



Guía de compra

Guía de compra para soluciones de análisis del cliente.

Ocho cosas que no pueden faltar en tu tecnología de análisis del cliente.

 Datos de comportamiento



Medios de streaming



Aplicación móvil

 Visualizaciones del sitio

+34%

Secur Financial

Leo, regístrate y gana 60,000 millas.



Los clientes esperan niveles cada vez más altos de personalización y privacidad, por lo que las marcas deben actualizar su estrategia de análisis del cliente para obtener una ventaja competitiva. Dos de los componentes más importantes en una estrategia de análisis moderna son una vista unificada del cliente a partir de datos de origen y una vista secuencial del recorrido del cliente.

La convergencia de múltiples categorías de análisis (específicamente de marketing y producto) subraya la necesidad de que las marcas entiendan a sus clientes en profundidad. Por supuesto, para ello deben superar diversos desafíos organizacionales y técnicos. Adobe Customer Journey Analytics, creada a partir de Adobe Experience Platform, es la solución ideal para enfrentar estos retos. Ofrece datos inigualables sobre el cliente en múltiples canales, una administración de datos eficiente, informes avanzados al nivel del usuario, flujos de trabajo de análisis guiados y un manejo seguro de los datos sensibles. Además, reduce los gastos de TI y democratiza el acceso a los datos.



Por qué es necesaria la modernización.

Para poder satisfacer sus expectativas, las marcas deben comprender las intenciones, las preferencias y los comportamientos de los clientes en todos los canales. Además, deben poder transformar los datos de los clientes en acciones empresariales que mejoren su experiencia. Y esto no es poca cosa.

Tanto los expertos en marketing como los líderes digitales y los equipos de producto necesitan una vista unificada de cada cliente y su recorrido, pero a menudo trabajan en silos. Derribar esos silos (en otras palabras, permitir que los equipos accedan a datos omnicanal de todas las fuentes de análisis, los compartan y tomen las acciones correspondientes) es uno de los primeros pasos para operar con una ventaja competitiva. El principal obstáculo para crear una vista integral del cliente es la tecnología.

Las soluciones de análisis del cliente actuales no están preparadas para abordar las iniciativas críticas de las organizaciones centradas en los clientes, entre ellas:

- Establecer una vista unificada del cliente a partir de datos secuenciales y basados en personas
- Identificar datos del cliente a lo largo de todo el recorrido para reducir la fricción y aumentar la satisfacción del cliente
- Elaborar una estrategia de administración de datos que cumpla los requisitos y proteja la privacidad
- Implementar IA para agilizar el análisis de datos, la administración, la personalización de contenido y la orquestación de recorridos

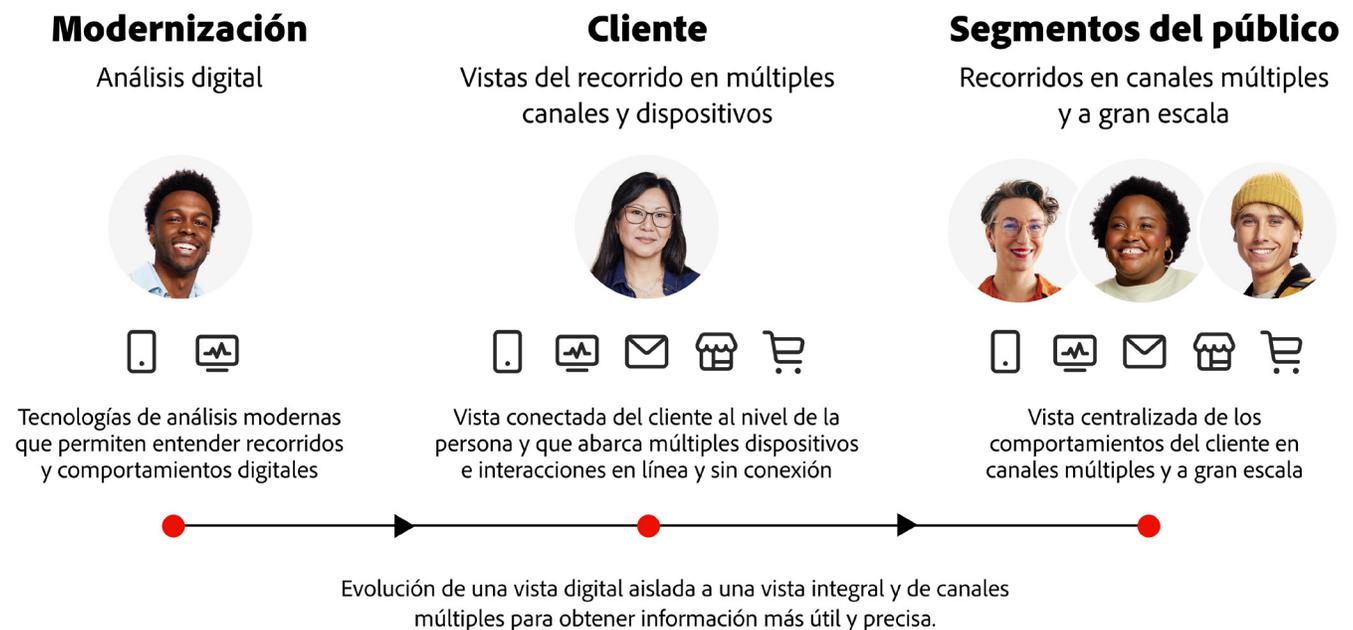
En muchos casos, las empresas utilizan herramientas de inteligencia empresarial (BI) genéricas para llevar a cabo estas iniciativas, pero dichas herramientas no están diseñadas para proporcionar una vista tan integral del recorrido del cliente. Las herramientas de BI tradicionales también requieren muchos conocimientos de ingeniería de datos y programación para satisfacer las necesidades de análisis actuales de la mayoría de las organizaciones. El resultado es una brecha en el mercado de análisis, ya que las marcas buscan soluciones para optimizar sus flujos de trabajo de análisis del recorrido del cliente y acelerar la obtención de información, dos factores que les permiten alcanzar mejores resultados.

Una hoja de ruta para la modernización del análisis del cliente.

La mayoría de las organizaciones cuenta con algún tipo de servicio de análisis que no le aporta el valor suficiente al cliente ni a la empresa. A continuación veremos una hoja de ruta de modernización que muestra cómo puedes causar un mayor impacto al mejorar tus capacidades de análisis del cliente y al ampliar la comprensión que tienen tus equipos sobre el público y los recorridos en múltiples canales.

En muchas organizaciones, el análisis digital se lleva a cabo en silos, y esto genera una vista fragmentada del cliente y de su recorrido. Para poder obtener información valiosa y práctica a partir de los datos, las organizaciones primero deben adoptar una perspectiva basada en las personas y centrada en los recorridos.

El siguiente paso es considerar una solución potente de análisis del cliente (como Customer Journey Analytics) que esté diseñada para analizar al cliente en todos los canales. Esto resuelve las limitaciones de Adobe Analytics y otras soluciones de análisis del cliente ya que permite estudiar el recorrido del cliente mediante un conjunto de herramientas más completo y con tecnología de IA.



Imperativos adicionales

- Necesidades de ingesta y capacidad de datos
- Mayor privacidad, seguridad y gobernanza para preservar la confianza de los consumidores
- Medición de medios de streaming
- Análisis simplificado que pueden realizar quienes no son especialistas

Ocho necesidades críticas para el análisis del cliente.

- 1. Información valiosa e integral sobre el cliente:** a menudo, las marcas no tienen una vista integral de los recorridos del cliente en todos los canales y dispositivos, y esto causa que algunos puntos de fricción pasen desapercibidos. Customer Journey Analytics te ayuda a ingerir, unificar y visualizar los datos de clientes en forma secuencial y para todos los puntos de contacto (tanto digitales como sin conexión) sin conocimientos en ciencia de datos. Esto te permite obtener información rápidamente y brindar experiencias del cliente optimizadas y personalizadas.
- 2. Administración de datos eficiente:** los esfuerzos actuales de recopilación y procesamiento de datos son laboriosos, inflexibles y propensos a errores. Customer Journey Analytics ofrece capacidades modernas para la administración de datos, como la modificación y corrección dinámica de datos luego de su recopilación, por lo que el manejo de datos es más eficiente y reduce la dependencia de los equipos de TI y análisis.
- 3. Análisis de datos flexible:** muchas organizaciones utilizan estructuras de datos predefinidas y limitadas que no les permiten dar respuesta a las nuevas preguntas de negocio. En Customer Journey Analytics, puedes modificar los datos luego de su recopilación, como agregar métricas o dimensiones nuevas y modificar las ventanas de atribución o de sesión.
- 4. Creación de informes avanzados al nivel del usuario:** a medida que los clientes usan cada vez más dispositivos y canales, surgen nuevos retos para el seguimiento preciso de datos y la creación de informes. Customer Journey Analytics unifica los datos de múltiples conjuntos (que a menudo no tienen un ID uniforme) y utiliza un gráfico de identidad para crear un ID único para cada cliente. Esto facilita el análisis integral de los recorridos.
- 5. Protección de los datos del cliente:** para las organizaciones, es crítico poder administrar y analizar de forma segura datos sensibles como la información de identificación personal (PII) y la información médica protegida (PHI). Una plataforma segura de análisis del cliente como Customer Journey Analytics cumple con los estándares normativos, lo que significa que puedes obtener información valiosa sobre los comportamientos de tus clientes sin poner en riesgo su privacidad.
- 6. Reducción de gastos de TI y análisis:** los equipos de inteligencia empresarial y análisis a menudo dedican una gran cantidad de tiempo y recursos a procesos manuales como la exportación de datos y las consultas en SQL. Esto es costoso e ineficiente. Customer Journey Analytics automatiza estos procesos, lo que permite disponer de más recursos para las actividades estratégicas y agilizar la obtención de información.
- 7. Acceso descentralizado a los datos:** muchas organizaciones que dependen de equipos de análisis especializados deben lidiar con cuellos de botella en los procesos de toma de decisiones. Con Customer Journey Analytics, puedes democratizar el acceso a los datos a través de vistas de análisis guiadas para que los equipos de marketing y producto tomen decisiones fundamentadas de manera rápida e independiente.
- 8. IA generativa integrada:** el uso de IA generativa para interpretar grandes volúmenes de datos puede agilizar los procesos de toma de decisiones y proporcionar información valiosa. Gracias a sus capacidades integradas de IA generativa, Customer Journey Analytics optimiza el análisis de datos para que pase de una función meramente descriptiva a una potente herramienta predictiva y prescriptiva que impulsa la innovación, el ROI y otros beneficios.

Diferencias clave entre Customer Journey Analytics y otras soluciones comunes de análisis del cliente.

Si estás evaluando diversos proveedores de soluciones de análisis del cliente, te recomendamos que consideres estas capacidades y que las compares con las necesidades de tu empresa.

Capacidad	Valor comercial	Otra solución de análisis	Customer Journey Analytics
Dimensiones de clientes	Ofrece dimensiones ilimitadas para realizar un análisis de datos más integral y flexible, con valores numéricos, de texto, objetos, listas o mixtos.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Valores o elementos de datos únicos	Elimina las restricciones en el análisis y la creación de informes al permitir valores o dimensiones únicas dentro de una misma dimensión para proporcionar información más detallada y matizada.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Atributos de clientes	Facilita la integración de datos empresariales sin conexión para analizar el impacto digital sobre los ingresos, como análisis del embudo de ventas, eventos o transacciones sin conexión y evaluaciones de los programas de lealtad de los clientes.	<input type="checkbox"/>	Sin límite
Vistas de datos	Permite la alteración o eliminación de datos sin necesidad de una nueva implementación. También permite la manipulación de dimensiones a través de subcadenas, la creación de métricas con cualquier valor y el filtro de subeventos, todo sin dañar los datos.	<input type="checkbox"/>	✓
Campos derivados	Permite cambios complejos de los datos al instante, sobre la marcha y de forma retroactiva, y es compatible con la manipulación y el procesamiento de datos basados en reglas durante la creación de informes sin que sea necesario volver a ingerir o escribir los datos.	<input type="checkbox"/>	✓
Subtítulos inteligentes	Genera información en lenguaje natural de forma automática al analizar las tendencias clave y los eventos significativos en los datos, lo que facilita su interpretación.	<input type="checkbox"/>	✓
Combinación basada en campos	Combina fácilmente los conjuntos de datos de dispositivos específicos, tanto de sesiones autenticadas como sin autenticar, y permite rellenar datos históricos de dispositivos conocidos.	<input type="checkbox"/>	✓
Combinación basada en gráficos	Va más allá de la combinación basada en identidades con una única fuente de datos. En su lugar, conecta todos los conjuntos de datos del cliente a partir de cualquier identidad en el gráfico de identidades de Adobe Experience Platform. Mide y entiende los segmentos de público creados en Adobe Real-Time Customer Data Platform o Adobe Journey Optimizer y desarrolla una comprensión más profunda de los comportamientos y las preferencias de los clientes para potenciar la personalización.	<input type="checkbox"/>	✓
Pronósticos de series temporales	Hace predicciones estadísticas en función de datos históricos, lo que ayuda a planificar, elaborar presupuestos, gestionar los riesgos, asignar recursos y evaluar el rendimiento. Se puede visualizar en tablas de forma libre y gráficos de líneas con ajustes personalizables.	<input type="checkbox"/>	✓
Análisis de experimentos	Evalúa el aumento y la confianza de cualquier experimento usando datos de la fuente que elijas.	<input type="checkbox"/>	✓
Modelos de atribución	Utiliza datos de canales múltiples y ofrece ventanas de atribución flexibles para proporcionar información más valiosa sobre recorridos del cliente complejos.	<input type="checkbox"/>	✓
Flujos de análisis guiados	Permite que los expertos en marketing, los gerentes de producto y los equipos de análisis entiendan al instante la experiencia del cliente con el producto y los datos respectivos.	<input type="checkbox"/>	✓
Capacidades de exportación de datos	Ofrece compatibilidad con millones de filas, múltiples desgloses, segmentaciones, métricas calculadas y potentes informes programados y ad hoc.	<input type="checkbox"/>	✓
Consultas ad hoc en SQL	Permite hacer consultas ad hoc en SQL sobre los datos ingeridos 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 que los usuarios hagan consultas sobre las mismas métricas y dimensiones en Customer Journey Analytics desde su herramienta de inteligencia empresarial de preferencia.	<input type="checkbox"/>	✓

Adobe Customer Journey Analytics: una tecnología de análisis del cliente que satisface todas tus necesidades.

[Adobe Customer Journey Analytics](#) cumple con todos los requisitos de una solución moderna de análisis del cliente. Permite que las organizaciones adopten una estrategia de datos de origen al conectar las identidades y las interacciones de los clientes en todos los canales, dispositivos y momentos. Combina la flexibilidad y la gobernanza de datos con información basada en IA y análisis integrales. Además, proporciona información accesible y precisa sobre el cliente con la velocidad, escala y eficiencia que las organizaciones necesitan para satisfacer las demandas crecientes de experiencias del cliente, cumplir con las nuevas normativas de datos y mantenerse a la vanguardia en un mercado cada vez más competitivo.

Descubre cómo Adobe Customer Journey Analytics puede ayudarte a entender los recorridos de tus clientes para ofrecerles experiencias increíbles y 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 Estados Unidos y otros países. © 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.