

## APPROFONDIMENTO SULLE FUNZIONALITÀ

# Engagement su mobile con Adobe Journey Optimizer

Raggiungi la clientela ovunque con interazioni personalizzate in tempo reale sui dispositivi mobili.

Per creare interazioni connesse e di valore che trasformano i clienti in fan, i brand devono offrire esperienze personalizzate e ottimizzate da mobile con messaggi in-app, schede di contenuti, notifiche push e messaggi SMS e MMS.

I clienti passano sempre più frequentemente al mobile per quanto riguarda le interazioni digitali con i marchi, quindi si aspettano di trovare esperienze ed engagement rilevanti e agili. Adobe Journey Optimizer offre agli esperti marketing e ai proprietari dei prodotti digitali le funzionalità necessarie per costruire e ottimizzare le esperienze e i messaggi su app mobile in sei aree principali:

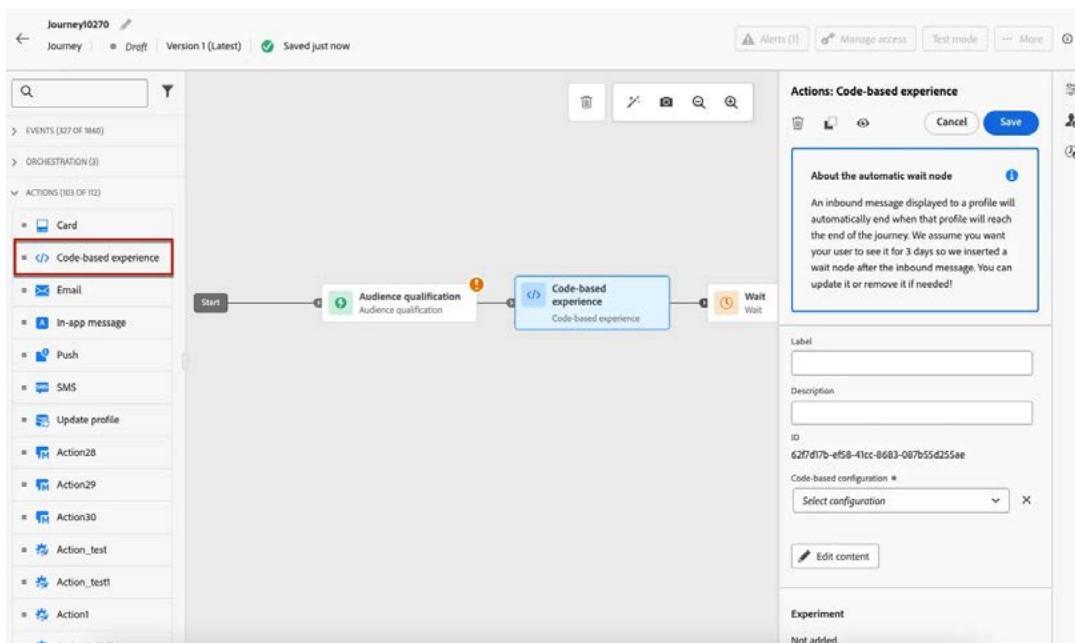
-  **Ottimizzazione delle app mobile.** Funzionalità per la personalizzazione delle customer experience sulle app mobile, compresa la consegna di contenuti, pop-up e sovrapposizioni e l'implementazione di nuove funzionalità.
-  **Messaggi in-app.** Strumenti per la progettazione, il test, il QA e l'invio di messaggi in-app altamente pertinenti basati sugli attributi del profilo cliente, sulla cronologia di utilizzo dell'app e sulla posizione del dispositivo.
-  **Schede di contenuto.** Funzionalità di messaggistica digitale per la consegna di contenuti personalizzati e coinvolgenti in posizioni fisse nelle app mobile per l'aggiornamento dinamico e non intrusivo dei contenuti.
-  **Notifiche push.** Possibilità di creare e inviare notifiche push personalizzate con media avanzati e informazioni sull'engagement della clientela.
-  **Messaggistica SMS e MMS.** Un editor visivo per creare, personalizzare, visualizzare in anteprima e inviare messaggi SMS/MMS ai dispositivi mobili dei clienti, oltre a report per il tracciamento delle prestazioni di tali messaggi.
-  **Geolocalizzazione.** Possibilità di utilizzare Places Service di Adobe Experience Platform per il geofencing con l'obiettivo di promuovere le interazioni via mobile in base alla posizione, al contesto e in modo puntuale.

# Personalizza e ottimizza le esperienze su app mobile

Con Journey Optimizer, i professionisti del marketing hanno diversi strumenti disponibili per la creazione, la personalizzazione e l'ottimizzazione delle esperienze su app mobile per le campagne e nell'ambito di un customer journey e dell'implementazione di nuove funzioni.

## Esperienze in-app basate su codice

Le operazioni sulle esperienze basate su codice di Adobe Journey Optimizer consentono agli sviluppatori e agli altri esperti di codice di avere maggiore controllo sulla personalizzazione. Componendo e fornendo codice HTML e JSON nelle app mobili native, gli sviluppatori possono includere offerte e decisioni statiche e dinamiche, ma anche creare contenuti dinamici basati sugli attributi dei clienti utilizzando l'editor per la personalizzazione.



Gli esperti possono inserire esperienze basate su codice nei customer journey e nelle campagne per la personalizzazione nelle app mobili native.

## Ottimizzazione di UI e UX

L'editor visivo in Journey Optimizer consente agli utenti tecnici e non di creare campagne e percorsi d'impatto per le app mobile utilizzando i controlli granulari delle modifiche. In questo modo, l'esperienza del cliente migliora grazie ai contenuti personalizzati basati sul comportamento e sulle preferenze dell'utente. I professionisti del mobile possono inoltre ottimizzare i contenuti personalizzati utilizzando i test A/B, che rivelano le varianti delle interfacce e delle customer experience che hanno migliori prestazioni nelle app mobile.

## Nuove funzionalità nelle app

Con Journey Optimizer, professionisti del mobile e sviluppatori di app possono implementare le nuove funzionalità con l'audience controllata per il rollout, il test e l'adozione graduale. Con le nuove funzionalità possono fornire delle esperienze a un numero limitato di utenti per osservarne l'engagement, rilevare i problemi, e testare e misurare le prestazioni rispetto alle esperienze attuali. Dopo aver confermato che la funzionalità è efficace e ha migliori prestazioni, i marchi possono implementarla in un lancio su più larga scala.

## Sviluppo flessibile

Journey Optimizer offre framework API e SDK flessibili lato server per le piattaforme standard di settore, ad esempio SDK mobile lato cliente per Android, iOS, React, Flutter e altri, in modo che i team tecnici possano lavorare sull'ambiente di sviluppo che preferiscono. Questo significa che gli sviluppatori, in partnership con gli esperti marketing, possono ridurre il time-to-market delle esperienze in-app, dei contenuti e dei messaggi utilizzando flussi di lavoro più semplici e familiari. Inoltre, Journey Optimizer consente a sviluppatori, responsabili di prodotti mobile ed esperti marketing di convalidare le esperienze mobile con strumenti per l'anteprima, la revisione e la simulazione.

**Gli sviluppatori, in partnership con gli esperti marketing, possono ridurre il time-to-market delle esperienze in-app, dei contenuti e dei messaggi utilizzando flussi di lavoro più semplici e familiari.**

## Consegna messaggi in-app personalizzati

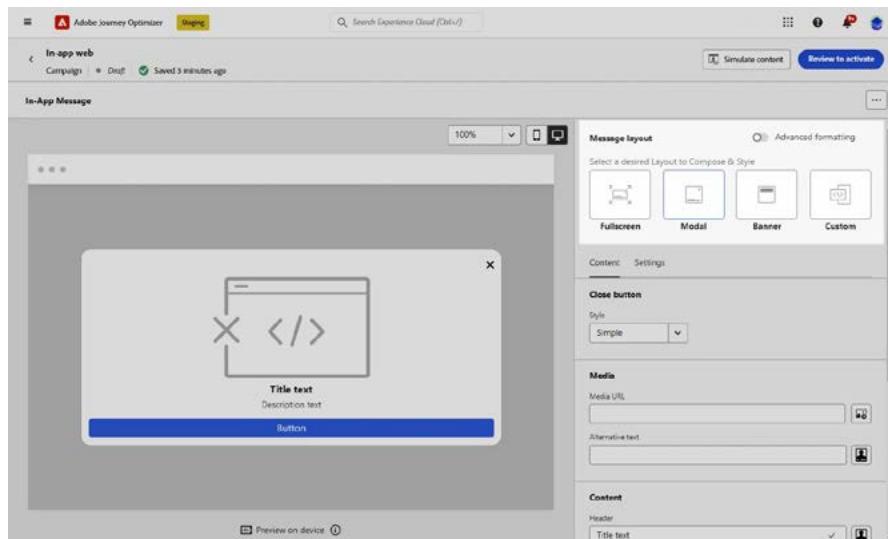
Con Journey Optimizer, i professionisti del mobile possono distribuire messaggi in-app altamente rilevanti in base all'engagement in tempo reale e agli attributi della clientela, alla cronologia dell'utilizzo dell'app e alla posizione dei dispositivi. I messaggi in-app possono guidare i clienti verso nuove o importanti funzionalità dell'app, mettere in mostra le offerte speciali, facilitare l'utilizzo dell'app e tanto altro.

### Attivatori di messaggi avanzati

Journey Optimizer consente ai professionisti del mobile di creare regole per il lancio dei messaggi in-app in base ai comportamenti dell'utente in tempo reale e al contesto. Per esempio, nel caso di un viaggiatore in attesa dell'imbarco in aeroporto, la compagnia aerea può inviare un messaggio in-app per ricordargli che può utilizzare i suoi punti del programma fedeltà per un upgrade.

### Progettazione visiva dei messaggi

Esperti marketing e professionisti del mobile possono utilizzare gli strumenti di progettazione visiva di Journey Optimizer per creare messaggi coinvolgenti che siano coerenti con il marchio e promuovano azioni specifiche. I professionisti possono definire dei gesti personalizzati, come lo scorrimento a destra o sinistra in un'app per rispondere a un messaggio, lo stile del testo o dei font e il layout dei messaggi (schermo intero, finestra modale, banner o HTML personalizzato e preconfigurato). In base al layout, i messaggi in-app possono anche contenere video o immagini per promuovere l'interazione.



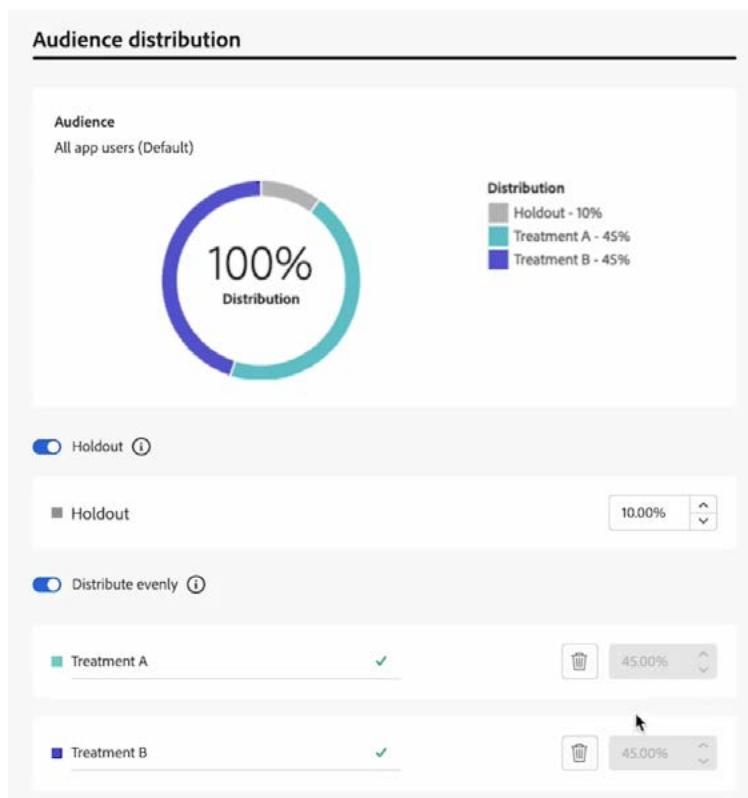
Con il designer di messaggi in-app, gli esperti possono scegliere il layout del testo e lo stile dei tasti, aggiungere file multimediali, inserire un titolo e un corpo di testo ed eseguire personalizzazioni più avanzate.

## Personalizzazione one-to-one

I messaggi in-app possono essere personalizzati per ogni cliente sfruttando il potere dei profili e della geolocalizzazione in tempo reale. Gli esperti possono personalizzare offerte, URL e contenuti, tra cui corpo di testo, immagini, video, colori di sfondo e tasti. Ad esempio, un cliente che scansiona un biglietto tramite codice QR per accedere alla location di un concerto può ricevere un messaggio pop-up nell'app con la promozione del relativo merchandise.

## Sperimentazione

Per ottimizzare i messaggi in-app, i professionisti del mobile possono eseguire esperimenti A/B/n con due o più varianti di messaggi per determinare quale funziona meglio, definire le metriche del successo e specificare la percentuale di utenti a cui indirizzare ogni variante. Inoltre, possono scegliere una percentuale di pubblico a cui continuare a inviare i messaggi attualmente in uso per capire quale opzione è più efficace con i test A/B/n.



Sperimentare con i contenuti dei messaggi in-app consente ai professionisti del mobile di vedere quali messaggi coinvolgono maggiormente un'audience specifica.

## Modelli pronti all'uso

Con Journey Optimizer, i professionisti del mobile possono creare messaggi rapidi utilizzando modelli pronti per l'implementazione, tra cui takeover fullscreen, finestre modali, banner e layout completamente personalizzati. Hanno infatti la possibilità di creare dei layout ex-novo pronti all'uso, di modificarli come e quando necessario e di salvarli per utilizzarli più avanti nel tempo.

## Anteprima QA

Gli esperti marketing e i responsabili dei prodotti digitali possono visualizzare in anteprima le esperienze nelle app mobile, compresi i messaggi in-app, prima dell'invio utilizzando l'anteprima e il pairing del dispositivo con codice QR. I dati nei profili testati possono essere molto utili per personalizzare i contenuti nei messaggi di testo. È infatti possibile scegliere semplicemente il dispositivo su cui visualizzare in anteprima il messaggio, scansionare un codice QR, inserire un PIN e inviare rapidamente il messaggio per verificare la correttezza della visualizzazione sul dispositivo.

## Integrazioni perfette

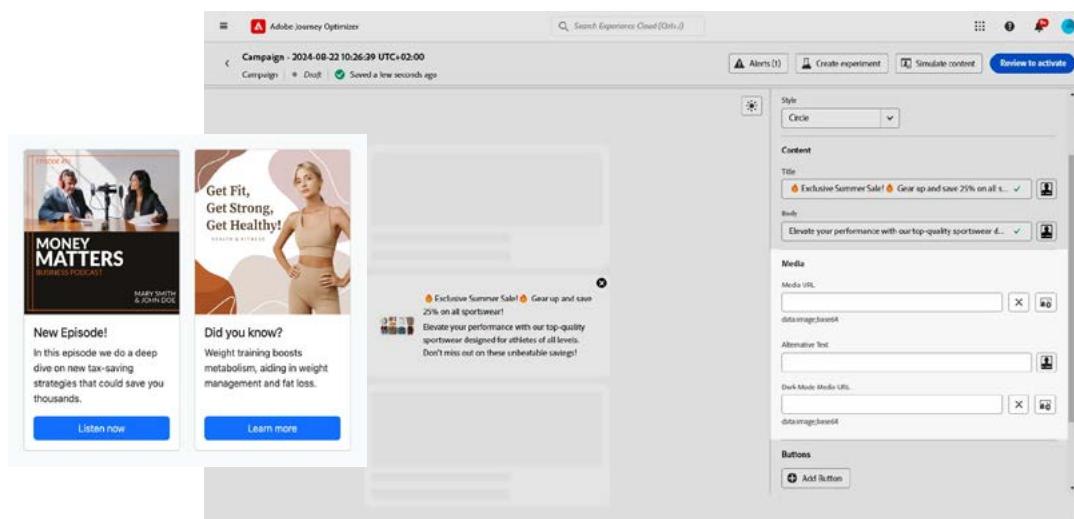
Journey Optimizer supporta i modelli di integrazione standard del settore su piattaforme iOS, Android, React Native e Flutter con gli appositi SDK. L'SDK per dispositivi mobili di Adobe Experience Platform include tutte le estensioni di cui i professionisti hanno bisogno per l'integrazione con le applicazioni iOS e Android in modo da inviare messaggi in-app e coinvolgere i clienti sui loro dispositivi mobili. Con la [Configurazione guidata dei canali](#), i marchi possono configurare i canali di marketing, tra cui web e app mobili, per utilizzarli con Journey Optimizer.

## Coinvolgi gli utenti con le schede di contenuto

Con le schede di contenuto, gli esperti di mobile marketing possono condividere direttamente contenuti dinamici in grandi blocchi che si integrano facilmente nell'interfaccia utente dell'app. Questo tipo di contenuti aggiornati non intrusivi mantiene l'engagement dei clienti e li tiene informati su messaggi e opportunità importanti, ma anche su webinar, vendite in arrivo e non solo.

## Creazione delle schede di contenuto

Per personalizzare i contenuti di una scheda, gli esperti di mobile marketing utilizzano un editor basato sulla forma che ne definisce tutti gli aspetti, design compreso. Le schede di contenuto possono includere testo ed elementi multimediali, come immagini e video, ma anche tasti su cui gli utenti possono fare clic per eseguire un'operazione come l'apertura di una landing page o di una sales page nell'app. Come nel caso di altri canali mobile, gli esperti marketing possono personalizzare i contenuti in base agli attributi, al comportamento e alla posizione degli utenti, oltre che ad altri attributi contestuali.



Le schede di contenuto supportano gli URL dei file multimediali, come immagini e video, oltre a quelli per la selezione di risorse esistenti nella libreria di Adobe Experience Manager Assets Essentials.

## Supporto multiplattaforma

Le schede di contenuto possono essere utilizzate nell'interfaccia utente delle app mobile iOS e Android, così come sui siti web. Journey Optimizer offre ai responsabili di prodotto delle app mobile la possibilità di scegliere il canale delle schede e di impostare dove verrà mostrata l'esperienza della scheda di contenuto.

## Invia notifiche push

I messaggi in-app inviano i contenuti agli utenti quando l'app è in uso, ma è importante anche che i marchi coinvolgano i clienti e li portino sull'app anche quando non la stanno utilizzando. Con Journey Optimizer, gli esperti marketing e i professionisti del mobile possono creare e inviare notifiche push coinvolgenti con testo e contenuti multimediali avanzati. Inoltre, possono ricavare approfondimenti per comprendere meglio in che modo i clienti vengono coinvolti per poi ottimizzare le notifiche di conseguenza.



Le notifiche push personalizzate hanno molto effetto sui clienti e possono provocare un aumento dell'engagement, della conversione, della conservazione e della fidelizzazione sull'app.

## Personalizzazione e targeting

I professionisti del mobile possono utilizzare Journey Optimizer per inviare notifiche push pertinenti in base ai comportamenti, alle preferenze e alle interazioni passate dell'utente, personalizzando ogni elemento dei messaggi con contenuti dinamici. Ma non solo: possono anche personalizzare il titolo e il corpo di testo dei messaggi utilizzando attributi dei clienti come il nome, la posizione e lo stato dei programmi fedeltà.

## Trigger in tempo reale

Grazie a Journey Optimizer, i marchi possono inviare notifiche push ai clienti in risposta alle azioni e agli eventi in tempo reale, come nel caso degli acquisti, dell'abbandono del carrello o delle modifiche legate alla geolocalizzazione. Le notifiche push possono essere utilizzate per ri-coinvolgere gli utenti, per aiutarli a completare un acquisto, per introdurre nuove funzionalità, per fornire informazioni di valore o semplicemente per confermare una transazione. Ad esempio, un'app di rivendita può inviare una notifica di conferma immediatamente dopo il completamento di un acquisto online o in negozio. Oppure può notificare uno sconto sugli acquisti quando un cliente entra nell'area geografica definita dal marchio per uno dei suoi negozi fisici.



Con le metriche di invio, i professionisti possono misurare le prestazioni e indagare su problemi come i rimbalzi o gli errori.

## Metriche dei report

Per misurare l'impatto delle notifiche push, Journey Optimizer offre report sulle campagne e sui percorsi che mostrano grafici di riepilogo con le metriche sulle prestazioni, ad esempio il numero di notifiche consegnate, rimbalzate o con errori nelle ultime 24 ore. Le metriche dei report più approfondite mostrate nelle tabelle rivelano il numero totale di messaggi mirati, oltre al numero di quelli inviati, consegnati, rimbalzati, aperti e non solo. Queste metriche possono poi essere ulteriormente scomposte dal sistema operativo o dalla piattaforma del dispositivo mobile dell'utente.

## Dati personalizzati

I professionisti del mobile possono aggiungere variabili di dati personalizzati alle notifiche per fare in modo che l'app esegua un'operazione specifica. Ad esempio, un'app sportiva può utilizzare i dati personalizzati per aggiornare un messaggio sui risultati delle partite. Gli esperti possono anche utilizzare i dati personalizzati per inserire nell'app dei suoni particolari che indicano dei momenti specifici, come l'arrivo di un nuovo messaggio, la disponibilità di un aggiornamento o un avviso su un evento meteorologico imminente. Allo stesso modo, questi dati possono essere utilizzati per mostrare il numero di messaggi non letti e per raggruppare le notifiche in modo da visualizzarle meglio.

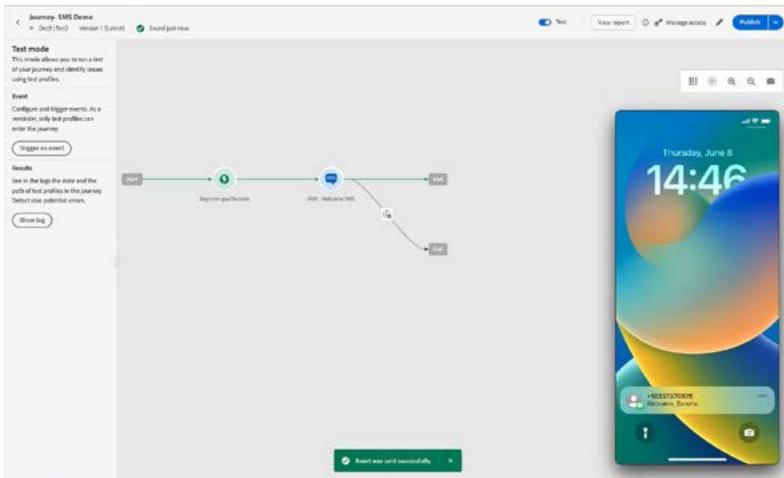
# Distribuisci messaggi SMS e MMS

Journey Optimizer offre agli esperti marketing tutto il necessario per creare, personalizzare, visualizzare in anteprima e inviare messaggi di testo ai dispositivi mobili dei clienti. Quasi tutte le funzionalità disponibili per e-mail, in-app e via messaggi push sono disponibili anche come SMS e MMS.

## Creazione di messaggi in batch e in tempo reale per un unico strumento

Gli esperti marketing possono sfruttare Journey Optimizer per creare e inviare messaggi SMS e MMS sia nelle campagne in batch basate sull'audience sia in quelle con engagement one-to-one in tempo reale, il tutto da un unico strumento. Possono anche aggiungere azioni SMS a un percorso o a una campagna e poi comporre il contenuto del messaggio utilizzando un editori visivo.

I messaggi possono includere dei contenuti personalizzati come il nome, la posizione e gli acquisti, oltre a contenuti dinamici che adattano il contenuto dei messaggi in base a regole specifiche, ad esempio inviandoli nella lingua preferita del destinatario. L'abilitazione dell'opzione MMS nell'editor visivo consente di inserire anche video, immagini, audio clip e altri elementi multimediali nei messaggi. Inoltre, è possibile utilizzare la modalità test per verificare che un messaggio venga inviato e mostrato come vogliamo.



L'utilizzo della modalità di test consente agli esperti marketing di valutare se l'invio e la visualizzazione di un messaggio SMS sono come richiesti.

## Gestione del consenso

Per raggiungere i clienti nel momento giusto tramite SMS e MMS bisogna assicurarsi la conformità agli standard e alle normative di settore per quanto riguarda la gestione del consenso, che comprende anche la possibilità del cliente di disiscriversi facilmente. Journey Optimizer supporta in modo nativo le parole chiave e le repliche inbound comuni per opt-in, opt-out e supporto. Le parole chiave comuni provocano una risposta standard da parte dei fornitori di servizi, mentre per quelle non riconosciute è possibile configurare una risposta di default.

I marchi possono anche configurare delle parole chiave personalizzate, come "app", "coupon" o "avvio", che vengono acquisite e archiviate come attributi nei profili cliente. Dopodiché, questi attributi possono far partire operazioni o risposte personalizzate, come l'invio di e-mail o di un link via messaggio per scaricare un'app.

## Fornitori di servizi flessibili

Journey Optimizer distribuisce messaggistica SMS e MMS tramite integrazioni native con i fornitori di servizi SMS e MMS Sinch, Twilio e Infobip. Nel caso dei marchi che preferiscono un fornitore di servizi diverso, Journey Optimizer sta inserendo la possibilità di configurarne uno alternativo per gli SMS, abilitando l'authoring, l'anteprima, la consegna e il reporting completi di questo tipo di messaggi.

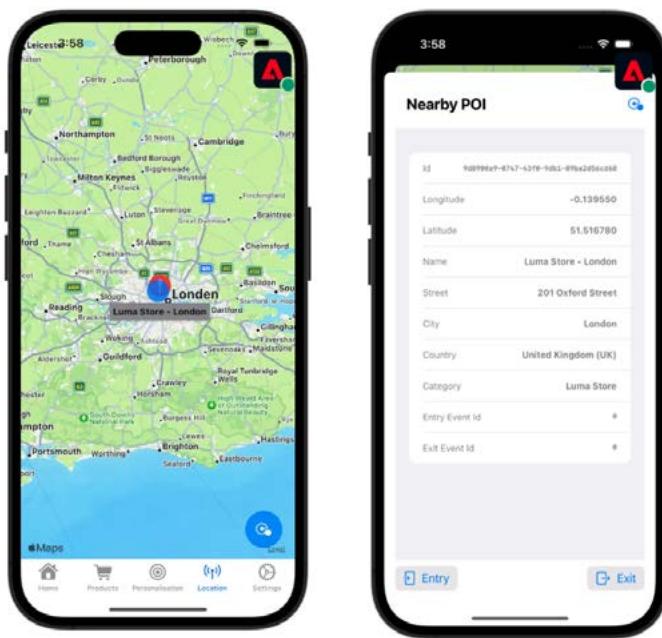
## Utilizza la geolocalizzazione per raggiungere gli utenti al momento giusto

Journey Optimizer utilizza Places Service di Adobe Experience Platform per l'engagement con gli utenti delle app mobile al momento giusto in base alla posizione, uno dei trigger più di valore per quanto riguarda l'engagement rapido.

Places Service offre al marchio un'app mobile dotata di location awareness, ovvero che comprende il contesto geografico del cliente. Grazie alla sua interfaccia SDK semplice da utilizzare, gli sviluppatori possono semplificare e ridurre il tempo per lo sviluppo e la codifica dell'app necessario per il monitoraggio della posizione del dispositivo. Inoltre, Places Service offre un database flessibile per la gestione dei punti di interesse (POI) per il marchio, come la posizione dei negozi, gli hotel, le location degli eventi sportivi e i dati di geofencing, ovvero i limiti virtuali definiti dalle coordinate di latitudine e longitudine.

I professionisti del mobile possono utilizzare Places Service al fine di creare i POI del marchio e definire così le regole sulla posizione, le condizioni e le operazioni in Journey Optimizer per l'invio di messaggi puntuali quando un utente entra o esce dai limiti dei POI. Un esempio è una notifica push che ricorda la possibilità di consegna di prodotti cosmetici a un cliente che entra nell'area di geofencing del negozio. Gli esperti possono anche simulare l'esperienza utente basata su app e valutare così se è stata impostata correttamente.

Inoltre, Places Service fornisce una mappa mondiale per visualizzare e comprendere meglio i POI in un contesto spaziale. I professionisti del mobile possono anche aggiornare i metadati associati con i POI, oltre ad attributi come nome, indirizzo e categoria. Ci sono poi altri tag di metadati appositamente personalizzati che possono essere modificati e utilizzati durante il targeting degli utenti delle app mobile con esperienze e messaggi da mobile basati sulla posizione.



I professionisti del mobile possono impostare dei punti di interesse (POI) con Places Service e poi simulare l'entrata e l'uscita in un'area di geofencing predefinita da tali POI per valutare se funziona correttamente.

# Informazioni su Adobe Journey Optimizer

Nativamente integrato nel leader di settore Adobe Experience Platform, Adobe Journey Optimizer aiuta i marchi a gestire le campagne omnicanale pianificate e i momenti uno-a-uno per milioni di clienti in un'unica applicazione nativa per il cloud, ottimizzando tutto il percorso clienti con decisioni e approfondimenti intelligenti.

**Scopri in che modo Adobe Journey Optimizer aiuta i marchi a ottimizzare l'engagement via mobile.**

[Scopri di più](#)

**Adobe**

© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.