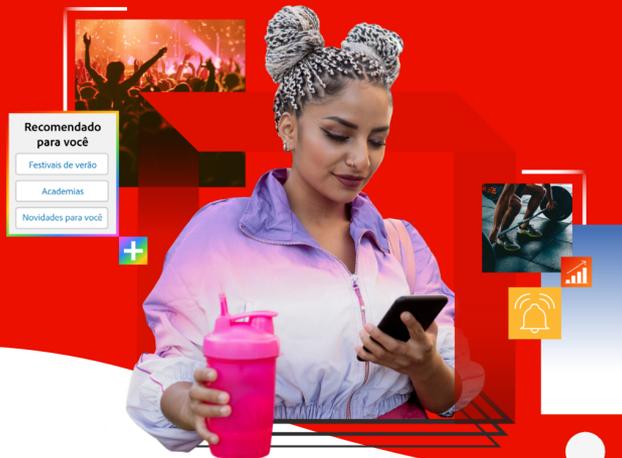


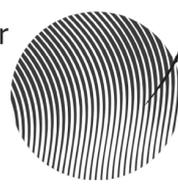


Adobe Analytics

Obtenha análises eficientes de dados de toda a jornada do cliente.



O Adobe Analytics pode mesclar, juntar e analisar dados de qualquer etapa da jornada do cliente. Proporcionando análises detalhadas, relatórios versáteis e inteligência preditiva, dessa forma, você tem a base necessária para criar experiências melhores e personalizadas para os clientes.



Crie experiências pessoais com análise de dados.



Gere mais resultados

Tenha todos os canais emergentes em um só lugar, para ter insights em tempo real baseados em uma visão holística do seu cliente.



Tome as melhores decisões

Use a eficiente atribuição da mídia paga, própria e orgânica para analisar cada conversão e investir adequadamente.



Use e abuse da análise preditiva

Com inteligência artificial e aprendizado de máquina, você pode obter leads e respostas com um único clique.

Soluções que integram o Adobe Analytics



Dados + testes = mais personalização e insights

Com o Target e Analytics juntos você integra suas ferramentas de análise, experimentação e personalização para usar dados como fonte única de verdade em testes A/B, estratégias de personalização e todo o seu direcionamento.



Para ainda mais resultados

Com o Adobe Experience Platform Launch, você pode conectar várias tecnologias e transformar dados em ação, para oferecer experiências avançadas e memoráveis.



Saiba como o [Banco PAN](#) aumentou em 18% as conversões com o Adobe Analytics e Adobe Target



Descubra como o [Banco Nacional do Canadá](#) usa decisões baseadas em dados para impulsionar ainda mais as conversões.



Making every journey better

Saiba como o Aeroporto de [Heathrow](#) envolve clientes com a personalização automática feita com machine learning.

5 motivos para escolher o Adobe Analytics

Relatório Ad Hoc

Adobe Analytics	Outras ferramentas de Analytics
<ul style="list-style-type: none"> IU flexível, de arrastar e soltar, para relatórios ad hoc rápidos. Nenhuma amostra de dados necessária para gerar relatórios personalizados. Muitas métricas matemáticas, sequenciais e estatísticas calculadas a partir de um conjunto mais amplo de variáveis e operadores. 	<ul style="list-style-type: none"> IU rígida e arquitetura de plataforma estendem o tempo de criação de relatórios ad hoc. Amostragem de dados necessária quando a cota mensal de hits é excedida ou quando solicitações personalizadas são feitas (ou seja, adicionar uma dimensão secundária). Limitada a 50 métricas calculadas usando operadores matemáticos básicos.

Jornada do cliente

Adobe Analytics	Outras ferramentas de Analytics
<ul style="list-style-type: none"> Fontes de dados Omnichannel e completas, prontas para usar. As alterações nos metadados de dados podem ser aplicadas retroativamente durante as campanhas. 	<ul style="list-style-type: none"> Dados de click stream de site, pesquisa e publicidade prontas para uso, mas podem ser incapazes de adicionar determinados canais. As alterações de metadados não podem ser aplicadas retroativamente.

Inteligência Artificial

Adobe Analytics	Outras ferramentas de Analytics
<ul style="list-style-type: none"> Alertas inteligentes aplicam automaticamente o contexto aos sinais incomuns antes de enviar o alerta. A detecção de anomalias revela picos fora das normas esperadas em qualquer dimensão de dados. A análise de contribuição desbloqueia a causa raiz que direciona as anomalias. O agrupamento da audiência descobre automaticamente segmentos estatisticamente válidos. Torna-se mais preciso à medida que dados de canais adicionais são ingeridos. 	<ul style="list-style-type: none"> Alertas automatizados são baseados exclusivamente em picos e quedas no tráfego fora das normas esperadas. Detectam anomalias, mas devido a canais omitidos e amostragem de dados, a detecção pode ser imprecisa. O aprendizado de máquina pode ser aplicado à atribuição em canais digitais e pode ajudar a otimizar os gastos com publicidade, mas não há nenhuma análise de causa raiz disponível. Nenhum aprendizado de máquina que pode descobrir ou agrupar.

Segmentação de audiências

Adobe Analytics	Outras ferramentas de Analytics
<ul style="list-style-type: none"> A análise de segmentos inclui segmentação sequencial, empilhamento de segmentos, comparação de segmentos e segmentação de fluxo. Compartilhamento de segmento bidirecional com ferramentas de engajamento do cliente nativas e não nativas. Segmentação flexível da audiência com variáveis omnichannel para dividir dados da audiência. 	<ul style="list-style-type: none"> Não é possível revelar com precisão o comportamento de engajamento do cliente devido aos recursos limitados de análise de caminhos e precipitação. Permite o compartilhamento de segmentos somente com ferramentas nativas. Segmentação de público limitada devido a silos de dados, canais omitidos e menos variáveis disponíveis.

Insights para colocar em prática

Adobe Analytics	Outras ferramentas de Analytics
<ul style="list-style-type: none"> Ativação nativa de insights em vários fluxos de trabalho de engajamento do cliente da Adobe Experience Cloud. Rede de parceiros robusta para otimizar experiências. 	<ul style="list-style-type: none"> Ativação nativa de suas redes de anúncio e ferramentas de engajamento selecionadas. Rede de parceiros de otimização com experiência limitada.

Sobre o Adobe Analytics

O Adobe Analytics remove silos organizacionais e de dados, pois reúne dados de toda a jornada do cliente em uma só visualização, oferecendo insights sobre o comportamento do cliente com base em cada interação, inclusive as mais recentes. Esses dados também ficam disponíveis para treinar modelos de inteligência artificial e machine learning otimizados para atribuição, análises de contribuição, personalização e teste. Além disso, todos esses dados e análises podem ser facilmente compartilhados com qualquer equipe ou sistema necessário, democratizando o acesso aos dados em toda a organização, **entre em contato agora mesmo com a nossa equipe.**

Entre em contato

