências, eliminar gargalos tecnológicos e fornecer continuamente conteúdo personalizado e relevante. Você também será capaz de usar um grande volume de dados para compreender efetivamente o comportamento de seus clientes e, em seguida, direcioná-los com experiências altamente personalizadas em todos os dispositivos e pontos de contato digitais e físicos—envolvendo-os com uma experiência de marca coesa, seja qual for o dispositivo ou local em que eles encontrem você.

O Adobe Marketing Cloud oferece a você o mais completo conjunto de soluções de marketing digital integrado disponível. Ele fornece tudo o que você precisa para organizar, acessar e personalizar seu conteúdo de marketing. Oferece insights profundos sobre o que está funcionando com seus clientes e a capacidade de fornecer consistentemente as melhores experiências a cada cliente em todos os canais.

A Adobe Experience Cloud permite que as empresas utilizem um volume grande de dados para alcançar e engajar efetivamente clientes e perspectivas com conteúdo de marketing altamente personalizado, através de dispositivos e pontos de contato digitais. Oito soluções totalmente integradas oferecem aos profissionais de marketing uma série completa de tecnologias de marketing que se concentram em: análise, gerenciamento de experiência em web e aplicativos, testes e direcionamento, publicidade, gerenciamento de audiência, vídeo, engajamento social e planejamento de campanhas. O vínculo com a Adobe Creative Cloud facilita a ativação rápida de recursos criativos em todos os canais de marketing. Milhares de marcas em todo o mundo — incluindo dois terços das empresas da Fortune 50 — confiam no Adobe Experience Cloud, com mais de 30,4 trilhões de transações por ano.

Conheça mais

1. Gartner, <http://www.gartner.com/newsroom/id/3165317>
2. IDC, "Proving the Value of Digital Asset Management," Junho 2015
3. Econsultancy, Digital Trends Briefing, 2017



© 2022 Adobe. Todos os direitos reservados.

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

