

VOORZIENINGENOVERZICHT

Adobe Journey Optimizer – mobiele interacties.

Bereik je klanten overal met gepersonaliseerde, real-time mobiele interacties.

Om zinvolle, verbonden interacties te creëren die van klanten superfans maken, moeten merken via in-app-berichten, contentkaarten, pushmeldingen en sms- en mms-berichten gepersonaliseerde, geoptimaliseerde mobiele ervaringen aanleveren.

Omdat consumenten steeds vaker via mobiele kanalen digitale interacties met merken hebben, verwachten ze dat merken naadloze, relevante mobiele ervaringen en interacties leveren. Adobe Journey Optimizer biedt mobiele marketeers en eigenaren van digitale producten op zes kernpunten de mogelijkheid om mobiele appervaringen en berichten te creëren en te optimaliseren:



Optimalisatie voor mobiele apps. Functies voor het personaliseren van klantervaringen in mobiele apps, waaronder het aanleveren van content, pop-ups, app-overlays en functie-implementaties.



In-app-berichten. Tools voor het ontwerpen, testen, controleren en activeren van relevante in-app-berichten op basis van klantprofielkenmerken, het historische appgebruik en de apparaatlocatie.



Contentkaarten. Functie voor het aanleveren van gepersonaliseerde, interessante content op vaste locaties in een mobiele app voor geruisloze, dynamische contentupdates.



Pushmeldingen. De mogelijkheid om gepersonaliseerde pushmeldingen met rich media te maken en te activeren, en inzicht in hoe klanten daar interactie mee hebben.



Sms- en mms-berichten. Een visuele editor om sms-/mms-berichten te maken, te personaliseren, te bekijken en naar mobiele apparaten van klanten te sturen, en rapporten om de prestaties van berichten bij te houden.



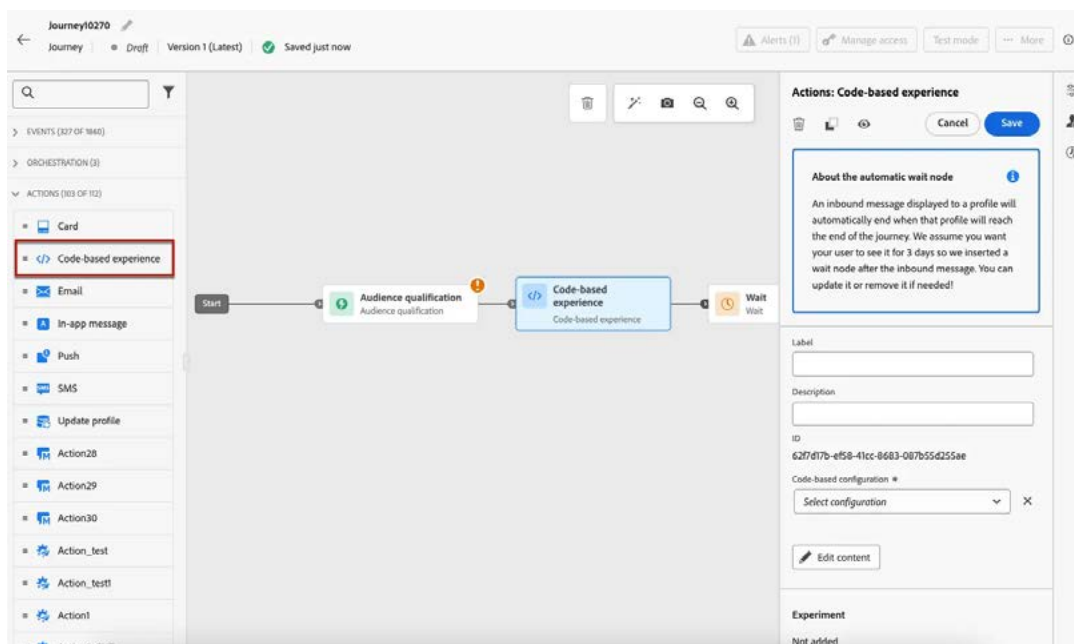
Geolocatie. De mogelijkheid om de Places Service in Adobe Experience Platform te gebruiken voor geofencing om mobiele interacties te activeren die locatiegebonden, contextueel en tijdrelevant zijn.

Personaliseer en optimaliseer mobiele appervaringen.

Met Journey Optimizer krijgen marketingprofessionals meerdere tools voor het samenstellen, personaliseren en optimaliseren van mobiele appervaringen voor een campagne of als onderdeel van een klanttraject of functie-implementatie.

Codegebaseerde appervaringen

De actie voor op code gebaseerde ervaringen in Adobe Journey Optimizer geeft ontwikkelaars en andere ervaren codegebruikers meer controle over de personalisatie. Door HTML- of JSON-code samen te stellen en in native mobiele apps aan te leveren, kunnen ontwikkelaars onder andere statische en dynamische aanbiedingen en beslissingen opnemen. Ontwikkelaars kunnen ook in de personalisatie-editor dynamische content op basis van klantkenmerken maken.



Professionals kunnen in native mobiele apps op code gebaseerde ervaringen in klanttrajecten en -campagnes voor personalisatiedoeleinden invoegen.

UI- en UX-optimalisatie

Met de visuele editor in Journey Optimizer kunnen technische en niet-technische gebruikers met behulp van gedetailleerde bewerkingsopties impactvolle mobiele appcampagnes en trajecten maken. Dit verbetert de klantervaring doordat content wordt aangeleverd die aan de hand van het gedrag en de voorkeuren van de klant is gepersonaliseerd. Mobiele professionals kunnen vervolgens gepersonaliseerde content verder aanpassen met behulp van A/B/n-testen die de best presterende variatie van de gebruikersinterface of -ervaring van de mobiele app laten zien.

Appfuncties implementeren

Met Journey Optimizer kunnen mobiele professionals en appontwikkelaars nieuwe mobiele appfuncties onder gecontroleerde doelgroepen implementeren om ze gefaseerd uit te rollen, te testen en in te voeren. Ze kunnen een appervaring met een nieuwe functie aan een beperkt gebruikerssegment aanbieden om de betrokkenheid te zien, problemen te vinden en de prestaties ten opzichte van de huidige ervaring te testen en te meten. Nadat merken hebben bevestigd dat de nieuwe functie werkt zoals bedoeld en goed presteert, kunnen ze deze volledig uitrollen.

Flexibele ontwikkeling

Journey Optimizer biedt flexibele server-side API's en SDK-frameworks voor gangbare platforms, waaronder mobiele client-side SDK's voor Android, iOS, React en Flutter, zodat technische teams in de ontwikkelomgeving van hun voorkeur kunnen werken. Dit houdt in dat ontwikkelaars samen met marketeers interessante mobiele appervaringen, content en berichten sneller kunnen introduceren met behulp van vertrouwde, gestroomlijnde workflows. Daarnaast kunnen ontwikkelaars, mobiele productmanagers en marketeers met Journey Optimizer mobiele appervaringen valideren met voorvertonings-, controle- en simulatietools.

Ontwikkelaars kunnen samen met marketeers sneller interessante mobiele appervaringen, content en berichten introduceren met behulp van vertrouwde, gestroomlijnde workflows.

Lever in-app-berichten op maat.

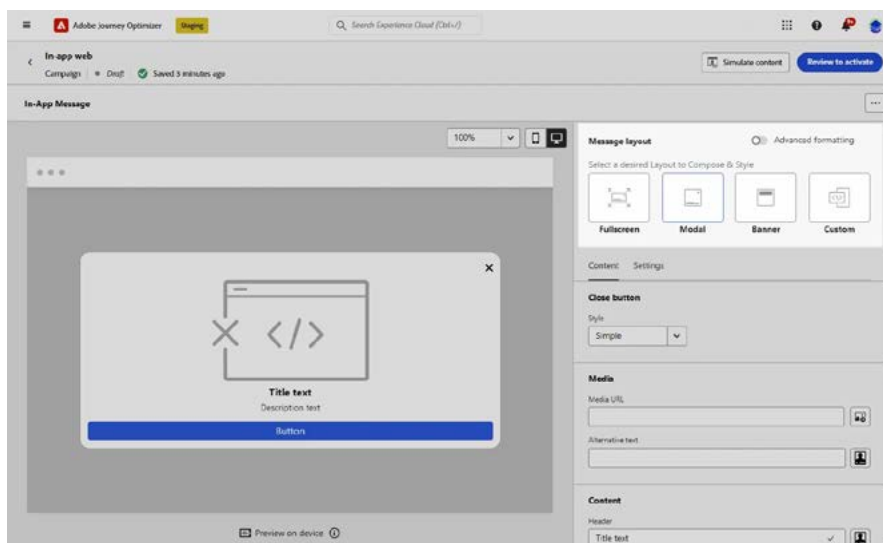
Met Journey Optimizer kunnen mobiele professionals hyperrelevante in-app-berichten aanleveren op basis van de real-time klantbetrokkenheid, klantkenmerken, het historische appgebruik en de apparaatlocatie. In-app-berichten kunnen onder andere klanten naar nieuwe of belangrijke functies van de app leiden, speciale aanbiedingen onder de aandacht brengen en het gebruik van de app gemakkelijker maken.

Geavanceerde berichtstriggers

Met Journey Optimizer kunnen mobiele professionals regels maken waarmee in-app-berichten op basis van real-time klantgedrag en de context worden gelanceerd. Als gebruikers bijvoorbeeld op een vliegveld zitten te wachten om aan boord te gaan, zou een luchtvaartmaatschappij hun een in-app-bericht kunnen sturen om hen eraan te herinneren dat ze hun punten van het loyaliteitsprogramma's kunnen gebruiken om hun plek te upgraden.

Visueel ontwerp van berichten

Marketeers en mobiele professionals kunnen de visuele ontwerptools in Journey Optimizer gebruiken om boeiende in-app-berichten samen te stellen die een consistente merkuitstraling hebben en tot actie aanzetten. Professionals kunnen aangepaste gebaren definiëren, zodat appgebruikers bijvoorbeeld naar rechts of links kunnen vegen om op het bericht te reageren. Daarnaast kunnen ze knop- en lettertypestijlen en de lay-out van de berichten opgeven, zoals een schermvullend bericht, een modaal venster, een banner of een aangepast, vooraf geconfigureerd HTML-bericht. Afhankelijk van de lay-out kunnen in in-app-berichten zelfs video's of afbeeldingen worden opgenomen om de interactiviteit te verhogen.



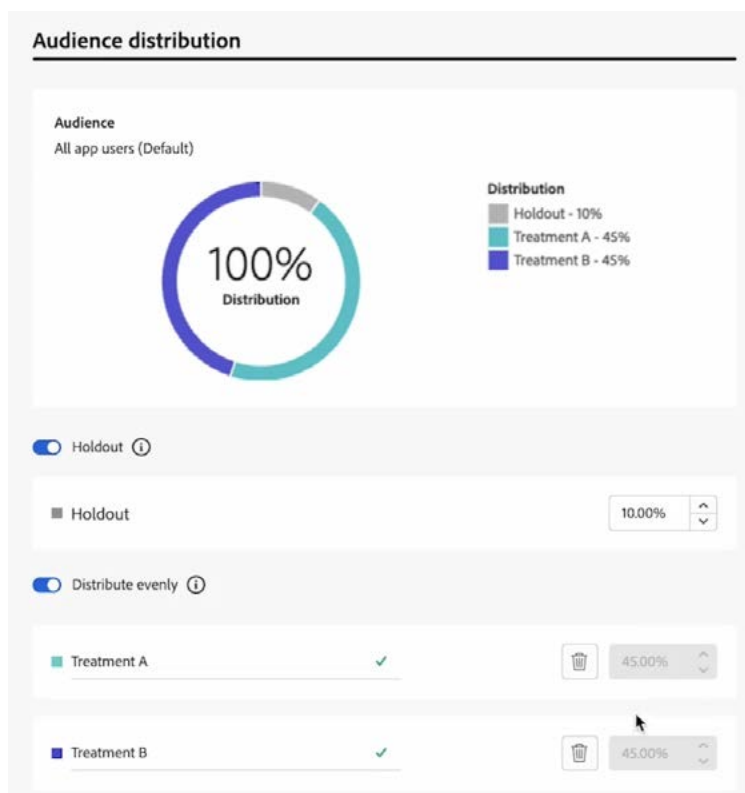
Met de ontwerptool voor in-app-berichten kunnen mobiele professionals de lay-out en knopstijlen van het bericht kiezen, media toevoegen, een titel en de hoofdtekst van het bericht invoeren en meer geavanceerde aanpassingen aanbrengen.

Eén-op-één personalisatie

In-app-berichten kunnen voor iedere klant worden gepersonaliseerd op basis van real-time klantprofielen en geolocatie. Mobiele professionals kunnen aanbiedingen, URL's en content personaliseren, waaronder tekst, afbeeldingen, video's, achtergrondkleuren en knoppen. Een klant die bijvoorbeeld bij de ingang van een concertzaal vanuit hun evenementenapp een QR-code voor hun ticket scant, zou een pop-upbericht in de app kunnen krijgen met een promotie voor merchandise van de band.

Experimenteren

Om in-app-berichten te optimaliseren, kunnen mobiele professionals een A/B/n-experiment uitvoeren met twee of meer variaties van een bericht om te bepalen welke content het beste aanslaat, een succesmetric kunnen definiëren en het percentage appgebruikers kunnen opgeven dat naar elke variatie moet worden doorgestuurd. Professionals kunnen ervoor kiezen om het huidige bericht naar een bepaald percentage van de doelgroep te blijven sturen om te zien of het winnende bericht in de A/B/n-test een positief effect heeft.



Door te experimenteren met de content van in-app-berichten, kunnen mobiele professionals zien welke boodschap het beste bij een bepaalde doelgroep aanslaat.

Kant-en-klare sjablonen

Met Journey Optimizer kunnen mobiele professionals snel berichten maken met behulp van kant-en-klare sjablonen voor onder andere schermvullende berichten, modale vensters, banners en volledig aangepaste lay-outs. Professionals kunnen kant-en-klare lay-outs naar wens aanpassen en zelfs als sjablonen opslaan om ze later opnieuw te gebruiken.

Voorvertoning voor kwaliteitscontrole

Marketeers en digitale productmanagers kunnen een voorvertoning van hun mobiele appervaringen – waaronder in-app-berichten – zien voordat ze live gaan door snel via een QR-code hun apparaten te koppelen. In plaats van gepersonaliseerde content in testberichten kan data in testprofielen worden gebruikt. De professionals kiezen gewoon het apparaat waarop ze het bericht willen bekijken, scannen een QR-code, voeren een PIN in en activeren het bericht snel op het apparaat om te controleren of het op de juiste manier wordt weergegeven.

Naadloze integraties

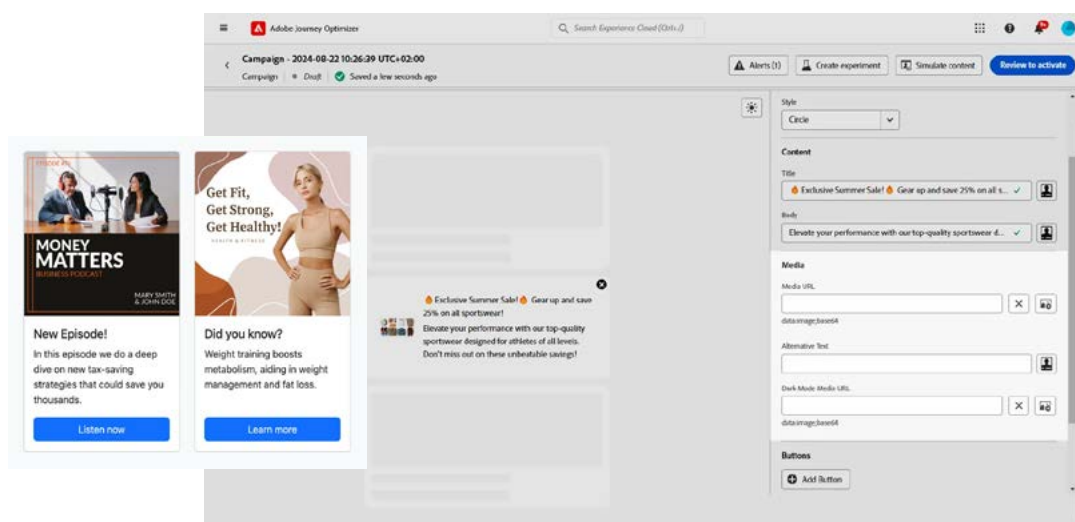
Journey Optimizer ondersteunt gangbare integratiepatronen op iOS, Android, React Native en Flutter-platforms met SDK's. De Adobe Experience Platform Mobile SDK omvat alle extensies die mobiele professionals voor de integratie met iOS- en Android-applicaties nodig hebben om in-app-berichten te versturen en klanten op hun mobiele apparaten aan te spreken. Met de [begeleide kanaalinstelling](#) kunnen merken hun marketingkanalen configureren, waaronder web- en mobiele apps, voor gebruik met Journey Optimizer.

Houd gebruikers betrokken met contentkaarten.

Met contentkaarten kunnen mobiele marketeers dynamische content rechtstreeks delen binnen vaste contentblokken die naadloos in de gebruikersinterface van de app zijn geïntegreerd. Een dergelijke niet-opdringerige, bijgewerkte content houdt gebruikers betrokken en op de hoogte van bijvoorbeeld belangrijke berichten en kansen, zoals een aankomend webinar of een uitverkoop die binnenkort start.

Contentkaarten schrijven

In een op formulieren gebaseerde editor kunnen mobiele marketeers de content en het ontwerp voor een contentkaart aanpassen. Contentkaarten kunnen tekst en rich media bevatten, zoals afbeeldingen en video's, maar ook knoppen waar gebruikers op kunnen klikken om een actie te starten, zoals het openen van een landingpagina voor een evenement of een sale-pagina in de app. Net als bij andere mobiele kanalen kunnen marketeers content personaliseren op basis van de kenmerken, het gedrag, de locatie en andere contextuele kenmerken van gebruikers.



Op contentkaarten kunnen koppelingen worden opgenomen naar URL's voor rich media, waaronder afbeeldingen en video's, maar ook voor het selecteren van bestaande assets in de Adobe Experience Manager Assets Essentials-bibliotheek.

Multi-platform-ondersteuning

Contentkaarten kunnen in de gebruikersinterface van mobiele iOS- en Android-apps en op websites worden gebruikt. Journey Optimizer biedt productmanagers van mobiele apps de mogelijkheid om het kanaal voor de contentkaart te selecteren en in te stellen waar de contentkaart wordt weergegeven.

Verstuur pushmeldingen.

Hoewel in-app-berichten content aan appgebruikers leveren terwijl ze de app gebruiken, is het voor merken ook belangrijk om gebruikers aan te spreken en hen naar de app te lokken wanneer ze die niet gebruiken. Met Journey Optimizer kunnen marketeers en mobiele professionals interessante pushberichten met tekst en rich media maken en versturen. Ze kunnen ook inzichten vastleggen om beter te begrijpen hoe klanten op meldingen reageren en de meldingen op basis daarvan optimaliseren.



The screenshot shows the 'Compose Message' interface for an Android app. At the top, there are tabs for 'iOS' and 'Android', with 'Android' selected. Below the tabs, the title 'Compose Message' is displayed. There is a toggle switch for 'Silent Notification' which is currently turned off, followed by a help icon. The 'Title' field contains the text 'Hey {{profile.person.name.firstName}} !' with a green checkmark and a person icon. The 'Body' field contains the text 'Special Offers in {{profile.homeAddress.city}}' with a green checkmark and a person icon. A tooltip 'Open personalization dialog' points to the person icons in both fields.

Gepersonaliseerde pushmeldingen spreken klanten aan, wat de betrokkenheid, conversie, retentie en loyaliteit van appgebruikers kan verhogen.

Personalisatie en targeting

Mobiele professionals kunnen met Journey Optimizer relevante pushberichten versturen op basis van het gedrag, de voorkeuren en de eerdere interacties van de klant, waarbij elk berichtelement met dynamische content wordt gepersonaliseerd. Ze kunnen de titel en de content van het bericht personaliseren aan de hand van klantkenmerken, zoals de naam, de locatie en de status van het loyaliteitsprogramma.

Real-time triggers

In Journey Optimizer kunnen merken pushmeldingen naar klanten laten sturen naar aanleiding van real-time acties of gebeurtenissen, zoals wanneer ze iets kopen of hun winkelwagentje achterlaten of wanneer hun geolocatie verandert. Pushmeldingen kunnen worden gebruikt om gebruikers opnieuw te targeten, gebruikers te stimuleren om hun aankopen af te ronden, nieuwe functies te introduceren, waardevolle informatie te verstrekken of gewoon een transactie te bevestigen. Een retail-app kan bijvoorbeeld een bevestigingsmelding sturen zodra een klant in de winkel of online een aankoop heeft gedaan. De app kan ook een pushbericht voor korting op aankopen weergeven wanneer een klant de geofence binnenkomt die een merk voor een van zijn fysieke winkels heeft gedefinieerd.

Sending Statistics									
	People	Targeted (AJO)	Sends (AJO)	Delivered (AJO)	Bounces For Outbound Channels(AJO)	Outbound Errors (AJO)	Outbound Exclusions (AJO)		
Campaign Name (AJO)		11	1,163	0	0	0	0		1,163
Page: 1 / 1 Rows: 10 1-1 of Apr 30	4 out of 12	Apr 30	out of 1,163	Apr 30	out of 0	Apr 30	out of 0	Apr 30	out of 1,163
SMS-campagne	11 100.0%	1,163 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%		1,163 100.0%

Aan de hand van verzendmetrics kunnen mobiele professionals de prestaties meten en problemen met de verzending onderzoeken, zoals niet-afgeleverde berichten en fouten.

Rapportmetrics

Om de impact van pushmeldingen te meten, biedt Journey Optimizer traject- en campagnerapporten met overzichtsgrafieken van prestatimetrics, zoals het aantal afgeleverde meldingen, het aantal niet-afgeleverde meldingen of het aantal meldingen met fouten in de afgelopen 24 uur. Diepergaande rapportmetrics die in tabellen worden weergegeven, tonen het totale aantal gerichte berichten, naast onder andere het aantal verzonden, afgeleverde, niet-afgeleverde en geopende berichten. Deze metrics kunnen verder worden uitgesplitst naar het besturingssysteem van het mobiele apparaat of platform van de gebruiker.

Aangepaste data

Mobiele professionals kunnen aangepaste datavariabelen aan meldingen toevoegen om de app bepaalde acties te laten uitvoeren. Een sportapp kan bijvoorbeeld een bericht aan de hand van aangepaste data bijwerken met de laatste sportuitslagen. Professionals kunnen ook aangepaste data gebruiken om unieke geluiden in de app te laten afspelen om interessante momenten aan te geven, zoals de binnenkomst van een nieuw bericht, de beschikbaarheid van een app-update of een weerswaarschuwing. Ook kan aangepaste data worden gebruikt om badges met het aantal ongelezen berichten weer te geven en om meldingen overzichtelijker te groeperen.

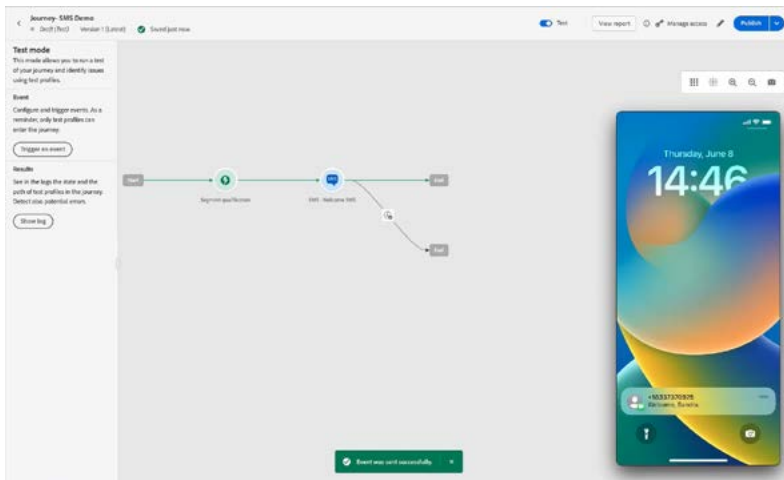
Lever sms- en mms-berichten.

Journey Optimizer biedt marketeers alles wat ze nodig hebben om tekstberichten te maken, te personaliseren, te bekijken en naar het mobiele apparaat van klanten te sturen. Vrijwel alle mogelijkheden die voor e-mail-, in-app- en pushberichten beschikbaar zijn, zijn ook voor sms- en mms-berichten beschikbaar.

Vanuit één tool batchgewijze en real-time berichten maken

Marketeers kunnen met Journey Optimizer sms- en mms-berichten maken en versturen voor zowel op doelgroepen gebaseerde, batchgewijze campagnes als real-time één-op-één-klantinteracties – allemaal vanuit één tool. Marketeers kunnen een sms-actie aan een traject of campagne toevoegen en vervolgens in een visuele editor de content van het bericht samenstellen.

Berichten kunnen gepersonaliseerde content bevatten, zoals voornaam, locatie en aankopen, maar ook dynamische content die op basis van voorwaarden wordt aangepast, zodat het bericht bijvoorbeeld in de voorkeurstaal van de ontvanger wordt verstuurd. Door de mms-optie in de visuele editor in te schakelen, kunnen video's, afbeeldingen, audioclips en andere media in berichten worden opgenomen. Bovendien kunnen marketeers de testmodus gebruiken om te controleren of een bericht op de bedoelde manier wordt afgeleverd en weergegeven.



In de testmodus kunnen marketeers controleren of een sms-bericht op de juiste manier wordt verzonden en of de content ervan goed wordt weergegeven.

Toestemmingsbeheer

Om klanten op het juiste moment via sms en mms te bereiken, moet worden voldaan aan de standaarden en regelgeving voor toestemmingsbeheer, wat onder andere inhoudt dat klanten zich eenvoudig moeten kunnen afmelden. Journey Optimizer ondersteunt standaard inkomende zoekwoorden en antwoorden voor opt-in, opt-out en hulp. Bij gebruik van deze trefwoorden wordt een standaardantwoord van serviceproviders verzonden. Voor niet-herkende zoekwoorden kunnen marketeers een standaardantwoord instellen.

Merken kunnen ook aangepaste trefwoorden opgeven, zoals "app", "coupon" of "start", die worden vastgelegd en als kenmerken in klantprofielen worden opgeslagen. Deze kenmerken kunnen dan aangepaste reacties of acties in gang zetten. Er kan bijvoorbeeld een e-mail worden verzonden of een koppeling worden verstuurd om een app te downloaden.

Flexibele serviceproviders

Journey Optimizer levert sms- en mms-berichten via native integraties met sms- en mms-serviceproviders Sinch, Twilio en Infobip. Voor merken die liever een andere serviceprovider gebruiken om hun berichten af te leveren, kan in Journey Optimizer binnenkort ook een alternatieve sms-provider worden geconfigureerd, waarbij tevens alle authoring-, voorvertonings-, afleverings- en rapportageopties zijn ingeschakeld.

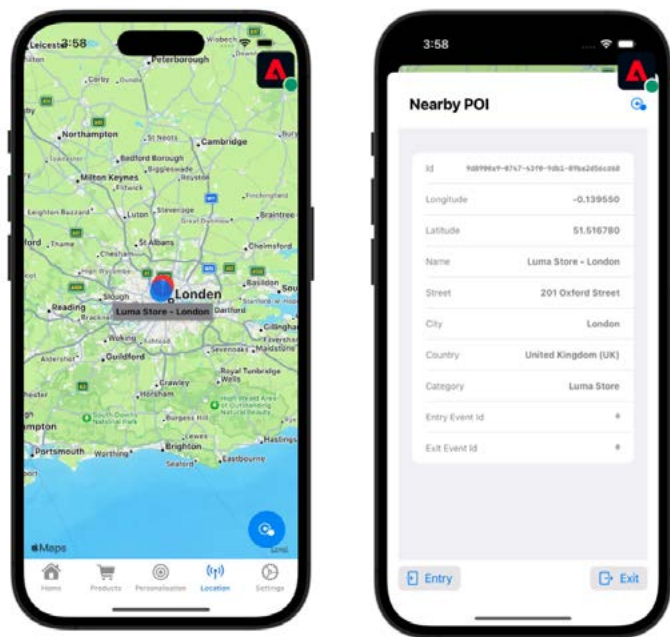
Gebruik de geolocatie om gebruikers op het juiste moment te bereiken.

Journey Optimizer maakt gebruik van de Places Service van Adobe Experience Platform om mobiele appgebruikers op het juiste moment op basis van hun locatie aan te spreken. De klantlocatie is een van de waardevolste triggers voor het targeten van klanten die onderweg zijn.

De Places Service geeft de mobiele app van een merk inzicht in de locatie, zodat het de locatiecontext van de gebruiker kan begrijpen. Omdat de service eenvoudig te gebruiken SDK-interfaces biedt, kunnen ontwikkelaars de appcode en ontwikkeltijd die nodig is om de locatie van een apparaat te volgen, stroomlijnen en beperken. De Places Service biedt ook een flexibele database voor het beheer van Points of Interest (POI's) voor hun merk, zoals retaillocaties, hotels, locaties van sportevenementen en geofences. Geofences zijn virtuele grenzen die door lengte- en breedtecoördinaten worden aangegeven.

Mobiele professionals kunnen de Places Service gebruiken om POI's voor hun merk te maken en vervolgens regels, voorwaarden en acties voor locatietriggers in Journey Optimizer definiëren om op het juiste moment berichten te versturen wanneer een appgebruiker de grenzen van een POI passeert. Er kan bijvoorbeeld een pushmelding worden verstuurd om een bezoeker van een drogisterij te attenderen op korting op cosmetica wanneer die persoon de geofence binnengaat die voor de drogisterij is gedefinieerd. Professionals kunnen zelfs de gebruikerservaring van de app simuleren om te controleren of de ervaring goed is opgezet.

Daarnaast biedt de Places Service een wereldkaart om POI's in een ruimtelijke context te visualiseren en beter te begrijpen. Mobiele professionals kunnen ook metadata bijwerken die aan POI's is gekoppeld, compleet met kenmerken zoals naam, adres en categorie. Andere zelf gedefinieerde metadatatags kunnen worden bewerkt en gebruikt om mobiele appgebruikers te targeten met mobiele ervaringen en berichten die op hun locatie zijn gebaseerd.



Mobiele professionals kunnen met de Places Service Points of Interest (POI's) voor hun merk instellen en vervolgens het betreden en verlaten van een gedefinieerde geofence voor een POI simuleren om te controleren of het werkt zoals ze hadden bedoeld.

Over Adobe Journey Optimizer.

Met Adobe Journey Optimizer, dat op het toonaangevende Adobe Experience Platform is ontwikkeld, kunnen merken in één cloud-native applicatie geplande omnichannel campagnes en één-op-één-momenten voor miljoenen klanten beheren en zo het volledige klanttraject met behulp van intelligente besluitvorming en inzichten optimaliseren.

Lees meer over hoe Adobe Journey Optimizer merken kan helpen om hun mobiele interacties kracht bij te zetten.

[Meer informatie](#)

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a white, bold, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

© 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.