

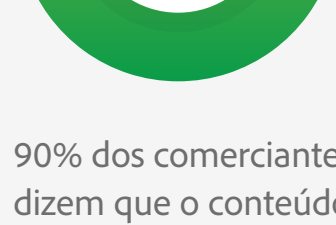
A nova fronteira de conteúdo é inteligente, pessoal e acessível a todos.



Nesta nova era digital, a única maneira das marcas prosperarem e escalarem é democratizando a maneira como administram seu conteúdo baseado na experiência do cliente. Isto significa que é a hora de quebrar silos, unir as equipes e capacitá-las com o poder da Inteligência Artificial (IA) e Machine Learning (ML) - para que elas possam entregar o conteúdo certo, às pessoas certas, no lugar certo e no momento certo.

Capacitando a criação de conteúdo de sua empresa

Os clientes querem mais e mais personalização em cada ponto de contato. Para isso, todos precisam ser responsáveis por oferecer a melhor experiência de conteúdo - não apenas a equipe de marketing. Com AI e ML, qualquer pessoa pode capacitar sua empresa a criar todas as variantes de conteúdo necessárias para aumentar as experiências personalizadas.



90% dos comerciantes dizem que o conteúdo de crowdsourced tem o maior impacto sobre os negócios da empresa

\$38.2B

O mercado global de criação de conteúdo digital deverá atingir 38,2 bilhões de dólares até 2030.

Fontes: Databox, PR Newswire

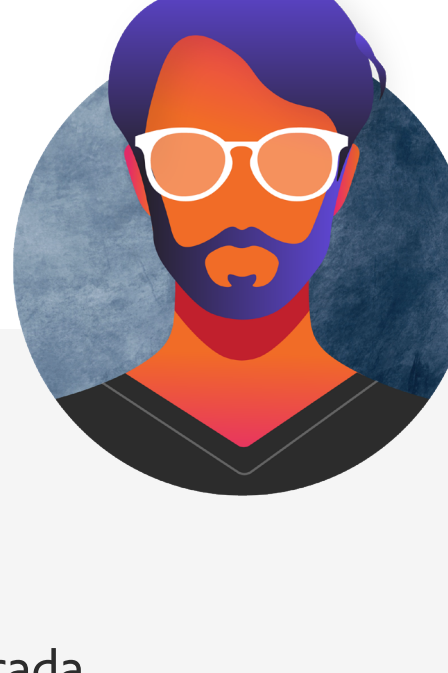


A Pitney Bowes teve **\$100K em custos operacionais reduzidos** através da automação.

“Personalizamos nossas experiências digitais e democratizamos toda a análise da web de nossa organização de marketing. Isto levou a um aumento significativo nas visitas ao site e na receita on-line, sem mencionar a melhoria no relacionamento com os clientes”.

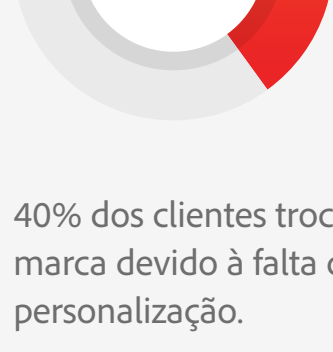
José Rodriguez

Director Senior, Marketing Technology, Operations y Digital Analytics
Pitney Bowes



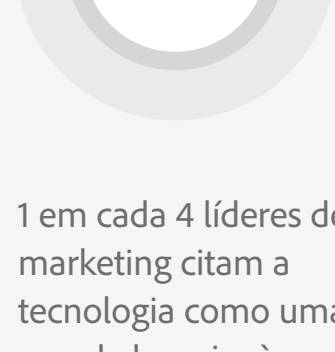
Toda experiência criada com inteligência

A promessa da IA e ML é que você pode fornecer conteúdo personalizado de ponta a ponta e rapidamente, otimizando cada interação entre você e seus clientes. Além disso, com os testes A/B e multivariados, você pode fornecer experiências de maior desempenho automaticamente.

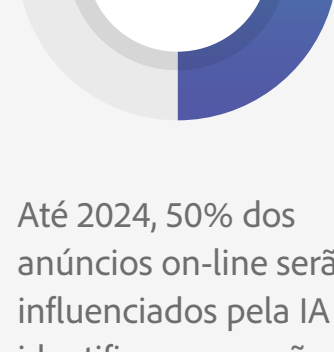


40% dos clientes trocam de marca devido à falta de personalização.

Fontes: Accenture, Gartner

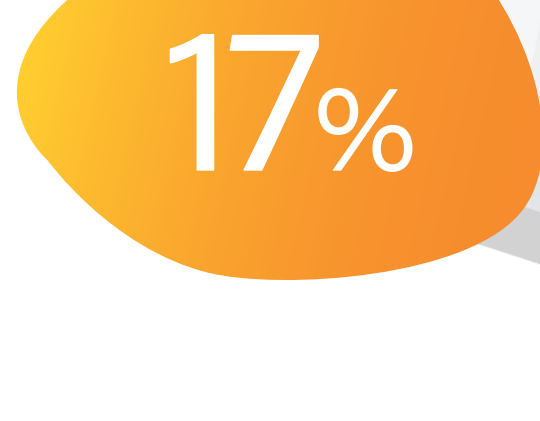


1 em cada 4 líderes de marketing citam a tecnologia como uma grande barreira à personalização.



Até 2024, 50% dos anúncios on-line serão influenciados pela IA que identifica as emoções.

A Dixons Carphone viu um **aumento de 17% na conversão** ao utilizar ofertas direcionadas da web.



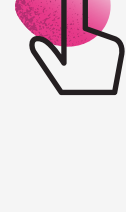
“Podemos usar a IA para alcançar mais clientes de uma forma mais pessoal do que realizar a tarefa manual de criar audiências e combiná-las com as melhores experiências”.

Harry Sohal

Product Owner, Adobe Experience Manager
Carphone Warehouse

Proporcione experiências através de todos os canais

A economia digital está aqui, o que significa que o futuro é criar experiências com as quais os clientes possam interagir em todos os canais e de muitas maneiras diferentes. Para facilitar isso, AI e ML podem ajudar ajustando dinamicamente o conteúdo - como o corte automático de imagens e vídeos ou resumindo textos para atender às exigências de qualquer canal.



Os consumidores interagem com uma média de 6 pontos de contato quando fazem uma compra.



Os clientes Omnichannel têm um valor de vida 30% maior do que os consumidores que utilizam apenas 1 canal.

Fontes: Knexus, Google

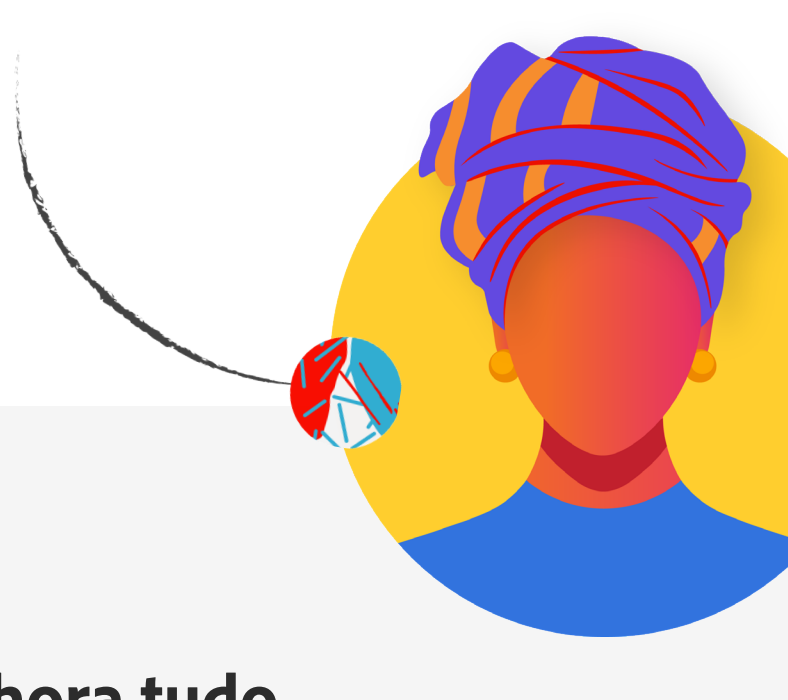


Informatica aumentou o tráfego de sua página de entrada para a plataforma de gerenciamento de dados baseada na nuvem em **75x**, com os visitantes passando **45% a mais de tempo no site**

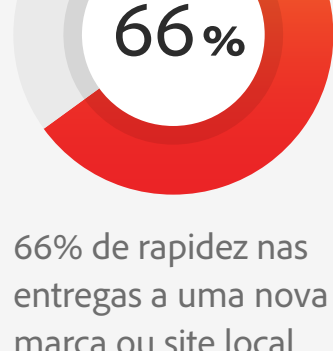
“Sabíamos que tínhamos que construir uma plataforma tecnológica que suportasse a entrega de experiências relevantes e orquestradas de forma oportuna em todos os canais, sempre que alguém interagisse com TI”.

Carolyn Appleby

Vice Presidente, Corporate y Digital Marketing
Informatica

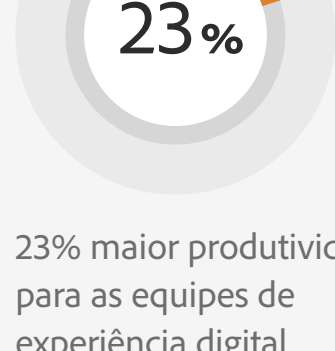


Um CMS alimentado por IA melhora tudo.



66% de rapidez nas entregas a uma nova marca ou site local

Fonte: IDC



23% maior produtividade para as equipes de experiência digital.



10% de aumento nas visitas mensais ao site.

Com o poder combinado do Adobe Experience Manager Sites e Adobe Sensei, você pode fornecer conteúdo personalizado mais rapidamente para todo o seu público, em qualquer canal. E como ele é construído sobre uma base escalável, ágil e segura, você terá todas as ferramentas necessárias para manter seus clientes fiéis.

Saiba como o Adobe Experience Manager Sites pode ajudar a sua empresa.

Saiba mais



Fontes

"Informatica Transforms Web Experiences from Static to Dynamic," Adobe customer story for Informatica.
Jessica Greene, "How to Get More People in Your Company Creating Content (According to 52 Marketers)," Databox, February 5, 2019.
Julie Krueger, "Omnichannel Shoppers: An Emerging Retail Reality," Think with Google, March 2015.
Kelly Blum and Gloria Omale, "Gartner Predicts 80% of Marketers Will Abandon Personalization Efforts by 2025," Gartner Newsroom, December 2, 2019.
Lucy Davies, "US Consumers Turn Off Personal Data Tap as Companies Struggle to Deliver the Experiences They Crave," Accenture Newsroom, December 5, 2017.
"Multi-Billion Dollar Digital Content Creation Market to Grow at a Prominent Rate in Coming Years," PR Newswire, June 24, 2021.
"Omnichannel Stats You Don't Want to Miss," Knexus, May 26, 2016.
Melissa Webster and Matthew Marden, "The Business Value of Adobe Experience Manager Sites," IDC, February 2018.
"Pitney Bowes Brings B2B Marketing into the Digital Era with Adobe Experience Cloud," Adobe customer story for Pitney Bowes.
"A VIP Experience for All Customers," Adobe customer story for Dixons Carphone.