



Guía de compra

Guía de compra para soluciones de análisis de cliente

Ocho elementos imprescindibles para la tecnología de análisis de cliente.

📊 Información de comportamiento



Medios de streaming



Aplicación m

● Visitas al sitio

+34 %



A medida que aumentan las expectativas de la clientela en cuanto a personalización y privacidad, las marcas que esperan obtener una ventaja competitiva deben desarrollar su estrategia de análisis de cliente. Dos de los elementos más importantes de toda estrategia de análisis moderna son elaborar una visión unificada de cada cliente con datos de origen y desarrollar una visión secuencial del recorrido de cliente.

La convergencia de múltiples categorías de análisis (en particular marketing y producto) pone en evidencia la necesidad de que las marcas conozcan a fondo a su clientela. Naturalmente, este camino no está exento de retos organizativos y técnicos, pero Adobe Customer Journey Analytics, desarrollado sobre la base de Adobe Experience Platform, es la solución perfecta para abordar estos retos. Ofrece una visión inigualable y multicanal de la clientela, una gestión eficiente de los datos, informes avanzados a nivel de usuario, flujos de trabajo de análisis guiados y un manejo seguro de los datos confidenciales, todo ello a la vez que reduce la carga de TI y democratiza el acceso a los datos.



La importancia de modernizarse

Para cumplir con las expectativas de la clientela, las marcas deben comprender sus intenciones, preferencias y comportamientos en todos los canales. También necesitan poder transformar rápidamente los datos de cliente multicanal en acciones de negocio que mejoren la experiencia de cliente, lo cual no es tarea fácil.

Los equipos de marketing y producto y líderes digitales desean una visión unificada de cada cliente y su recorrido, pero muchas veces operan en silos. Uno de los primeros pasos para operar con ventaja competitiva es acabar con esos silos para que los equipos puedan acceder a datos omnicanal de todas las fuentes de análisis, compartirlos y hacer uso de ellos. El principal obstáculo para lograr esta visión integral de cada cliente es la tecnología.

Las soluciones actuales de análisis de cliente no pueden dar cabida a las iniciativas clave de las organizaciones centradas en la clientela, por ejemplo:

- Establecer una visión unificada de cada cliente con datos secuenciales y sobre la persona.
- Identificar información de cada cliente a lo largo del recorrido para reducir fricciones y mejorar la satisfacción.
- Desarrollar una estrategia de gestión de datos conforme a la normativa y segura en términos de privacidad.
- Implementar la IA para agilizar el análisis de datos, la gestión, la personalización del contenido y la organización del recorrido.

En muchos casos, las marcas dependen de herramientas generales de inteligencia empresarial (BI) para realizar esta labor, pero estas no se han diseñado para ofrecer una visión tan completa del recorrido de cliente. Las herramientas de BI tradicionales también requieren importantes conocimientos de ingeniería de datos y programación para satisfacer las necesidades de análisis modernas de la mayoría de organizaciones. El resultado es un vacío en el mercado de análisis en el que las marcas buscan una solución para agilizar sus flujos de trabajo de análisis del recorrido de cliente y acortar el tiempo de obtención de información, ya que estos contribuyen a mejorar los resultados empresariales.

Hoja de ruta de la modernización del análisis de cliente

La mayoría de las organizaciones disponen de algún tipo de servicio de análisis, pero no logran aportar suficiente valor a su clientela ni a su negocio. Veamos una hoja de ruta de modernización para comprobar cómo aumentar tus capacidades de análisis de cliente y ayudar a tus equipos a comprender mejor a tus audiencias y sus recorridos multicanal puede generar un mayor impacto.

En un principio, la mayoría de las organizaciones dependen de análisis digitales en silos, lo que ofrece una visión fragmentada de la clientela y su recorrido. Para convertir los datos de cliente en información procesable, las organizaciones deben adoptar primero una perspectiva basada en la persona y orientada al recorrido.

El siguiente paso es considerar una solución sólida de análisis de cliente, como Customer Journey Analytics, diseñada para realizar análisis de cliente multicanal y abordar las limitaciones de Adobe Analytics y otras soluciones de análisis de cliente al facilitar un conjunto más completo de herramientas asistidas por IA para comprender el recorrido de cliente.



Otros imperativos

- Necesidades de ingesta y capacidad de datos
- Privacidad, seguridad y gobernanza mejoradas para mantener la confianza de la clientela
- Medición de los medios de streaming
- Análisis simplificado para su autoconsumo por personal no analista

Las ocho necesidades críticas del análisis de cliente

- 1. Información exhaustiva de la clientela:** las marcas a menudo carecen de visibilidad de los recorridos de cliente en los distintos canales y dispositivos, lo que deja puntos de fricción sin identificar. Customer Journey Analytics te permite recopilar, unificar y visualizar datos de cliente de forma secuencial en todos los puntos de contacto (digitales y fuera de línea) sin necesidad de conocimientos de ciencia de datos. Te ayuda a descubrir información rápidamente para ofrecer experiencias de cliente fluidas y personalizadas.
- 2. Gestión de datos eficiente:** las iniciativas actuales de recogida y tratamiento de datos son engorrosas, propensas a errores e inflexibles. Customer Journey Analytics proporciona capacidades modernas de gestión de datos, como la modificación y corrección dinámicas de datos tras su recogida, para que el manejo sea más eficiente y la carga operativa de los equipos de TI y análisis sea menor.
- 3. Análisis de datos flexible:** las organizaciones actualmente se ven limitadas por las estructuras de datos predefinidas, lo que merma su capacidad para responder a necesidades empresariales en constante cambio. Customer Journey Analytics te permite modificar los datos tras su recogida, al añadir métricas o dimensiones nuevas y modificar las ventanas de atribución o sesión.
- 4. Informes avanzados para cada persona usuaria:** ahora que la clientela utiliza cada vez más dispositivos y canales, las organizaciones se enfrentan a nuevos retos a la hora de recopilar datos precisos de seguimiento y crear informes.. Customer Journey Analytics unifica los datos de múltiples conjuntos de datos (que suelen carecer de un mismo ID) y utiliza un gráfico de identidad para crear un único ID para cada cliente, lo que permite el análisis integral del recorrido de tu cliente.
- 5. Protección de datos de cliente:** las organizaciones afrontan la necesidad crítica de gestionar y analizar de forma segura datos confidenciales, como la información de identificación personal (PII) y la información sanitaria protegida (PHI). Una plataforma segura de análisis de cliente como Customer Journey Analytics cumple con los estándares normativos, por lo que obtienes información detallada sobre el comportamiento de la clientela al tiempo que respetas la privacidad.
- 6. Reducción de la carga de TI y análisis:** los equipos de inteligencia empresarial y análisis suelen dedicar mucho tiempo y recursos a procesos manuales como la exportación de datos y las consultas SQL, lo cual es costoso e ineficiente. Customer Journey Analytics puede automatizar estos procesos, lo que libera recursos para actividades más estratégicas y agiliza la obtención de datos.
- 7. Acceso descentralizado a datos:** las organizaciones que dependen de equipos de análisis especializados pueden experimentar cuellos de botella en los procesos de toma de decisiones. Con Customer Journey Analytics, democratizarás el acceso a datos con vistas de análisis guiadas, para que tus equipos de marketing y producto tomen decisiones informadas de forma rápida e independiente.
- 8. IA generativa integrada:** el uso de IA generativa para interpretar ingentes cantidades de datos de cliente puede acelerar considerablemente las decisiones y revelar información valiosa. Con funciones integradas de IA generativa, Customer Journey Analytics transforma el análisis de datos de una función meramente descriptiva a un portento predictivo y prescriptivo que impulsa la innovación y el ROI, entre otras ventajas.

Diferenciadores clave entre Customer Journey Analytics y las soluciones comunes de análisis de cliente

A la hora de evaluar a los proveedores de soluciones de análisis de cliente, te recomendamos que busques estas funciones y las contrastes con las necesidades de tu negocio.

Función	Valor empresarial	Otras soluciones de análisis	Customer Journey Analytics
Dimensiones de cliente	Ofrece dimensiones ilimitadas, lo que permite un análisis de datos más exhaustivo y flexible con texto, objetos, listas, valores numéricos o mixtos.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Valores únicos de elementos de datos	Se asegura de que no haya limitaciones en informes y análisis al permitir un número ilimitado de valores únicos o elementos de dimensión dentro de una misma dimensión, y así ofrecer información más detallada y matizada.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Atributos de cliente	Facilita la integración de datos empresariales fuera de línea para analizar el impacto de lo digital en los ingresos, como el análisis del embudo de ventas, los eventos o transacciones fuera de línea y las evaluaciones de los programas de lealtad de cliente.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Vistas de datos	Permite la modificación o eliminación de datos sin tener que volver a implementarlos. Permite manejar las dimensiones mediante subcadenas, crear métricas a partir de cualquier valor y filtrar subeventos, todo ello de forma no destructiva.	<input type="checkbox"/>	✓
Campos derivados	Permite la aplicación instantánea y retroactiva de cambios complejos en los datos sobre la marcha, lo que posibilita el manejo y procesamiento de datos basados en reglas durante el tiempo de informe sin tener que volver a introducir o reescribir los datos.	<input type="checkbox"/>	✓
Descripciones inteligentes	Genera automáticamente información en lenguaje natural mediante el análisis de tendencias clave y eventos significativos en los datos, lo que mejora su interpretación.	<input type="checkbox"/>	✓
Fusión basada en campos	Combina con fluidez conjuntos de datos específicos de dispositivos de sesiones autenticadas y no autenticadas, con la capacidad de rellenar datos históricos en dispositivos conocidos.	<input type="checkbox"/>	✓
Fusión basada en gráficos	Va más allá de la fusión basada en identidades con una sola fuente de datos al conectar todos los conjuntos de datos de cliente basados en cualquier identidad en el gráfico de identidad de Adobe Experience Platform. Mide y comprende las audiencias creadas en Adobe Real-Time Customer Data Platform o Adobe Journey Optimizer y profundiza en el comportamiento y las preferencias de la clientela para mejorar la personalización.	<input type="checkbox"/>	✓
Previsión de series temporales	Realiza predicciones estadísticas basadas en datos históricos, que pueden ayudar a la planificación, presupuestación, gestión de riesgos, asignación de recursos y evaluación del rendimiento. Disponible en tablas de forma libre y visualizaciones de gráficos de líneas, con ajustes personalizables.	<input type="checkbox"/>	✓
Análisis de experimentación	Evalúa el impulso y la confianza de cualquier experimento con datos de cualquier fuente.	<input type="checkbox"/>	✓
Modelos de atribución	Aprovecha datos multicanal y ofrece ventanas de atribución flexibles para aportar información de mayor valor a recorridos de cliente complejos.	<input type="checkbox"/>	✓
Flujos de trabajo de análisis guiados	Permite al personal de marketing, responsables de productos y analistas comprender al instante sus datos de cliente y experiencia de producto.	<input type="checkbox"/>	✓
Capacidades de exportación de datos	Admite millones de filas, desgloses múltiples, segmentaciones, métricas calculadas y potentes informes ad hoc y programados.	<input type="checkbox"/>	✓
Consulta SQL ad hoc	Permite consultas SQL ad hoc sobre datos introducidos en el lago de datos de Adobe Experience Platform, lo que facilita la exploración y la validación.	<input type="checkbox"/>	✓
Extensión de BI (mediante SQL)	Permite consultar las mismas métricas y dimensiones en Customer Journey Analytics dentro de la herramienta de inteligencia empresarial preferida.	<input type="checkbox"/>	✓

La tecnología de análisis de cliente que satisface todas tus necesidades: Adobe Customer Journey Analytics

[Adobe Customer Journey Analytics](#) reúne todos los requisitos de una solución moderna de análisis de cliente. Permite a las organizaciones adoptar una estrategia de datos de origen, al conectar las identidades e interacciones de la clientela en los distintos canales y dispositivos a lo largo del tiempo. Combina flexibilidad y gobernanza de datos con información impulsada por IA y análisis integrales. Además, ofrece información accesible y precisa de tu clientela con la velocidad, escala y eficiencia que las organizaciones necesitan para satisfacer las crecientes demandas de la experiencia de cliente, cumplir con la nueva normativa de datos y mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo.

Descubre cómo Adobe Customer Journey Analytics puede ayudarte a comprender los recorridos de tu clientela para ofrecerles experiencias increíbles en tiempo real.

Más información

Adobe

Adobe, el logotipo de Adobe, Adobe Experience Platform y Adobe Customer Journey Analytics son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países. © 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.