



Criação de conteúdo colaborativo para alcançar conteúdo em escala

Escalar conteúdo para personalização só funciona com o processo adequado de criação e colaboração.





Visão geral

Depois de mais de 50 anos da chegada da humanidade à Lua, ainda lutamos com a gestão de conteúdo. De acordo com David DeLong, um dos gerentes de TI da NASA: “se quisermos ir para a Lua novamente, vamos precisar começar do zero porque todo esse conhecimento desapareceu. Levaria muito tempo e custaria muito para voltar”.

Em um cenário onde não tínhamos internet, machine learning e dispositivos móveis, o gerenciamento de conteúdo foi uma luta. Você pode imaginar isso agora quando precisa entregar personalização em escala para todos os seus clientes, de diferentes regiões, segmentos e outras variações? O desafio continua, sobretudo com os custos e o time to market.

Para oferecer experiências relevantes para seus clientes, as empresas precisam estabelecer um processo colaborativo de criação de conteúdo; com isso, terão mais sucesso na distribuição de informações, que poderiam ser internas – para funcionários e parceiros; e/ou externas – para clientes. Disponibilizar suas informações é a única maneira de dimensionar seu conteúdo para alcançar as necessidades de personalização do cliente.

Estatísticas

Segundo o [Digital Trends Report de 2022](#), nesta nova era, moldada pelas expectativas redefinidas digitalmente dos clientes e ditadas por seus novos comportamentos, as empresas que avançam rapidamente, se reorganizam em torno do cliente, capacitam suas equipes, inspiram confiança e preparam as bases para a personalização em escala serão aquelas que prosperarão.



Falamos regularmente sobre conteúdo em escala com nossos clientes – com uma atenção especial à quantidade de conteúdo que as equipes podem criar em qualquer janela de tempo. Uma maior velocidade de produção de conteúdo tipicamente anda de mãos dadas com a personalização escalável. Para aumentar o conteúdo, recomendamos aos clientes da Adobe para automatizar fluxos de trabalho de conteúdo e usem ferramentas de colaboração para conectar analistas de marketing e conteúdo com equipes de criação e agências externas.”

Jonathan Weissbard
Adobe Consulting

Desafios

O conteúdo geralmente começa com a equipe criativa produzindo logotipos, imagens, vídeos, banners e outros novos formatos que estão aparecendo a cada dia. Dessa forma, torna-se difícil encontrar a informação certa facilmente, ainda mais quando temos criativos, profissionais de marketing e gerentes de projetos e produtos trabalhando todos juntos e ao mesmo tempo.

Mesmo com o conteúdo certo, isso pode não ser o suficiente para suas ambições de personalização. Quão bem-relacionado é o seu conteúdo? Você está aproveitando o desempenho do conteúdo para continuar melhorando a experiência do seu cliente? Se você respondeu não para alguma destas questões, provavelmente você não tem uma plataforma de escala de conteúdo e nem conteúdos dinâmicos que possam ser reaproveitados de acordo com o contexto de seus clientes. Podemos te ajudar a conseguir isso.

Solução

Gestão de ativos

Fornecer o conteúdo de alto desempenho atualizado em um hub de conteúdo para suas equipes de marketing resulta em redução de custos. O ativo será descoberto através de metadados preenchidos de maneira automática que aproveitam a IA reduzindo o retrabalho.

Experience Templates

O conteúdo está lá para que o cliente o consuma. Porém, para sua equipe, o conteúdo está lá para a conversão.

Crie conteúdo que maximize a conversão com base nas preferências do seu público: conteúdo dinâmico que se adapta em tempo real às ações, comportamentos e necessidades do cliente – tanto para usuários autenticados como não autenticados. Por meio de um conjunto dinâmico, você pode personalizar e servir blocos de conteúdo em uma página.

Principais recursos

O que é conteúdo em escala?

Criação e colaboração de conteúdo:

- A estratégia de conteúdo escalável é baseada em personas e necessidades.
- Processo de criação interativo, colaborativo e com taxonomia de recuperação escalável e capacidade de descoberta.

Conteúdo omnichannel:

- O conteúdo dinâmico é projetado para vários canais.

Otimização de conteúdo:

- Experience Templates otimizados e empregados para a personalização em escala

Benefícios

- Um hub de conteúdo centralizado.
- Um processo de gestão de trabalho para facilitar e acelerar a colaboração.
- A capacidade de montar dinamicamente conteúdo de alta conversão.
- A capacidade de entregar esse conteúdo para qualquer canal em tempo real.



Gestão do trabalho de marketing

O modelo de trabalho híbrido chegou para ficar – assim como novas formas de colaboração. Por isso, a sua equipe deve ser capaz de conectar projetos de qualquer lugar e com visibilidade, para permitir que você os impulse de forma ágil.

Para isso, é imprescindível contar com um sistema de gestão de trabalho que proporciona – desde a estratégia até os resultados – conexão com as várias ferramentas do time criativo, e ao mesmo tempo, garantir que todos estejam no caminho certo.

Caso de uso

A T-Mobile, uma das maiores empresas de telecomunicação do mundo, estabeleceu o programa “North Star” para impulsionar a empresa a criar experiências que cativam os clientes. Com isso, obteve:

- Redução do tempo de carregamento da página em 80%, levando ao aumento de visualizações e adesão.
- Aumento de 23% no número de clientes atualizando suas próprias contas.
- Aumento de 65% do tráfego da web móvel devido a designs mais amigáveis para dispositivos móveis.



Para alcançar um ecossistema de classe mundial você tem que estabelecer um sistema que é rápido, inteligente, relevante, contextual e modular para o máximo de reaproveitamento omnichannel. É operacionalmente ágil, simples, consistente e intuitivo para autores. Têm forte base no sistema de design e é acessível para todos.”

Monique Misrahi
Dx Director, T-Mobile

Com isso em mente, o T-Mobile reajustou o VEC (Visual Experience Composer), aproveitando a modularidade dos fragmentos para fornecer diferentes conteúdos para cada indivíduo. O próximo passo é ir além das experiências da web.

[Confira o case completo](#)



Para pensar!

Para agilizar o processo de entrega e facilitar o fluxo de trabalho de criação tanto para os profissionais de marketing quanto para a TI, você precisa pensar nas seguintes perguntas:

- Quais são seus padrões de criação de conteúdo que atendem às demandas de diferentes linhas de negócios?
- Quantos repositórios sua equipe está usando para controlar ativos?
- Você está reutilizando blocos de conteúdo? Se sim, eles são fáceis de localizar?
- Você já viu iniciativas headless? Se sim, como você está pensando em abordar a entrega de conteúdo?
- Como sua equipe está tagueando seu conteúdo para melhorar a visibilidade e a capacidade de pesquisa?

Ter o conteúdo certo, no formato certo e na hora certa é fundamental para atender às necessidades de personalização 1:1. Para gerenciar a crescente complexidade do trabalho hoje em dia, as empresas precisam centralizar a produção, publicação e armazenamento de conteúdo que represente seu capital intelectual. Eles precisam de uma máquina de criação, entrega e otimização de conteúdo de alta potência – em outras palavras: [conteúdo em escala](#). Com o Adobe Experience Manager, podemos te ajudar com isso.

Saiba mais





© 2022 Adobe. Todos os direitos reservados.

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