



# Optimización de contenido para contenido a escala

Comprende el contenido para ofrecer la mejor experiencia





## Visión General.

Las compañías han visto un 82% de customer journeys nuevos y cambiantes, de acuerdo al [Reporte de Tendencias Digitales 2022 de Adobe](#).

Incluso para compañías que establecen estrategias de personalización, necesitan un monitoreo de qué tan bien están funcionando. Puede parecer sencillo, pero el camino jamás termina y las compañías tienen que medir el mensaje que están enviando, así como tener el contenido al alcance de todos. Esto incluye la habilidad de medir el rendimiento del contenido a un nivel detallado y así entender al 100% qué es lo que hace que esté funcionando correctamente. Los equipos relevantes de contenido pueden usar estos insights para informar sobre creaciones de contenido futuras y optimizar las experiencias personalizadas.

## Estadísticas

- [451 Research](#) [identificó](#) identificó un aumento de \$ 5.6 mil millones en ingresos de los consumidores que aumentaron sus gastos debido a la venta cruzada o recomendaciones personalizadas.
- [Según Accenture](#), las organizaciones que han reorientado completamente las operaciones, los modelos de entrega y la inversión en tecnología para satisfacer las nuevas demandas de experiencia, aumentaron su rentabilidad interanual en al menos seis veces.



Cuando estés listo para comenzar tu búsqueda del mejor CMS para su organización, puedes usar nuestro modelo de RFP de muestra y leer guías de investigación de mercado que evalúan a los proveedores clave de CMS, como The Forrester Wave for Agile Content Management Systems, para ayudarte con tu evaluación”.

**Nikunj Merchant**

Product Marketing & Strategy, Adobe

# Desafíos

Para satisfacer la demanda de personalización 1:1, las empresas necesitan escalar la personalización, lo que requiere esfuerzos colosales de producción de contenido. Incluso cuando las empresas se ponen en un lugar una máquina de alta potencia para producir contenido a escala, algunas luchan por comprender cómo funciona el contenido.

Cuando las personas no tienen una visión de cómo su trabajo afecta los objetivos estratégicos, pueden perder el tiempo con contenido alineado. Los especialistas en marketing y los equipos de productos pueden desvincularse cuando no pueden ver cómo su trabajo está afectando los resultados de la empresa y, a menudo, disminuye el tiempo de entrega de contenido y personalización al mercado. Decir qué equipos y programas está impulsando tu contenido y los ingresos (ROI de marketing) puede ser la dificultad para tu equipo.

# Solución

## Diseño de contenidos

Generación de una taxonomía de contenido más lógica que tenga una visión más específica del comportamiento del visitante en una cuenta basada en B2B o el comportamiento del cliente en un espacio B2C.

Brinda un hub central y permite que los expertos en marketing construyan sitios web y aplicaciones con fragmentos de contenido reusable para un armado dinámico a través de canales, unificando el contenido en una misma plataforma CMS/DAM para compartir contenido global.

## IA empoderada por Adobe Sensei

Incrementa eficiencia en marketing y el ROI al usar IA para aprender constantemente y mostrar contenido con mejor rendimiento a través de canales, tales como la auto optimización para escoger a un contenido ganador durante las pruebas A/B.

## Características principales

¿Qué es el contenido a escala?

### Creación de contenidos y colaboración

- La estrategia de contenido escalable se basa en personas y necesidades.
- El proceso de taxonomía interactiva, colaborativa y con capacidad de descubrimiento y taxonomía de recuperación escalable.

### Contenido omnicanal:

- El contenido dinámico está diseñado para múltiples canales.

### Optimización de contenido:

- Modelos de experiencia optimizados empleados para la personalización de la escala.

## Beneficios

- Diseñar contenido que pueda ser reusable y entendible para optimización vía IA.
- La habilidad de entregar contenido en tiempo real a través de cualquier canal
- Tomar todo el valor de usar IA de manera continua para optimizar la experiencia de usuario.
- Generar el contenido más relevante para los usuarios.

# Optimización de canal

Entender cómo entregar el contenido más relevante (Por ejemplo, liderazgo de opinión que se adhiera a una función específica o un interés sub industrial) para clientes a través de canales más efectivos en el momento indicado.

## Caso de éxito

Walmart, el gigante de retail a nivel mundial, tenía el reto de lanzar un nuevo portal de empleado para mantener sus +1.6 millones de colaboradores al día.

- Solución integrada con Adobe Experience Manager + Adobe Analytics + Adobe Target + Adobe Commerce
- Personalización basada en la naturaleza del rol del empleado. (Importante para una compañía que contrata a todos como asociados de la tienda y a los científicos de la data a mecánica y expertos en marketing)
- Auto tags empoderados por la AI de Adobe Sensei para ayudarles con la organización y para hacer contenido fácil de buscar.

El reto de mantener a los empleados al día (Incluyendo 1.6 millones de socios de la tienda) fue similar a la de un cubo de Rubik: Las diferentes necesidades para roles específicos se tienen que alinear con políticas y guías que varían en cada estado o ciudad.

“OneWalmart se ha convertido en una herramienta increíble para mantener a los empleados comprometidos y democratizar la creación de contenido... La plataforma fue efectiva para igualar la escala de nuestra organización, al tiempo que brindaba la velocidad y la flexibilidad que necesitábamos. Los ahorros de costos y las ganancias en eficiencia también fueron notables”

**Paul Bucalo**

Director de contenido y búsqueda empresarial, Walmart

Ahora los autores de contenidos que se empoderan para entregar la información, son capaces de hacerlo rápido y de publicar información que es fácil de acceder. sitio web a la aplicación y a los cajeros automáticos.

[Mira el caso completo](#)

## ¿Por qué Adobe?

El contenido a escala solo es posible si puedes crear contenido en tu camino de personalización y, más importante, si puedes medir qué tan bueno es el rendimiento del contenido. ¿Estas preguntas pueden ser contestadas por tu solución actual?

- ¿Tienes insights de qué tan bien está funcionando tu contenido? Si es así, ¿cómo los manejas en la misma plataforma? Si aparecen nuevos canales mañana. ¿qué tan adaptable es tu herramienta de insights de contenido?
- ¿Tienes la capacidad de aplicar acciones automatizadas como ganar puntos o automáticamente dirigir tu contenido?
- ¿Tienes una plataforma en tiempo real que te permita entregar el contenido correcto al momento en el que tu cliente lo necesite?
- ¿Tu plataforma de contenido te permite diseñar contenido que sea independiente del canal y adaptable para cualquier audiencia?
- Después de entender qué contenido funciona, ¿lo vuelves a usar para entregarlo en diferentes experiencias y canales?

Teniendo el contenido correcto, en el formato correcto y en el momento adecuado es crítico para tener lo que la personalización 1 a 1 necesita. Para manejar la complejidad creciente en el trabajo de hoy en día, los negocios necesitan un lugar centralizado en dónde pueden producir, publicar y almacenar el contenido que representa su capacidad intelectual. Necesitan una máquina de creación de contenido altamente empoderada, entregable y optimizada para contenido a escala.

**Conoce más**





© 2022 Adobe. Todos los derechos reservados.

Adobe, Adobe Experience Manager y el logo de Adobe son marcas registradas o marcas de Adobe en los Estados Unidos y otros países.