



Guida all'acquisto

Guida all'acquisto per le soluzioni di analisi della clientela

8 aspetti essenziali in una tecnologia
di analisi della clientela

 Insight comportamentali



Streaming media



App mobile

 Visite al sito

+34%



Secur Financial

Leo, iscriviti e
guadagna subito
60.000 miglia.

Con un aumento costante delle aspettative della clientela riguardo a personalizzazione e privacy, i brand che sperano di ottenere un vantaggio competitivo devono trasformare la propria strategia di analisi della clientela. Due delle componenti più importanti di una strategia di analisi moderna sono la creazione di una vista unificata della clientela basata su dati di prime parti e lo sviluppo di una vista sequenziale del customer journey.

La convergenza di diverse categorie di analisi (nello specifico di marketing e di prodotto) evidenzia la necessità dei brand di comprendere sotto ogni aspetto la propria clientela. Ovviamente ci sono difficoltà tecniche e organizzative da superare lungo la strada. Adobe Customer Journey Analytics, basato su Adobe Experience Platform, è una soluzione creata apposta per affrontarle. Offre insight cross-channel sulla clientela, una gestione efficiente dei dati, reporting a livello di utente avanzato, flussi di lavoro di analisi guidata e gestione sicura dei dati sensibili, il tutto riducendo le spese IT fisse e democratizzando l'accesso ai dati.



Una modernizzazione necessaria

Per soddisfare le aspettative della loro clientela, i brand devono comprenderne l'intento, le preferenze e i comportamenti su tutti i canali. I brand hanno inoltre un arduo compito: trasformare rapidamente i dati cross-channel sulla clientela in azioni di business che migliorino la customer experience.

Marketer, leader digitali e team di prodotto vogliono una vista unificata di ogni cliente e del suo customer journey, ma troppo spesso questi team lavorano in silos. Abbattere i silos per consentire ai team di accedere ai dati omnicanale da tutte le fonti di analisi, condividerli e agire su di essi è uno dei primi passi per guadagnare un vantaggio competitivo. L'ostacolo principale al raggiungimento di questa vista olistica della clientela è la tecnologia.

Le soluzioni di analisi della clientela di oggi non sono adeguate alle iniziative essenziali per aziende incentrate sulla clientela, ovvero:

- Stabilire una vista unificata della clientela a partire da dati sequenziali e basati sulla persona
- Identificare insight sulla clientela lungo tutto il customer journey per ridurre la frizione e migliorarne la soddisfazione
- Sviluppare una strategia di gestione dei dati conforme alla normativa e rispettosa della privacy
- Distribuire l'IA per azioni rapide di orchestrazione del customer journey, analisi dei dati, gestione e personalizzazione dei contenuti

In molti casi, per queste iniziative i brand si affidano a strumenti di business intelligence generici, non progettati per fornire una vista sufficientemente esaustiva del customer journey. Gli strumenti di BI tradizionali richiedono inoltre abilità di data engineering e di coding notevoli per soddisfare le esigenze di analisi della maggior parte delle aziende moderne. Ne deriva un divario nel mercato delle analisi, in cui i brand cercano una soluzione per ottimizzare i flussi di lavoro di analisi del customer journey e migliorare i tempi di analisi dei dati, entrambi aspetti che portano a migliori risultati aziendali.

La roadmap della modernizzazione dell'analisi della clientela

La maggior parte delle aziende possiede una qualche forma di servizio di analisi, ma non offre ancora abbastanza valore alla sua clientela e al suo business. Diamo un'occhiata alla roadmap della modernizzazione per vedere come un aumento delle funzionalità di analisi della clientela e una comprensione più approfondita delle audience e dei loro percorsi cross-channel per i tuoi team possa generare risultati migliori.

All'inizio, molte aziende dipendono da un'analisi digitale in silos, il che porta a una vista frammentata della clientela e del suo percorso. Per sfruttare i dati della clientela in modo da ottenere informazioni actionable, però, devono prima di tutto adottare una prospettiva basata sulle persone e incentrata sul percorso.

Il prossimo passo è considerare una soluzione efficace per l'analisi dei dati sulla clientela. Un esempio è Customer Journey Analytics, progettata per eseguire un'analisi cross-channel della clientela: supera i limiti di Adobe Analytics e altre soluzioni di analisi della clientela mettendo a disposizione una serie di strumenti più completi basati sull'IA per comprendere il customer journey.

Modernizzazione

Analisi digitale



Una tecnologia di analisi modernizzata per comprendere i comportamenti e i percorsi digitali

Cliente

Viste del customer journey tra dispositivi e canali diversi



Vista connessa della clientela a livello di utente che include dispositivi e interazioni online e offline

Audience

Customer journey cross-channel su larga scala



Vista centralizzata dei comportamenti cross-channel dell'utente su larga scala



Maturità significa passare da una vista digitale in silos a una vista olistica cross-channel per insight più precisi e actionable.

Altri requisiti

- Esigenze di acquisizione e capacità di archiviazione dei dati
- Privacy, sicurezza e governance migliorate per mantenere la fiducia della clientela
- Misurazione degli streaming media
- Analisi semplificata per un semplice utilizzo anche senza competenze specializzate

8 necessità fondamentali per l'analisi della clientela

- 1. Insight esaustivi sulla clientela:** spesso i brand non hanno visibilità sui customer journey tra i diversi canali e dispositivi, il che può risultare in punti di attrito non meglio identificati. Customer Journey Analytics ti permette di acquisire, unificare e visualizzare dati sulla clientela in modo sequenziale da tutti i punti di contatto (digitali e offline) senza conoscenze di data science. Ti aiuta a scoprire rapidamente insight per offrire customer experience personalizzate e ottimizzate.
- 2. Gestione efficiente dei dati:** i processi di raccolta ed elaborazione dei dati attuali sono complicati, rigidi e soggetti a errori. Customer Journey Analytics fornisce funzionalità di gestione dei dati moderne come la modifica e la correzione dinamica dei dati dopo la raccolta, che rende più efficiente la gestione dei dati e riduce il carico operativo dei team IT e di analisi.
- 3. Analisi dei dati flessibile:** attualmente le organizzazioni sono limitate da strutture predefinite, che ostacolano la loro abilità di affrontare questioni aziendali in evoluzione. Customer Journey Analytics ti permette di modificare i dati dopo la raccolta aggiungendo nuove metriche o dimensioni e modificando le finestre di attribuzione o di sessione.
- 4. Reporting avanzato a livello di utente:** la clientela utilizza un numero sempre maggiore di dispositivi e canali, e le aziende devono affrontare nuove problematiche per un reporting e un monitoraggio dei dati precisi. Customer Journey Analytics unifica dati da set di dati diversi (a cui spesso manca un ID coerente) e utilizza un grafo identità per creare un singolo ID per ogni cliente, permettendo così di analizzare il customer journey in modo completo.
- 5. Protezione dei dati della clientela:** le aziende hanno un bisogno fondamentale di gestire e analizzare in modo sicuro i dati riservati, come i dati personali sensibili e le informazioni sanitarie protette. Una piattaforma di analisi della clientela sicura come Customer Journey Analytics è conforme agli standard normativi, così puoi avere accesso a insight sul comportamento della clientela senza compromettere la sua privacy.
- 6. Riduzione dei costi di IT e analisi:** spesso i team di analisi e di business intelligence spendono tempo e risorse significative per processi manuali come l'esportazione di dati e la creazione di query SQL, il che è costoso e inefficiente. Customer Journey Analytics può automatizzare questi processi, liberando risorse per attività più strategiche e riducendo i tempi di analisi dei dati.
- 7. Accesso ai dati decentralizzato:** le organizzazioni che dipendono da team di analisi specializzati possono trovarsi di fronte a colli di bottiglia nei processi decisionali. Con Customer Journey Analytics puoi democratizzare l'accesso ai dati grazie a viste di analisi guidate che permettono ai team di marketing e di prodotto di prendere decisioni consapevoli in modo rapido e autonomo.
- 8. IA generativa integrata:** l'utilizzo dell'IA generativa per interpretare grandi quantità di dati della clientela può accelerare significativamente i processi decisionali e rivelare insight preziosi. Grazie alle funzionalità di IA generativa integrate, Customer Journey Analytics trasforma l'analisi dei dati da una funzione puramente descrittiva a una potenza predittiva e prescrittiva che stimola l'innovazione, il ROI e altri vantaggi.

Differenze chiave tra Customer Journey Analytics e le soluzioni comuni di analisi della clientela

Consigliamo di mettere a confronto le funzionalità delle soluzioni di analisi della clientela dei vari fornitori con le esigenze della tua azienda.

Funzionalità	Valore di business	Altra soluzione di analisi	Customer Journey Analytics
Dimensioni della clientela	Offre dimensioni illimitate, consentendo un'analisi dei dati più completa e flessibile con numeri, testo, oggetti, elenchi o valori misti.	<input type="checkbox"/>	Nessun limite
Valori unici o elementi di dati	Garantisce che non ci siano limiti di reporting e analisi consentendo valori unici o elementi di dimensione in una singola dimensione per ottenere insight più dettagliati e sfaccettati.	<input type="checkbox"/>	Nessun limite
Attributi della clientela	Semplifica l'integrazione di dati aziendali offline per analizzare l'impatto digitale sulle entrate, attraverso analisi dei funnel di vendita, eventi o transazioni offline e valutazioni dei programmi fedeltà.	<input type="checkbox"/>	Nessun limite
Viste dati	Consente di alterare o rimuovere i dati senza ripetere l'implementazione. Consente di manipolare le dimensioni utilizzando sottostringhe, creando metriche da ogni valore e filtrando i sottoeventi, il tutto in modo non distruttivo.	<input type="checkbox"/>	✓
Campi derivati	Consente di apportare modifiche complesse ai dati in modo istantaneo e retroattivo, supportando la manipolazione e l'elaborazione dei dati basata su regole durante il reporting e senza richiedere nuovamente l'acquisizione o scrittura dei dati.	<input type="checkbox"/>	✓
Didascalie intelligenti	Genera automaticamente insight in lingua naturale analizzando le tendenze chiave e gli eventi significativi dei dati, migliorandone l'interpretazione.	<input type="checkbox"/>	✓
Unione basata sui campi	Combina perfettamente set di dati specifici per un determinato dispositivo da sessioni autenticate e non, con la possibilità di integrare dati storici da dispositivi conosciuti.	<input type="checkbox"/>	✓
Sovrapposizione basata sui grafici	Va oltre la sovrapposizione basata sull'identità a partire da un'unica fonte di dati, connettendo tutti i set di dati della clientela basati su qualsiasi identità nel grafo identità di Adobe Experience Platform. Misura e comprende le audience create in Adobe Real-Time Customer Data Platform o Adobe Journey Optimizer e sviluppa una comprensione più approfondita dei comportamenti e delle preferenze dell'utente per migliorare la personalizzazione.	<input type="checkbox"/>	✓
Previsioni su serie temporali	Crea previsioni statistiche basate su dati storici che possono aiutare a programmare, ottimizzare il budget, gestire il rischio, allocare risorse e valutare le prestazioni. Disponibile sotto forma di tabelle a forma libera e visualizzazioni con grafici a linee dalle impostazioni personalizzabili.	<input type="checkbox"/>	✓
Analisi della sperimentazione	Valuta gli effetti di incremento e l'affidabilità di qualsiasi esperimento utilizzando dati provenienti da qualsiasi fonte.	<input type="checkbox"/>	✓
Modelli di attribuzione	Sfrutta i dati cross-channel e offre finestre di attribuzione flessibili per generare insight più approfonditi sui customer journey complessi.	<input type="checkbox"/>	✓
Flussi di lavoro di analisi guidata	Permette a team di marketing, responsabili del prodotto e team di analisi di comprendere immediatamente l'esperienza con il prodotto e i dati della clientela.	<input type="checkbox"/>	✓
Funzionalità di esportazione dei dati	Supporta milioni di righe, raggruppamenti multipli, segmentazioni, metriche calcolate ed efficaci strumenti di reporting ad hoc e pianificato.	<input type="checkbox"/>	✓
Query SQL ad hoc	Consente query SQL ad hoc sui dati acquisiti nel data lake di Adobe Experience Platform, semplificandone l'utilizzo e la convalida.	<input type="checkbox"/>	✓
Estensione BI (tramite SQL)	Consente a ogni utente di effettuare una query sulle stesse metriche e dimensioni di Customer Journey Analytics nello strumento di business intelligence di sua scelta.	<input type="checkbox"/>	✓

Adobe Customer Journey Analytics: una tecnologia di analisi della clientela che soddisfa tutte le esigenze

[Adobe Customer Journey Analytics](#) ha tutte le funzionalità necessarie per un'analisi della clientela al passo coi tempi. Permette alle aziende di passare a una strategia basata sui dati di prime parti mettendo in relazione le identità e le interazioni della clientela tra canali, dispositivi e momenti diversi. Combina flessibilità e governance dei dati con insight basati sull'IA e analisi olistiche. Inoltre, offre insight sulla clientela accessibili e precisi, con la velocità, la portata e l'efficienza di cui le aziende hanno bisogno per soddisfare i requisiti sempre maggiori della customer experience, essere conformi alle nuove normative sui dati e rimanere un passo avanti a una concorrenza sempre più agguerrita.

Scopri di più su come Adobe Customer Journey Analytics può aiutarti a comprendere il customer journey della tua clientela e offrire esperienze incredibili in tempo reale.

Scopri di più

Adobe

Adobe, the Adobe logo, Adobe Experience Platform, and Adobe Customer Journey Analytics are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. © 2025 Adobe. Tutti i diritti riservati.