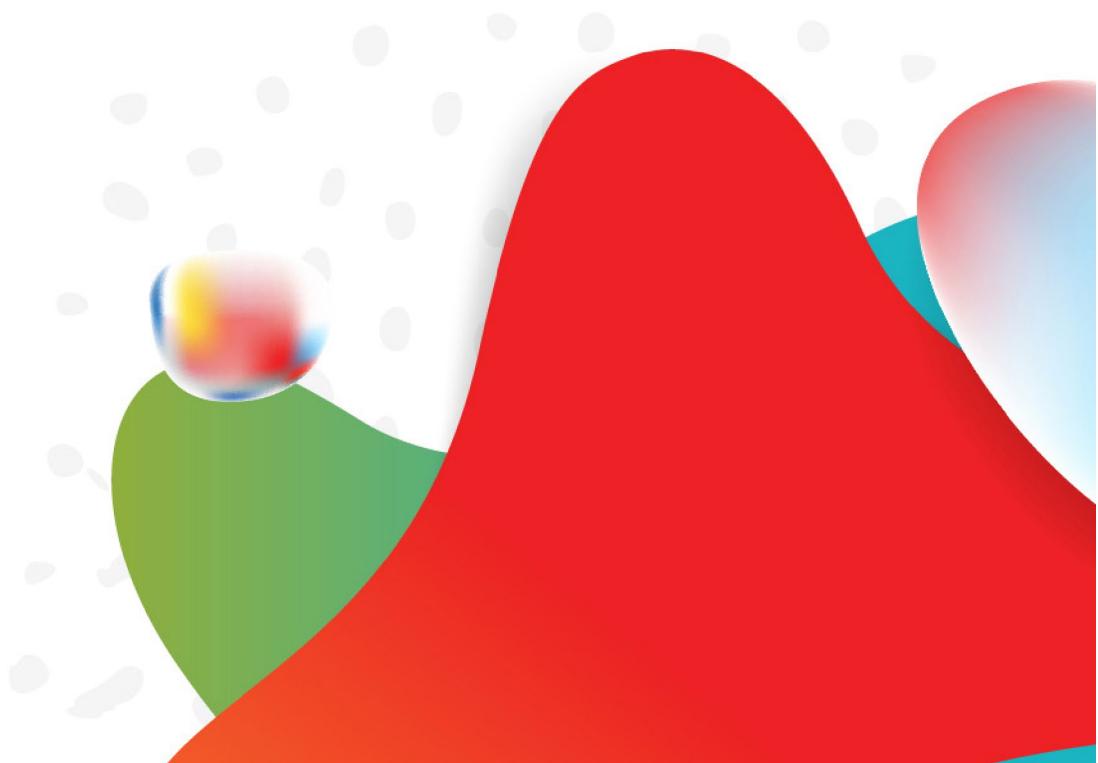


CAPACIDAD DESTACADA

# Adobe Journey Optimizer: Perfiles de clientes, audiencias y acciones en tiempo real

Crea customer journeys de principio a fin en tiempo real sobre un perfil de cliente unificado, segmentos dinámicos y señales de datos.



## Las marcas necesitan un perfil de cliente de 360 grados que se actualice en tiempo real para satisfacer al cliente en su experiencia estén donde estén - desde las etapas típicas de marketing del customer journey hasta las interacciones no comerciales con cada punto de contacto de la marca.

Con Adobe Journey Optimizer, las marcas pueden utilizar una única aplicación para situar a los consumidores en el centro del customer journey e ir más allá de la orquestación de campañas individuales para realizar una gestión completa e inteligente del customer journey. Journey Optimizer lo hace posible con las cuatro áreas principales de datos y captación de clientes en tiempo real:

	<b>Perfil del Cliente en Tiempo Real.</b> Una visión del cliente a través de su experiencia completa con la marca, desde el marketing hasta las operaciones, el servicio, e-commerce, etc.
	<b>Resolución de Identidad y Gestión de Audiencias.</b> Una vista única del cliente a través de fuentes de datos para hablar al individuo o una audiencia completa, actualizada dinámicamente y en tiempo real.
	<b>Señales en Tiempo Real.</b> Escucha activa de las señales externas que informan de la siguiente mejor acción durante el customer journey.
	<b>Monitoreo del Rendimiento de Recorridos y Mensajes.</b> Vistas en directo e históricas del rendimiento de los recorridos y mensajes para supervisar y optimizar los journeys y los mensajes.

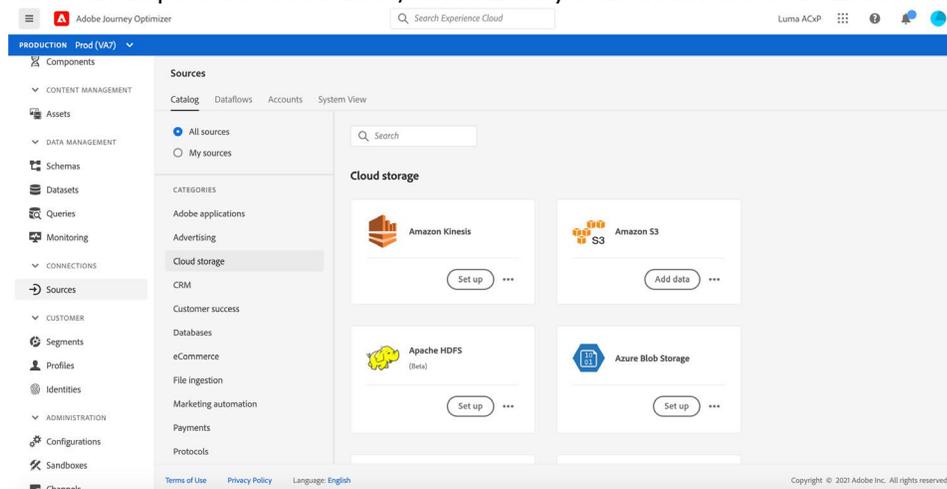


# Fusiona todos los datos en un perfil de cliente unificado y en tiempo real

Los clientes interactúan con las marcas a lo largo de las etapas del customer journey desde una variedad de puntos de contacto y dispositivos. Interactúan con las campañas de marketing a medida que los responsables de marketing los conducen a través de las etapas de percepción, captación, compra, retención y fidelización. Pero esa no es toda su experiencia de marca. Sus interacciones también se extienden a ámbitos ajenos al marketing — por ejemplo, con llamadas al servicio de atención al cliente para resolver problemas relacionados con productos y servicios o consultas sobre actualizaciones de envíos en sus smartphones.

Para ofrecer a los clientes la mejor experiencia posible a lo largo de estas interacciones en cualquier punto de contacto y en cualquier momento, las marcas necesitan un perfil de cliente en tiempo real mejorado con datos de todo el ciclo de vida del cliente. Esto significa que necesitan la capacidad de ingerir datos de fuentes importantes, tanto si se transmiten en tiempo real como si se cargan por lotes.

Adobe Journey Optimizer, creado de forma nativa en Adobe Experience Platform, satisface estas necesidades. Los conectores de datos a Adobe Experience Platform permiten a las marcas conectarse a fuentes de datos para ingerir una variedad de tipos de datos, incluidos los de comportamiento, transaccionales, financieros y operativos. Y puede hacerlo a través de múltiples puntos de contacto y fusionar esos datos en un perfil de cliente único, centralizado y constantemente actualizado.



*Consulta el catálogo de todas las fuentes de datos a las que se puede conectar Adobe Journey Optimizer o solo las fuentes a las que se ha conectado el usuario actual.*

Las marcas pueden usar el perfil del cliente en tiempo real para respaldar la captación del cliente con interacciones contextuales, en tiempo real y personalizadas. Por ejemplo, si una tienda de vinos ingiere los datos de compra de los clientes, puede determinar fácilmente el vino favorito de cada uno. Cuando un cliente está dentro de la delimitación geográfica de la tienda, Journey Optimizer puede activar una notificación push con una oferta de su vino favorito. Del mismo modo, un pasajero de avión que sea miembro de un programa de fidelización podría recibir una actualización inmediata de su estado de fidelidad al llegar a su destino.

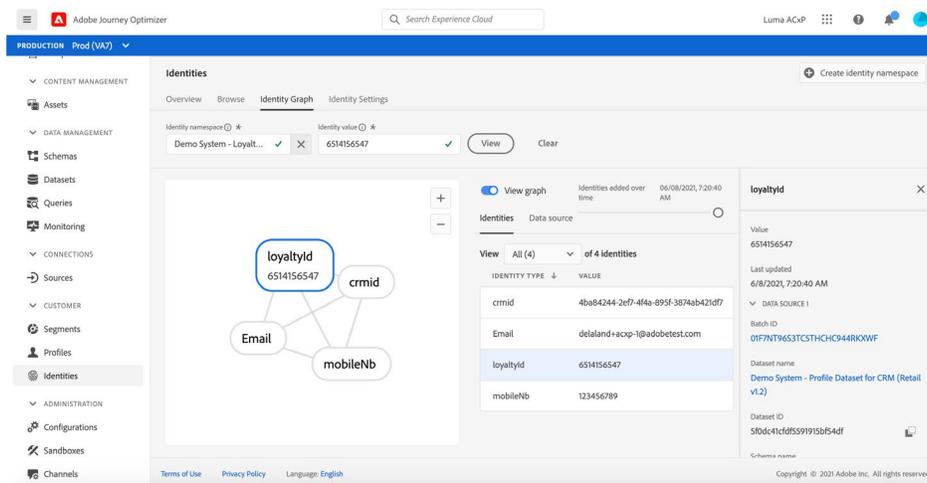
Ambos casos son muy específicos y personalizados, y más eficaces que un correo electrónico enviado a todos los clientes para promocionar una venta de vino o proporcionar una actualización del estado de fidelidad.

# Conecta los puntos de identidad del cliente y gestiona las audiencias

El perfil del cliente en tiempo real es una parte importante de la capacidad de una marca para ofrecer una experiencia altamente personalizada en el mejor momento posible. También es esencial para permitir una segmentación poderosa que las marcas pueden usar en un alcance de marketing más amplio para las audiencias.

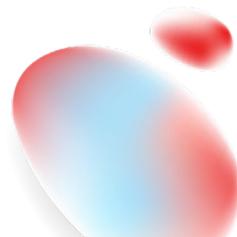
Adobe Journey Optimizer permite a las marcas ir más allá de dirigirse a audiencias definidas por segmentos básicos para hablar con el individuo porque brinda la capacidad de conectar la identidad de un cliente a través de conjuntos de datos. A medida que se actualizan esos conjuntos de datos, Journey Optimizer mueve dinámicamente a las personas dentro y fuera de audiencias y recorridos en tiempo real. Cuando se combina con Adobe Customer Data Platform (CDP), Journey Optimizer también permite que las marcas se superpongan en audiencias para una segmentación más compleja y compartir audiencias bidireccionalmente con otras soluciones de Adobe Experience Cloud.

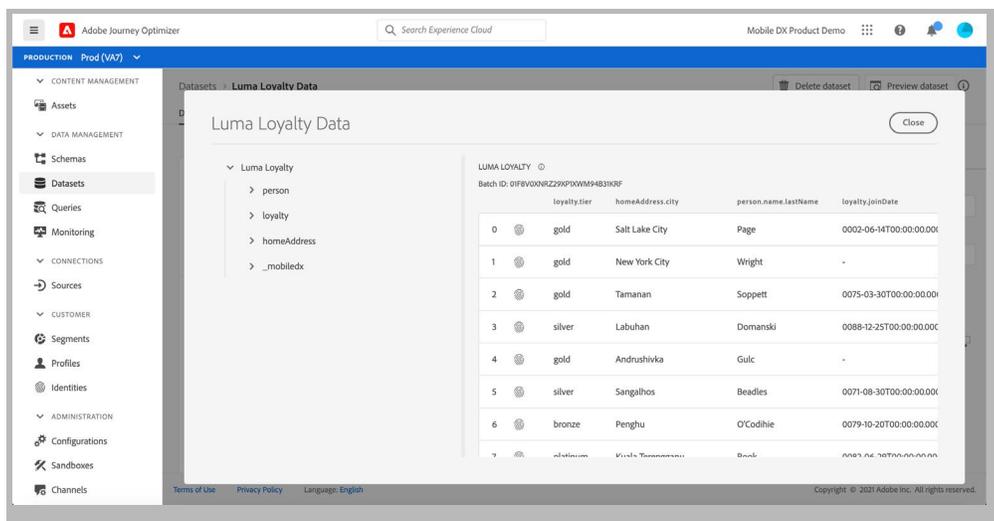
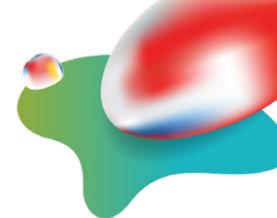
Las marcas pueden unir los datos que ingieren de diversas fuentes utilizando las identidades de esos conjuntos de datos que utilizan para sus clientes — por ejemplo, un ID de fidelidad de un sistema de fidelización de clientes o un ID de cliente de un sistema de gestión de relaciones con los clientes (CRM). Adobe Journey Optimizer toma todos los datos que ingiere una marca y los fusiona para crear una vista única de 360 grados del cliente. El gráfico de identidad mapea las relaciones entre las distintas identidades de un cliente determinado dentro de los conjuntos de datos de una marca y muestra cómo ese cliente interactúa con la marca a través de sus distintos canales.



Con el gráfico de identidad, mira las interacciones de marca de un cliente actualizadas casi en tiempo real por el servicio de identidad de Adobe Experience Platform en respuesta a la actividad del cliente.

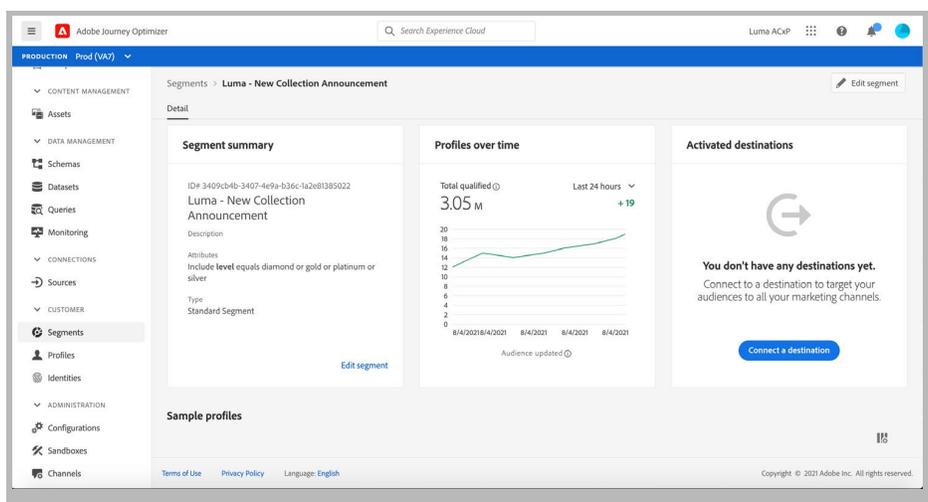
Journey Optimizer ofrece a las marcas insights de sus conjuntos de datos con detalles como el número actual de registros, el número de registros hechos durante un periodo determinado, el tamaño del archivo del conjunto de datos, el esquema asociado, y más. También pueden regular el acceso a los conjuntos de datos.





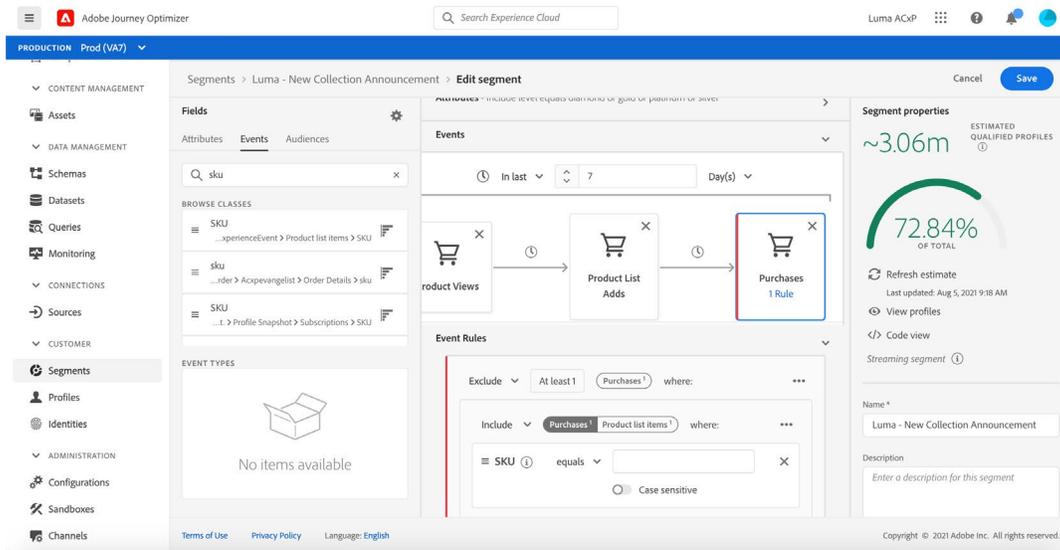
Haz clic en un conjunto de datos para ver sus detalles — por ejemplo, los detalles de un conjunto de datos de fidelización de clientes. Del mismo modo, Journey Optimizer ofrece insights a nivel de segmento de marcas. Pueden ver el número de perfiles que se ajustan a la definición del segmento, los cambios en el tamaño del segmento a lo largo del tiempo, etc. Por ejemplo, pueden ver la cantidad de personas en un segmento de clientes con vuelos programados para salir dentro de los próximos siete días. Pueden ver la tasa de cancelación de segmentos, el tamaño de los segmentos, el método de ingestión (carga en flujo o por lotes) y la fecha de creación. Se trata de detalles importantes — por ejemplo, es posible que un profesional del marketing no desee crear un customer journey para un segmento que genere un audiencia reducida o que modifique la definición del segmento para ampliar el tamaño de la audiencia.

Las marcas pueden ver en profundidad los detalles del segmento, como los atributos que lo definen. Las audiencias definidas por el segmento se actualizan en tiempo real a medida que entran datos de terceros y se actualizan los atributos del perfil del cliente.



Haz clic en un segmento específico para obtener detalles, incluidos los atributos que lo definen, el número de perfiles de la audiencia resultante a lo largo del tiempo y mucho más.

También pueden usar un generador de reglas visuales para crear o editar los segmentos a los que desean apuntar en función de los atributos del perfil del cliente, los datos de eventos y las audiencias existentes.



A medida que creas o editas segmentos en el creador visual de reglas, mira las estimaciones del tamaño de la audiencia.

## Escucha a tus clientes con señales en tiempo real

No hay nada más poderoso que una oferta presentada en el momento justo, pero lo contrario es igualmente cierto. Imagina a un cliente en medio de un corte de Internet que recibe por correo electrónico una oferta de actualización para un servicio de Internet más rápido. El tiempo y el contexto lo son todo.

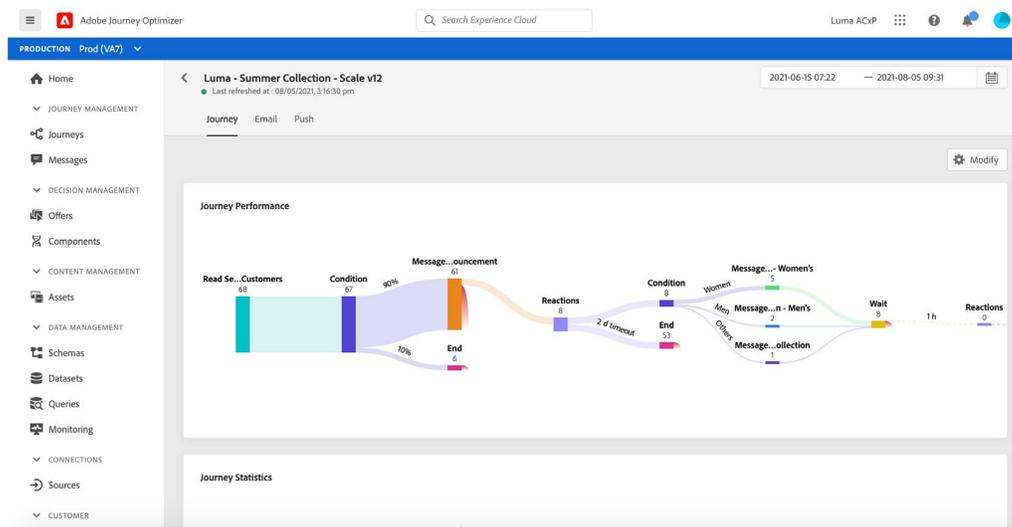
Adobe Journey Optimizer escucha activamente las señales externas de las fuentes de datos comerciales y de socios y su customer journey. Aprende y prevé la siguiente mejor acción y permite a los profesionales del marketing iniciar, detener y pausar recorridos o segmentos individuales en función de esas señales. Con la escucha activa, los customer journeys pueden ser dinámicos y basados en eventos.

Para el cliente con una interrupción de Internet, esto significa que su llamada al servicio de atención al cliente lo excluye del grupo de clientes que recibirían el correo electrónico de actualización de Internet. En cambio, podría desviarlos hacia una audiencia que recibe un correo electrónico que les regala un mes de servicio de Internet de alta velocidad y una nota que dice "Lamentamos la interrupción. Déjanos compensarte."

# Mira cómo se desarrolla el recorrido

Adobe Journey Optimizer proporciona dos áreas de informes diferentes para monitorear el rendimiento de los customer journeys y los mensajes de canales individuales. El informe en directo brinda una idea del rendimiento operativo de un recorrido o mensaje durante las últimas 24 horas, con datos actualizados cada minuto. El informe global ofrece vistas históricas de ese rendimiento, con detalles como la tasa de apertura y la tasa de clics por apertura en periodos de tiempo especificados por el usuario.

El informe en tiempo real ayuda a las marcas a ver la ejecución del recorrido y los mensajes casi en tiempo real para verificar que los eventos y las acciones del recorrido funcionan y que los mensajes se han ejecutado y entregado correctamente. Muestran el número de personas de una audiencia específica que siguieron un camino determinado. Al ver fácil y visualmente lo que funciona y lo que no, les permite tomar medidas adicionales con los clientes que no han respondido a ninguno de los esfuerzos de alcance.



*Consulta el informe del recorrido en directo para ver la trayectoria de los perfiles específicos a medida que están en un recorrido y obtener información a partir de valiosas estadísticas.*

El informe global permite a los profesionales del marketing profundizar en la eficacia del recorrido global, junto con los mensajes individuales del journey y las reglas que los desencadenan. Este informe permite a los usuarios ver datos del pasado, desglosando los resultados por varias dimensiones. También proporciona visualizaciones de comparaciones a través de marcos temporales históricos, de modo que los usuarios puedan obtener información general sobre las experiencias del cliente en el recorrido y con un mensaje push o de correo electrónico específico.

# Acerca de Adobe Journey Optimizer

Adobe Journey Optimizer, creado de forma nativa en Adobe Experience Platform, líder del sector, permite a las marcas gestionar campañas omnicanales programadas y momentos personalizados para millones de clientes en una única aplicación nativa en la nube, optimizando todo el customer journey con información y decisiones inteligentes.

## Para más información.

<https://business.adobe.com/la/products/journey-optimizer/adobe-journey-optimizer.html>



© 2021 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.

