

DESTAKE DE FUNCIONALIDADE

Adobe Journey Optimizer: perfis de clientes e públicos em tempo real.

Proporcione jornadas personalizadas com insights unificados de clientes.

Crie jornadas completas e em tempo real de clientes usando perfis unificados de clientes, segmentação dinâmica e governança e privacidade corporativas de dados.

Com o Adobe Journey Optimizer, as marcas podem coordenar campanhas de marketing e gerenciar jornadas de clientes personalizadas e inteligentes, enviando mensagens relevantes que engajam consumidores em qualquer ponto da jornada. O Journey Optimizer permite essa centralidade em cada cliente com quatro principais recursos de público:



Perfil de cliente em tempo real. Um panorama completo de clientes criado usando uma combinação de atributos e eventos de fontes online, offline e pseudonímicas em perfis de clientes unificados e prontos para engajamento.



Públicos-alvo e segmentação. Uma tela com recursos de arrastar e soltar para criar, gerenciar e ativar públicos com facilidade em jornadas e campanhas de clientes.



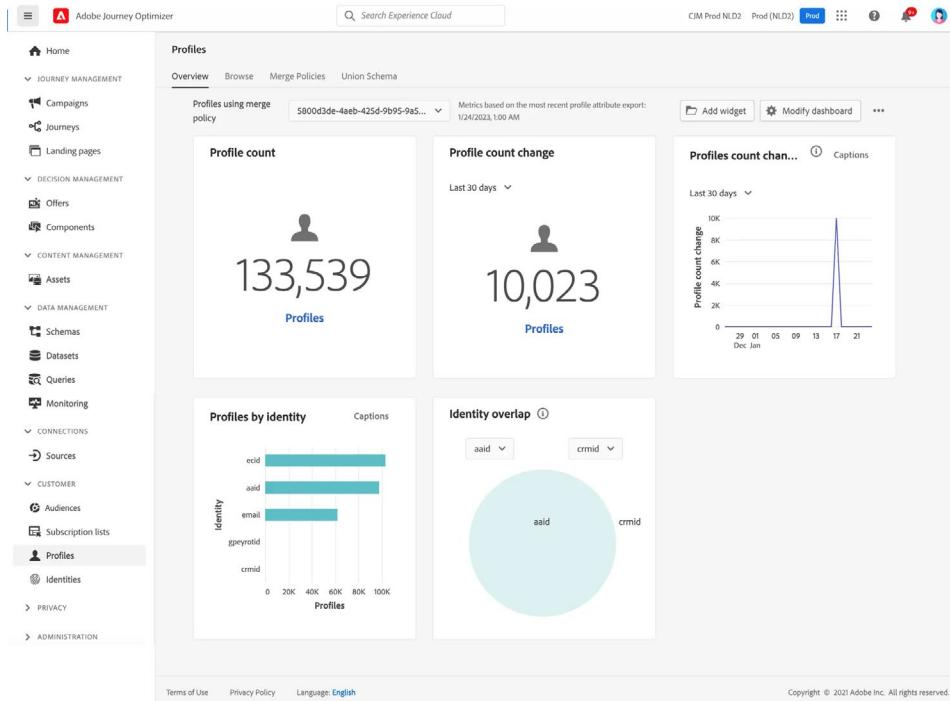
Aprimoramento de público-alvo. Aprimore públicos usando atributos de terceiros. Crie públicos usando conjuntos de dados armazenados em data warehouses corporativos sem copiar dados subjacentes.



Governança de dados e privacidade. Ferramentas de privacidade e governança corporativas de dados para gerenciar de maneira centralizada os dados de clientes em todas as áreas da empresa, garantindo que as expectativas de cada cliente sejam atendidas, protegendo suas informações e garantindo o cumprimento das políticas de privacidade.

Unir todos os dados em perfis de clientes unificados e em tempo real.

A clientela se conecta com as marcas ao longo de sua jornada, utilizando diferentes pontos de contato e dispositivos. Cada cliente participa de campanhas de marketing à medida que passa pelos estágios de conscientização, engajamento, compra, retenção e fidelidade. Além disso, interage com as marcas em contextos além do marketing, como receber suporte por meio de chamadas ao serviço de atendimento e receber atualizações sobre o status dos envios por mensagens de texto enviadas para o smartphone.



Um painel de perfis fornece informações detalhadas sobre os dados de perfil de uma marca, incluindo a quantidade de perfis, alterações na contagem e dados adicionais relevantes.

Com o Journey Optimizer, as marcas podem integrar essas interações, além de outros dados relevantes, para criar perfis de clientes em tempo real, oferecendo uma visão completa de cada consumidor. As marcas podem utilizar esses perfis para oferecer experiências personalizadas, contextuais e em tempo real. Por exemplo, uma companhia aérea pode enviar uma notificação por push oferecendo um upgrade para a primeira classe a alguém que comprou um assento na classe executiva, assim que a pessoa se aproxima do portão de embarque. Essas ofertas altamente direcionadas e personalizadas são muito mais eficazes do que o envio de emails genéricos com uma oferta de upgrade para todos os passageiros.

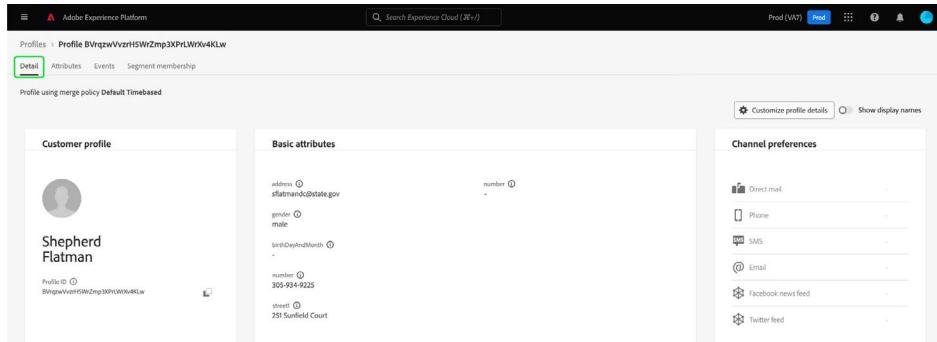
Aprimorar os perfis de clientes com dados em tempo real ou em lote.

Para proporcionar as melhores experiências a clientes em todos os pontos de contato e a qualquer momento, as marcas precisam de perfis de clientes em tempo real, enriquecidos com dados ao longo de todo o ciclo de vida de cada cliente. Isso requer a capacidade de integrar dados de diversas fontes relevantes, tanto em tempo real quanto em lotes.

O Journey Optimizer atende a essas necessidades. Por ser desenvolvido nativamente na Adobe Experience Platform, o Journey Optimizer pode utilizar conectores de origem predefinidos, permitindo que as marcas se conectem facilmente a diversas fontes de dados. Isso possibilita a ingestão de uma variedade de dados, como comportamentais, transacionais, financeiros e operacionais. Além disso, ele pode integrar esses dados em múltiplos pontos de contato e combiná-los em um único perfil de cliente centralizado, que é constantemente atualizado.

Criar uma identidade única de cliente usando fontes de dados essenciais.

As marcas podem combinar os dados provenientes de diversas fontes utilizando as identidades de clientes presentes nesses conjuntos de dados. Por exemplo, isso pode envolver uma ID de fidelidade de um programa de recompensas ou uma ID de cliente de um sistema de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM).

A screenshot of the Adobe Experience Platform interface. The top navigation bar includes the Adobe logo, 'Adobe Experience Platform', a search bar 'Search Experience Cloud (Alt + F)', and a 'Prod (VAT)' button. The main content area is titled 'Profiles - Profile BVRqzwVvzrt5WrZmp3XPrLWrXw4KLw'. On the left, a 'Customer profile' section shows a placeholder image for 'Shepherd Flatman' and a 'Profile ID' link. In the center, 'Basic attributes' include address (sflatman@do.state.gov), gender (male), birthplace (United States), name (369-934-9225), and street (251 Sunfield Court). On the right, 'Channel preferences' list 'Direct mail', 'Phone', 'SMS', 'Email', 'Facebook news feed', and 'Twitter feed'.

O perfil de cliente em tempo real captura informações de todas as fontes de dados essenciais de uma marca.

O Adobe Journey Optimizer reúne todos os dados adquiridos por uma marca em uma visão única e completa de 360 graus de cada cliente. O gráfico de identidade do perfil de cliente em tempo real mapeia as conexões entre as diferentes identidades de cada cliente dentro dos conjuntos de dados de uma marca, exibindo como a pessoa interage com a marca nos diversos canais.

O Adobe Journey Optimizer reúne todos os dados adquiridos por uma marca em uma visão única e completa de 360 graus de cada cliente.

Potencializar relatórios e análises incorporando dados de engajamento de clientes.

As marcas podem utilizar perfis de clientes em tempo real do Journey Optimizer não apenas para gerenciar a jornada de clientes, mas também para integrá-los com os principais provedores de armazenamento em nuvem, como Amazon Web Services, Microsoft Azure e Google Cloud. Isso possibilita o uso desses dados em sistemas de terceiros para relatórios, arquivamento de dados ou análises avançadas com ferramentas de business intelligence ou análise de dados.

Criar, gerenciar e enriquecer públicos de maneira simples e eficiente.

Perfis de clientes em tempo real são fundamentais para que as marcas possam oferecer experiências altamente personalizadas, nos momentos mais oportunos e relevantes para consumidores. Também permitem uma segmentação poderosa que as marcas podem usar em um alcance de marketing mais amplo para públicos.

Com sua capacidade de conectar a identidade de cada cliente em diferentes conjuntos de dados por meio do gráfico de identidade, o Journey Optimizer permite que as marcas deixem de segmentar apenas grupos de público e passem a se comunicar diretamente com a pessoa. À medida que os dados em tempo real são transmitidos ou carregados em lote, os conjuntos de dados são atualizados, e o Journey Optimizer move dinamicamente as pessoas dentro e fora dos públicos e jornadas em tempo real.

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface for creating an audience. It includes sections for Fields (Attributes, Events, Audiences), Attributes (with a search bar and a 'Birth year' filter for 'is greater than 2012'), Events (with a 'This year' filter and a 'Any 1 Rule' icon), and Event Rules (with a 'Ticket Purchase ID' filter for 'equals'). The Audience properties panel on the right shows 0 qualified profiles out of 5.8K total profiles, with a 0% completion rate. A red box highlights the 'Evaluation method' dropdown set to 'Batch', with an arrow pointing to the 'Batch' option in the list. Other options shown are 'Streaming' and 'Edge'.

Para atender a diferentes casos de uso da marca, o Journey Optimizer oferece três métodos distintos para avaliar as definições de segmento e criar públicos: transmissão, lote e borda.

Quando combinado com a [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#), o Journey Optimizer também possibilita que as marcas criem segmentações mais complexas e compartilhem públicos de maneira bidirecional com outras soluções da Adobe Experience Platform.

Gerenciar e descobrir públicos valiosos.

O Journey Optimizer facilita o gerenciamento, a descoberta e o conhecimento detalhado de públicos pelas marcas, oferecendo rotulagem padronizada, controles de governança, pastas pesquisáveis e tags.

A rotulagem padronizada permite que as marcas classifiquem os públicos de acordo com as respectivas políticas de governança e controle de acesso. Por exemplo, um rótulo pode ser utilizado para impedir que uma marca segmente membros específicos de um público com anúncios em seu site.

Além disso, as marcas podem adicionar tags relevantes aos públicos no Journey Optimizer, que podem ser usadas posteriormente para facilitar a filtragem e pesquisa. As tags são aplicadas para organizar os públicos em pastas relevantes e pesquisáveis, criar ofertas personalizadas e experiências, além de definir regras para decisões de experiência.

A marcação de públicos facilita a organização, localização e utilização desses públicos para personalização e tomada de decisões inteligentes.

Os controles de governança ajudam as marcas a seguir as políticas e ações de marketing permitidas para os públicos específicos. Por exemplo, esses controles podem usar os rótulos para garantir que a marca esteja autorizada a atingir determinado público com uma campanha ou incluí-los em uma jornada.

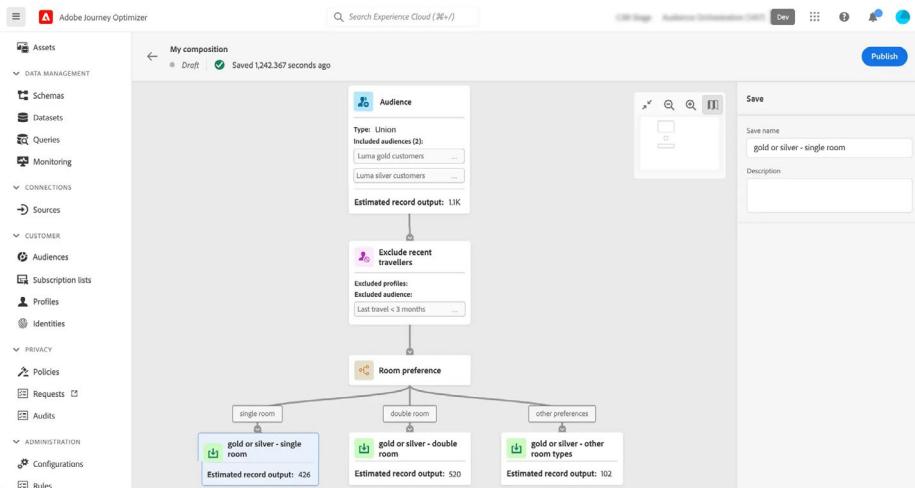
Um painel no Journey Optimizer exibe sobreposições entre públicos importantes, permitindo que as marcas analisem tendências de público. Visualizar os atributos de perfil em que os públicos se sobreponem auxilia profissionais de marketing a ajustar suas estratégias para atender melhor a tais clientes.

Tendências, como alterações no tamanho do público ou aumentos inesperados, podem revelar eventos ou ações que causaram o crescimento ou a diminuição de um público, como o sucesso de uma oferta.

Observar a sobreposição entre públicos e identificar tendências do público podem orientar estratégias de marketing.

Compor ainda mais públicos com junção, exclusão, enriquecimento, classificação e divisão.

O Journey Optimizer oferece uma interface visual que permite a profissionais de marketing selecionar os públicos que serão incluídos em jornadas e campanhas personalizadas para clientes. Como os perfis são atualizados em tempo real, esses públicos podem ser atualizados dinamicamente, determinando se os indivíduos são adequados para uma jornada ou campanha específica.



Profissionais de marketing podem refinar um público utilizando opções como junção, exclusão, classificação e divisão.

Ao criar um público, profissionais de marketing podem utilizar o fluxo de trabalho em cascata compartilhado entre o Journey Optimizer e a Real-Time CDP para combinar públicos existentes e aplicar ações como classificação, limitação, divisão e junção. Com os públicos combinados, é possível incluir ou excluir todos os perfis dos públicos ou apenas os que estão na sobreposição de público.

A classificação permite que profissionais de marketing priorizem os públicos, facilitando a personalização das comunicações para focar mais as necessidades e interesses dos públicos de maior prioridade. Definir limites sobre a quantidade de vezes que uma marca pode se comunicar com um público específico ajuda a evitar a fadiga de marketing entre seus membros. Além disso, profissionais de marketing podem personalizar as comunicações segmentando os públicos com base em atributos específicos. Por exemplo, um varejista pode dividir os públicos por região e, em seguida, incluir imagens, textos e ofertas direcionadas àquela região nas comunicações.

Usando o fluxo de trabalho de composição em cascata, profissionais de marketing podem combinar públicos existentes e aplicar ações como classificação, limitação, divisão e junção.

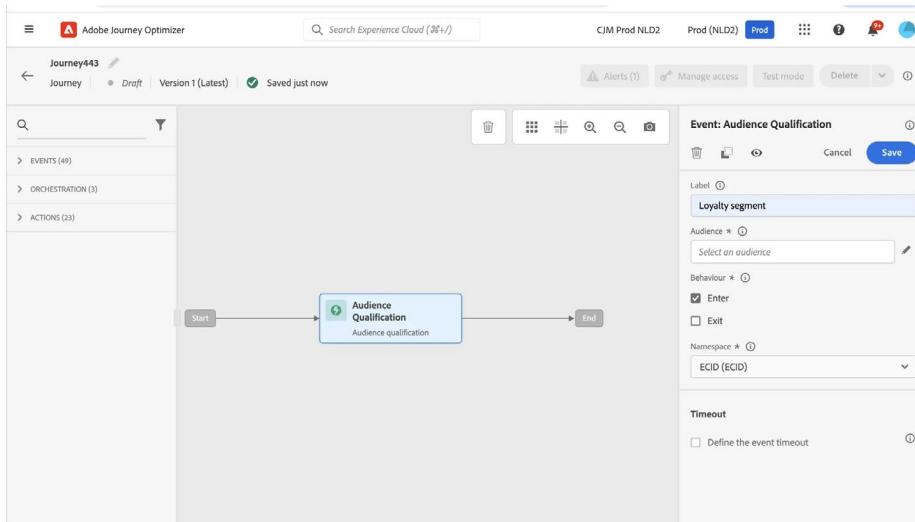
Aprofundar a personalização enriquecendo públicos.

Embora seja possível usar os recursos de composição de público no Journey Optimizer para criar públicos altamente segmentados e valiosos, você pode aprimorar ainda mais esses públicos para uma personalização mais profunda, utilizando dados do seu data warehouse empresarial e de parceiros confiáveis. O recurso Composição de Público-alvo Federada, disponível no Journey Optimizer e na Real-Time CDP, permite consultar um data warehouse em busca de dados ou atributos de perfil, sem precisar mover dados confidenciais, evitando também a duplicação de informações. Isso pode incluir tanto dados relacionados a perfil quanto dados não relacionados a perfil. Por exemplo, uma rede de restaurantes de serviço rápido pode enriquecer os perfis de clientes que recentemente fizeram pedidos online, incluindo informações sobre seus locais favoritos, permitindo que o restaurante envie ofertas personalizadas para esses locais específicos.

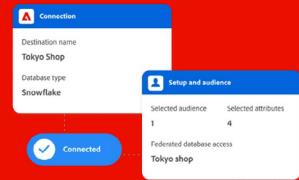
Ativar públicos em jornadas e campanhas.

Após profissionais de marketing definirem seus públicos valiosos, será possível incorporá-los aos fluxos de trabalho da jornada de cliente e direcioná-los em campanhas de marketing. Com o Journey Canvas no Journey Optimizer, profissionais de marketing conseguem configurar a entrada de um público como um evento qualificador, acionando a jornada de cliente no momento e no canal mais adequados. Por exemplo, quando uma universidade aceita um candidato como calouro, isso pode acionar uma jornada de "novo aluno", enviando emails e mensagens de texto SMS para orientar o estudante na escolha de moradia, opções de refeitório e matrícula nas aulas.

No Journey Optimizer, profissionais de marketing também podem definir públicos para receber comunicações tradicionais de campanhas de marketing programadas, como um boletim informativo mensal. Além disso, quando alguém entra em um público realizando uma ação, como baixar um aplicativo, isso pode acionar uma comunicação por push exclusiva, que todos os novos usuários do aplicativo recebem para auxiliar no início da experiência.



A qualificação de público pode acionar o início de uma jornada de cliente ou gerar uma comunicação por push exclusiva.



Composição de Público-alvo Federada

Enriqueça públicos-alvo com perfis federados de parceiros para permitir que profissionais de marketing combinem casos de uso em tempo real e em lote.

• Integração de dados.

Aumente a flexibilidade e a eficiência consultando públicos e conjuntos de dados predefinidos relevantes no seu data warehouse empresarial e com parceiros.

• Processos de marketing aprimorados.

Tenha mais suporte para casos de uso de segmentação, direcionamento e ativação com fluxos de trabalho facilitados e adaptáveis.

• Gerenciamento eficiente de dados.

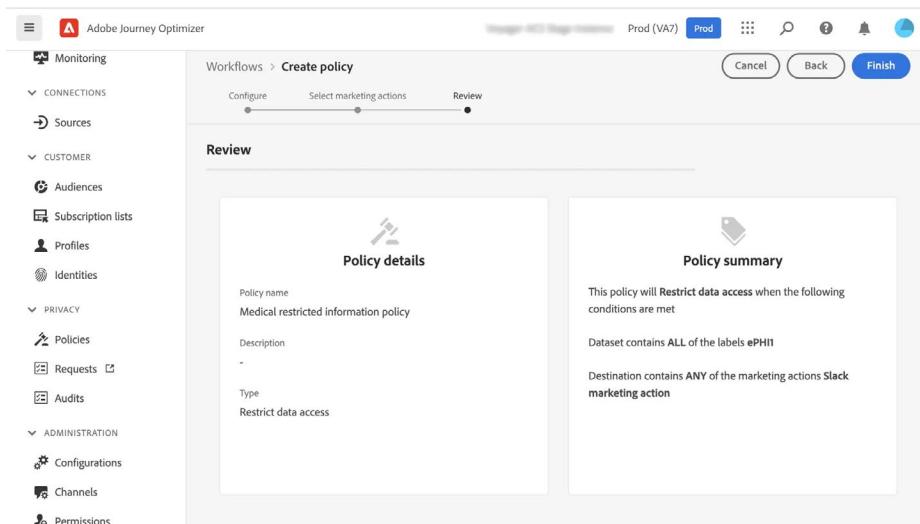
Minimize a duplicação de dados, controle o uso de informações confidenciais e otimize os investimentos em TI para complementar os casos de uso entre canais em tempo real na Adobe Experience Platform.

Respeitar e proteger a clientela com governança de dados e privacidade.

Atender às expectativas e preferências de cada cliente em relação à comunicação, privacidade e proteção de dados é crucial para estabelecer confiança na marca e evitar a fadiga de marketing. O Journey Optimizer oferece ferramentas como gerenciamento de consentimento, rotulagem de dados patenteada, criação de políticas e aplicação do uso de dados para ajudar as marcas a garantir que suas operações de dados estejam em conformidade com as políticas de privacidade em constante mudança e para atender às expectativas de clientes.

Rótulos padronizados ou personalizados aplicados a públicos e dados permitem que as marcas criem, gerenciem e implementem políticas de uso de dados. As marcas também podem criar ofertas, organizá-las em um catálogo centralizado e definir atributos e restrições que determinam quais clientes terão acesso a ofertas específicas. Além disso, o Journey Optimizer disponibiliza modelos prontos para políticas de uso de dados e públicos, oferecendo uma base para que as marcas personalizem conforme as necessidades específicas.

Políticas claras aplicadas diretamente no Journey Optimizer evitam que dados ou públicos confidenciais sejam ativados de maneira inadequada, seja de modo acidental ou intencional. Alertas de uso no produto avisam as equipes sobre tentativas de violação de políticas, permitindo que as marcas tomem as medidas apropriadas.



As políticas no Journey Optimizer ajudam a fortalecer a confiança, respeitando as preferências regulatórias, de políticas internas e de privacidade de clientes.

Respeitar o consentimento de clientes e suas preferências de privacidade de dados ajuda a construir confiança, o que pode se tornar um diferencial importante para a marca. Para apoiar as marcas na construção dessa confiança, o Journey Optimizer inclui serviços de privacidade e gerenciamento de consentimento, que podem ser acessados por meio de uma API ou de uma interface fácil de usar para profissionais de marketing.

O Adobe Journey Optimizer oferece ferramentas como gerenciamento de consentimento, rotulagem de dados patenteada, criação de políticas e aplicação de uso de dados para garantir a conformidade com as expectativas de clientes e as políticas de privacidade em constante evolução.

Sobre o Adobe Journey Optimizer.

Criado nativamente na Adobe Experience Platform, líder do setor, o Adobe Journey Optimizer permite que as marcas gerenciem campanhas omnicanais programadas e momentos individuais para milhões de clientes em um único aplicativo nativo da nuvem, otimizando toda a jornada de cliente com decisões e insights inteligentes.

Descubra as jornadas que você pode criar e clientes que pode encantar com o Adobe Journey Optimizer.

[Saiba mais](#)

Adobe

© 2025 Adobe. Todos os direitos reservados.

Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou outros países.