



WORKSHEET

# Evalúa y acelera la velocidad de tu contenido.

Responde estas seis preguntas para descubrir la velocidad de tu contenido actual y cómo puedes crear más y mejores contenidos con menor costo y esfuerzo.

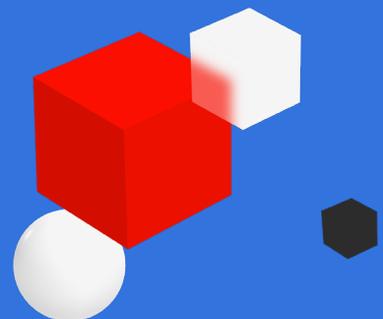


En estos días, los consumidores y los gerentes de negocios prefieren elegir su propia aventura. En lugar de esperar a ser orientado por un vendedor, el 87% de los compradores prefieren atenderse a sí mismos en parte o por completo durante su recorrido de compra, según TrustRadius. Las experiencias personalizadas impulsadas por contenido están haciendo el trabajo de los representantes de ventas y lo están haciendo bien. Según una investigación de Twilio Segment, el 60% de los consumidores dicen que probablemente se convertirán en compradores recurrentes después de una experiencia de compra digital personalizada con un minorista.

Conseguir la experiencia del cliente adecuada es importante. Las empresas que destacan en la personalización, aumentan los ingresos relacionados en un 40% sobre los esfuerzos más mediocres, según muestra la investigación de McKinsey & Company. Pero ofrecer grandes experiencias personalizadas requiere producir grandes volúmenes de activos digitales a velocidad y a escala. La velocidad del contenido mide cuánto contenido genera una marca en un período de tiempo definido. Es una métrica que puede ayudarte a evaluar la eficiencia de tus esfuerzos de contenido e identificar oportunidades



**Se logra una alta velocidad de contenido cuando los creadores de contenido, diseñadores y marketers trabajan juntos para generar activos, para luego administrarlos y publicarlos desde una ubicación centralizada. Cuando se hace bien, se entregan los activos correctos a las audiencias correctas lo más rápido posible, aprovechando las oportunidades de conversión y personalizando la experiencia a escala.**



Responde a las seis preguntas del diagnóstico para evaluar la velocidad de tu contenido y descubrir cómo crear, administrar y entregar más y mejor contenido en menos tiempo.

## 1. ¿Cuál es tu proceso para iniciar nuevos proyectos de contenido?

(Elige la respuesta que se relacione más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** Nuestro equipo de marketing discute ideas sobre emails, reuniones o llamadas. Luego, nuestro equipo creativo reúne activos como imágenes, clips de vídeo y mensajes. Diseñaron un mockup y el equipo de marketing lo envió por email para obtener comentarios.
- B.** Nuestro gerente de marketing envía por email al equipo creativo una lista de los productos necesarios para las próximas campañas y comparte un enlace de SharePoint o una carpeta comprimida de materiales de fondo y briefs de contenido para usar. El Project Manager utiliza una hoja de cálculo para realizar el seguimiento del proyecto.
- C.** Nuestro equipo de marketing utiliza una solución de flujo de trabajo para anunciar las próximas prioridades al equipo creativo. El brief creativo y la retroalimentación están vinculados a cada proyecto para que el equipo no tenga que buscar a través de hilos de emails. El sistema de gestión de acceso digital (DAM) también está integrado con nuestras herramientas de diseño y gestión del trabajo, lo que facilita al equipo creativo encontrar, usar y actualizar o reutilizar activos relevantes.

## 2. ¿Cómo almacenas, buscas y brindas acceso a diferentes tipos de activos?

(Elige la respuesta que se relacione más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** Trabajamos principalmente con imágenes y texto, el sistema de gestión de contenidos (CMS) solo emplea JPGs y PNGs. Nuestro equipo creativo mantiene bibliotecas de imágenes y copias en sus discos duros. Cuando necesitan archivos de proyectos anteriores en los que alguien más trabajó, solicitan a esa persona que les envíe los archivos por email. A veces no podemos encontrar la fuente de los archivos o las imágenes que utilizamos y tenemos que volver a crear esos activos desde cero.

- B.** Nuestros diseñadores comparten enlaces a los activos de vídeo e imágenes que están en la nube en SharePoint, Dropbox, Box.com u otro servicio similar, pero no todos los usuarios pueden acceder a estas unidades. Un Project Manager comparte las lineamientos de mensajería y branding, mientras que otro es responsable de los contenidos finalizados. Periódicamente, alguien se toma el tiempo para eliminar los duplicados y limpiar las carpetas viejas. A veces hemos utilizado contenido sin licencia porque no tenemos una manera de comprobar si los derechos han caducado.
- C.** Todos los usuarios o equipos involucrados en la creación y entrega de contenido tienen acceso al contenido que necesitan. Los activos de nuestro sistema DAM pueden ser catalogados, rastreados y localizados por tipo. La búsqueda de vídeos, infografías, fotos y mensajes es rápida y eficiente. El sistema ajusta automáticamente el tamaño de las imágenes y gestiona el control de versiones. También puedes identificar piezas de contenido en diferentes idiomas o versiones similares con diferentes copias (para evitar duplicaciones). La gestión de activos está integrada con herramientas creativas, nuestra plataforma de gestión del trabajo y el CMS, por lo que es sencillo y sencillo crear nuevos contenidos y cargarlos en cualquier canal.

### **3. ¿Cómo gestionas el control de versiones?**

(lige la respuesta que se relacione más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** Cuando necesitamos actualizar un activo de contenido, solicitamos a los diseñadores que nos envíen por email la versión más reciente. Si más de un diseñador estuvo involucrado, es complicado saber qué versión es la actual.
- B.** El equipo creativo comprueba un sistema de intercambio de archivos como SharePoint o Dropbox para los archivos más recientes antes de iniciar una actualización o revisión. A menudo tenemos que volver a comprobar que quien haya trabajado en él por última vez, movió todos los archivos desde su escritorio a la nube.
- C.** Los metadatos en el sistema DAM gestionan el control de versiones, cada versión incluye marcas como fecha y hora. Los equipos pueden acceder automáticamente a la versión más reciente de cualquier archivo. Hemos integrado nuestras herramientas creativas con el sistema DAM para que nuestros diseñadores puedan compartir rápidamente las versiones más actualizadas sin dejar sus herramientas creativas.

## 4. ¿Qué papel toma la IA en la creación de contenido?

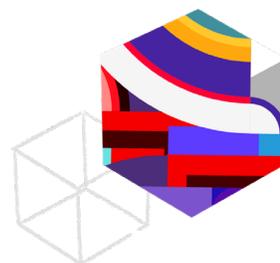
(Escoge la respuesta que se acerca más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** No usamos inteligencia artificial (IA) en absoluto, cada pieza de contenido es manualmente creada y categorizada, de principio a fin.
- B.** Nuestro sistema DAM utiliza la IA para generar etiquetas de metadatos para nuestros activos, pero no para personalizar el contenido.
- C.** Nuestro sistema DAM utiliza la IA para ayudar a crear contenido personalizado que esté alineado con los intereses del cliente: automatiza la creación de múltiples variaciones que dan soporte a entregar contenido en todos los canales. También utilizamos la IA para automatizar la creación de metadatos, la búsqueda de activos (incluida la búsqueda visual y recordar búsquedas anteriores) y el control de versiones.

## 5. ¿Cómo personalizas tu contenido?

(Elige la respuesta que se relacione más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** Nuestro proceso es tedioso y no es escalable: personalizamos manualmente cada activo de contenido para los intereses de nuestros clientes, pero no tenemos suficiente información sobre nuestros clientes para entender bien sus intereses.
- B.** Conocemos algunas de las preferencias de nuestros clientes, pero la personalización consume demasiado tiempo. Nuestro equipo creativo solo genera contenidos de interés general.
- C.** Nuestra IA genera automáticamente contenido contextualizado que se adapta a las ubicaciones, los intereses registrados y el comportamiento de los clientes. También utilizamos formatos dinámicos para personalizar el contenido de canales específicos (online, móvil, señalización digital, etc.) que brinden valor a la marca.



## 6. ¿Cómo gestionas e integras los formatos dinámicos en la experiencia del cliente?

(Elige la respuesta que se relacione más a la situación actual de tu equipo.)

- A.** Nos guiamos por textos o imágenes (palabras en una imagen). Nuestro equipo creativo no tiene la capacidad para hacer mucho más que eso.
- B.** Nuestra solución para compartir archivos puede albergar tipos de archivos comunes como PDF, JPG y documentos de texto, pero tiene limitaciones de tamaño y tipo de archivo y no está integrada con nuestras herramientas creativas o canales digitales.
- C.** Nuestro sistema DAM nos permite desarrollar, administrar y actualizar múltiples tipos de activos de manera eficiente para la experiencia omnicanal. Complementamos nuestro contenido diario con piezas divertidas como infografías dinámicas, diseños de artículos interactivos y chatbots automatizados. También podemos incorporar contenido AR, VR y 3D.

### **Si tus respuestas fueron en su mayoría A, estás creando contenido a BAJA VELOCIDAD.**

La mayoría de los procesos requieren mucho tiempo y mano de obra. Los activos se almacenan en varios repositorios o deben solicitarse antes de ser utilizados. Las herramientas creativas, de flujo de trabajo y de implementación están desconectadas, no se comunican entre sí y pueden estar desactualizadas. La mayoría del contenido se limita a imágenes y texto y no hay una estrategia general de creación de contenido.

La velocidad del contenido podría incrementarse eliminando los silos de datos e integrando soluciones clave. La conversión a un sistema DAM automatizado podría acelerar el proceso de creación de contenido al tiempo que genera una mejor experiencia para los clientes. Con plantillas aprobadas y capas en la interfaz del usuario, los equipos creativos podrían acelerar los procesos e incorporar medios dinámicos. La personalización de la experiencia del cliente sería manejable a escala

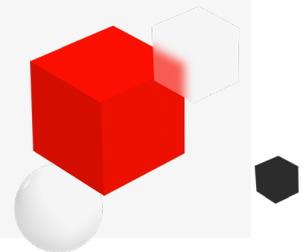
Lea sobre cómo [The Tile Shop](#) gestiona más de 10,000 activos con su DAM y los ajusta dinámicamente para computadoras, móviles y más dispositivos.

## Si tus respuestas fueron en su mayoría B, estás creando contenido a VELOCIDAD MEDIA.

Los equipos creativos utilizan herramientas básicas de gestión de proyectos como hojas de cálculo para facilitar los procesos. Los activos a menudo se almacenan en la nube para compartirlos fácilmente entre los equipos, pero hay poca automatización y ninguna integración de herramientas. El control de versiones es un problema constante.

Un sistema DAM integrado aumentaría la capacidad de los equipos para entregar contenido atractivo, de alta calidad y valioso en todos los canales, a escala y de manera oportuna. El control de versiones podría gestionarse de forma automática, dando a los equipos más tiempo para centrarse en tareas y proyectos de mayor ROI.

Consulta el [Kit de herramientas del cliente de DAM](#) y obtén consejos claves, herramientas y listas de verificación para elegir la solución de DAM correcta.



## Si tus respuestas fueron en su mayoría C, estás creando contenido a VELOCIDAD ALTA.

Los activos aprobados son fáciles de encontrar e implementar. Se integran herramientas creativas, de flujo de trabajo y de entrega. La creación de contenido es rápida y eficiente a la vez que se adhiere a los lineamientos de la marca. Los clientes disfrutan de experiencias digitales personalizadas en todas las plataformas.

Los equipos disfrutan de un flujo de trabajo sin fricciones utilizando un conjunto integrado de herramientas. La automatización y la IA ayudan a crear contenido personalizado a escala en tiempo real. Los responsables de la gestión pueden ver fácilmente los resultados de las piezas de contenido individuales y de las campañas generales.

Mira cómo [Adobe Experience Manager](#) acelera la entrega de contenido, ayuda a crear un mayor valor de tus activos y proporciona una mayor agilidad y escalabilidad para tu negocio.

# ¿Listo para crear a VELOCIDAD ALTA?

## Adobe tiene las herramientas adecuadas.

**Adobe Experience Manager Assets** es un sistema DAM extensible y nativo de la nube construido para el mundo actual de la creación de contenido. Te ayuda a administrar bibliotecas de activos grandes fácilmente para brindar soporte a la creación de experiencias personalizadas a escala.

**Adobe Experience Manager Assets Essentials** ofrece una solución simple y lista para usar con una experiencia de usuario simplificada para que los equipos se familiaricen rápidamente con la gestión de activos digitales.

**Adobe Experience Manager Sites** ofrece un sistema de gestión de contenidos escalable, ágil y con IA. Obtendrás herramientas sólidas para implementar experiencias personalizadas en un entorno seguro y nativo de la nube.

**Adobe Workfront** ayuda a los equipos a planificar, colaborar y ejecutar proyectos en un entorno diseñado para gestionar incluso flujos de trabajo complejos, desde la estrategia hasta la implementación.



# Fuentes

- 1 [“Announcing the State of Personalization 2021,”](#) Twilio Segment, June 1, 2021.
- 2 [“The 2021 B2B Buying Disconnect,”](#) TrustRadius, November 10, 2020.
- 3 [“The Value of Getting Personalization Right—or Wrong—Is Multiplying,”](#) McKinsey & Company, November 12, 2021.



© 2022 Adobe. Todos los derechos reservados.

Adobe, y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.