



# Adobe Journey Optimizer

Crie experiências do cliente personalizadas em qualquer dispositivo ou canal



Adobe Journey Optimizer permite gerir campanhas omnichannel programadas e momentos individualizados para milhões de clientes a partir de uma única aplicação, e toda a jornada é otimizada por meio de informações e decisões inteligentes.

## A jornada do cliente é mais importante do que nunca.



### Informação do cliente em tempo real

Crie um perfil unificado em tempo real com resolução de identidades e segmentação em escala.



### Otimização omnichannel

Aproveite as mensagens por e-mail, push e in-app para atrair os clientes ao longo da experiência com a marca.



### Personalização inteligente

A tomada de decisões de ofertas inteligentes seleciona a próxima melhor oferta segundo o comportamento do cliente em tempo real.

## Cumpra seus objetivos de negócio



### Gestão simplificada

Uma única aplicação para as campanhas omnichannel e interação em tempo real.



### Interação melhorada

Conteúdo personalizado baseado em perfis atualizados em tempo real.



### Conversão maior

Informação baseada em dados com visualização imediata da progressão da jornada.



### Redução de time-to-market

Experiência de usuário moderna com fluxos de trabalho e modelos de jornadas impulsionados por IA.



### Escale conforme o necessário

Escalabilidade e agilidade nativas na nuvem com capacidade de ampliação de API.

## Casos de uso:

Os profissionais de marketing usam o Adobe Journey Optimiser para enviar comunicações individualizadas e em lote baseadas em audiências.



**Por exemplo:** um varejista de vestuário frequentemente envia pesquisas pós-compra para todos os clientes que compraram produtos na última semana. Devido ao tempo adverso, algumas remessas foram atrasadas. Vendo quais clientes não receberam seus envios, a loja de roupas pode excluí-los do correio de satisfação do cliente programado e, em vez disso, enviar um e-mail personalizado pedindo desculpas pelo atraso e oferecendo um código de desconto com recomendações de produtos com base nas compras anteriores do cliente.

As equipes operacionais de atendimento ao cliente utilizam o Adobe Journey Optimizer para administrar uma variedade de tarefas, como notificações operacionais, ou mesmo para monitorar o processo de integração.



**Por exemplo:** um parque de diversões onde os visitantes fazem download de um aplicativo móvel como parte da experiência.

O pessoal de manutenção pode usar o Adobe Journey Optimizer para notificar os visitantes do parque sobre as atrações que estão atualmente fechadas para manutenção.

## Q&A – Respostas e perguntas frequentes sobre o Adobe Journey Optimizer

### Primeiros passos/Implementação

- **Como você sugere que uma pequena empresa se concentre em priorizar as jornadas dos clientes em tempo real se os dados são limitados e os sistemas ainda não estão conectados?**

Ao entrar em jornadas de clientes em tempo real no Adobe Journey Optimizer, é importante aproveitar os dados existentes para avaliar as suas campanhas dados existentes para avaliar suas campanhas ou viagens. Sejam atuais ou propostos, os dados permitirão que você estabeleça prioridades com base no potencial impacto imediato em seus negócios. Recomendamos começar com uma campanha ou jornada que tenha impacto sobre um KPI de uma métrica importante. Uma vez identificada e desenvolvida esta campanha ou jornada, você pode criar um plano para incorporar dados adicionais e construir um roteiro para incorporar dados adicionais e construir um caminho de migração a partir de seu status atual.

- **Minha empresa já começou a implementar jornadas em tempo real com o Adobe Journey Optimizer. É tarde demais para abordar as pessoas e os aspectos processuais desta implementação?**

Os clientes que começam a implementar o Adobe Journey Optimizer, muitas vezes, descobrem que têm elementos de projeto organizacional que precisam ser abordados. Comece pequeno com seu modelo operacional e a *Adobe Professional Services* trabalhará com você para adaptá-lo às suas necessidades. Aqueles que não abordam estes pontos correm o risco de ficar atrás do ficando atrás dos concorrentes e não perceberão o valor total de sua implementação tecnológica..

- **O que nossa empresa precisa fazer para se preparar para este tipo de transformação?**

Identificar se seu modelo operacional atual e seu projeto organizacional estão alinhados com a nova estratégia. Certifique-se de estar selecionando áreas que valham a pena para seu cliente, assim como para sua organização, concentrando-se em sua estratégia de negócios, tecnologias de apoio, processos e recursos. As empresas que oferecem a melhor experiência ao cliente, os menores custos operacionais e os maiores ganhos de receita são as que estão reavaliando estas condições antecipadamente.

### Experiência/ativação:

- **Você pode personalizar uma experiência para alguém que não tem um perfil?**

Você pode personalizar experiências em websites para visitantes anônimos por meio dos IDs baseados em cookies da Adobe. As opiniões de um usuário sobre diferentes páginas da web podem ser rastreadas com este ID, que pode então informar a experiência personalizada que você deseja fornecer. Por exemplo, se um novo usuário clicou em um de seus produtos no passado, você pode configurar um ícone para que este produto seja exibido em sua página inicial no futuro. Ao criar estes tipos de experiências para visitantes anônimos, os dados de rastreamento são anexados a um perfil de cliente na Plataforma de Experiência Adobe com um ID, criando a oportunidade de desenvolver dados de perfil mais ricos que você pode usar para informar a personalização para melhores experiências.

- **Se enviar mensagens em tempo real baseadas em eventos do cliente, que parte da mensagem devo personalizar para torná-la mais impactante?**

Uma maneira fácil de começar é personalizar seu conteúdo com o nome de seus clientes ou com o idioma de sua preferência. No Journey Optimizer, estas informações são extraídas do perfil unificado para ativação. Você pode então elevar a personalização do conteúdo com base no caso de uso e onde eles estão em sua jornada com sua marca. Você pode exibir ofertas ou chamadas à ação relevantes levando os usuários a uma página de desembarque pré-preenchida com informações personalizadas. Por exemplo, se um cliente visitar uma determinada categoria de produto em seu website, use essa categoria de produto para fazer recomendações adicionais de produtos usando a Decisão de Oferta.

- **Todas as mensagens devem ser em tempo real, e existe uma fórmula perfeita para a divisão percentual?**

As empresas de maior sucesso estão entregando a maior parte de suas mensagens em tempo real. Encontre um equilíbrio em quais são seus objetivos comerciais e o que você pode implementar. Por exemplo, os boletins informativos podem continuar a ser uma comunicação em lote e de grande volume, mas você pode personalizar elementos com base em interesses ou atributos.

- **Dada a atual regulamentação sobre governança de dados e segurança da privacidade, posso limitar quem tem acesso aos dados do usuário?**

Há diferentes maneiras de restringir o acesso a dados sensíveis por usuários não verificados ou exportar para diferentes sistemas e aplicações. A Plataforma Adobe Experience Platform possui recursos que permitem decidir qual usuário tem acesso a quais dados e recursos que permitem restringir certos campos de serem exportados para aplicações de terceiros. Além disso, para setores que exigem níveis mais altos de governança e privacidade de dados, como o de saúde, as extensões de licenciamento da Adobe Privacy and Shield e Healthcare Shield podem ajudar a garantir que você atenda às expectativas regulatórias atuais.

- **Como você lida com a ordem dos dados no modelo de dados e personalização?**

Este é um caso de uso comum para introduzir uma matriz de dados em uma matriz de objetos dentro do modelo de dados de experiência. Um dado típico ou entidade que segue esta estrutura de dados é, por exemplo, itens em um recibo ou itens em uma cesta, a partir de uma perspectiva de evento de *clickstream*. Há diferentes maneiras de lidar e interagir com uma matriz de dados. A interface de usuário do construtor de *segment builder* interagir e analisar se um cliente compra um determinado item que pode então ser avaliado através de uma matriz de objetos. Então, se a ordem dos objetos precisa ser levada para a viagem do cliente, há múltiplas funções para fazer isso. Por exemplo, se seu cliente adicionar um item a sua cesta, você pode enviar um e-mail personalizado para endereçar o carrinho abandonado com base na avaliação dos dados coletados em sua matriz de objetos.

- **Há algum pré ou pós-processamento dos dados antes de entrarem no sistema?**

Há muitas opções para transformar os dados dos clientes antes e depois de serem ingeridos na Plataforma de Experiência Adobe:

- Mapper está disponível OOTB (out-of-the-box) e permite simples transformações de dados em nível de registro.
- O Data Distiller permite que o SQL avançado seja construído e programado para fornecer transformações adicionais após a ingestão, através de uma capacidade adicional de licenciamento.
- Transformações de dados personalizadas podem ocorrer a qualquer momento antes ou depois da ingestão com o apoio das equipes de engenharia de dados da Plataforma de Experiência.

## Sobre Adobe Journey Optimizer

O Adobe Journey Optimizer é a solução líder para as marcas impulsionarem a jornada de compra e a gerar melhores experiências aos clientes. Gerencie e otimize todos os pontos de contato com o cliente, incluindo sites, aplicativos móveis, e-mails, entre outros, para impulsionar as vendas, reduzir a perda de clientes e aumentar a fidelidade. O Adobe Journey Optimizer se integra com qualquer plataforma de automação de marketing para mensurar e otimizar cada etapa da jornada de compra do cliente. Integra-se ao Adobe Analytics para proporcionar uma visão holística da jornada do cliente em todos os dispositivos e canais, assim como o uso de algoritmos de aprendizagem automática para entregar a melhor experiência.

Entre em contato e agende uma conversa.

Agende uma demo

