

FUNCIONES DESTACADAS

Adobe Journey Optimizer: segmentos de público y perfiles de cliente en tiempo real

Ofrece recorridos personalizados con datos de cliente unificados.

Crea recorridos de cliente completos en tiempo real con perfiles unificados, segmentación dinámica y gobernanza y privacidad de datos empresariales integradas.

Gracias a Adobe Journey Optimizer, las marcas pueden orquestar campañas de marketing y gestionar recorridos de cliente completos, individualizados e inteligentes con mensajes relevantes que atraigan a la clientela sin importar en qué punto de su recorrido se encuentre. Journey Optimizer admite este enfoque en cada cliente mediante cuatro funciones clave para el público:



Perfil de cliente en tiempo real. Una perspectiva completa de la clientela que resulta de la agrupación de eventos y atributos de cliente procedentes de fuentes digitales, físicas y seudónimas en perfiles unificados y listos para interactuar.



Público y segmentación. Un lienzo con función de arrastrar y soltar para crear, gestionar y activar segmentos de público en recorridos y campañas sin esfuerzo.



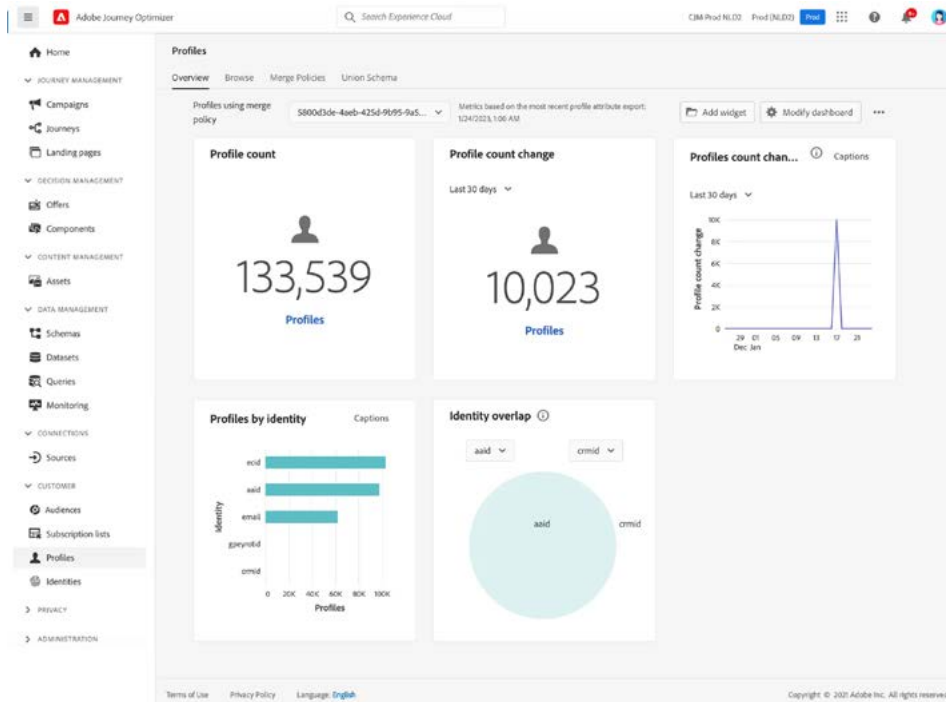
Enriquecimiento de segmentos de público. Crea segmentos de público a partir de conjuntos de datos guardados en data warehouses empresariales sin copiar información subyacente, y enriquece los empleando atributos de terceros.



Gobernanza y privacidad de datos. Herramientas empresariales de privacidad y gobernanza de datos para gestionar la información de cliente de forma centralizada en todas las líneas de negocio con el fin de proteger a la clientela, respetar sus expectativas y mantener el cumplimiento de las políticas de privacidad.

Fusiona todos los datos en perfiles de cliente unificados en tiempo real

La clientela interactúa con las marcas a lo largo de su recorrido desde una serie de puntos de contacto y dispositivos. Participa en campañas de marketing a medida que los equipos la conducen a través de las etapas de descubrimiento, interacción, compra, retención y fidelización. Sin embargo, también conecta con las marcas en ámbitos ajenos al marketing cuando, por ejemplo, obtiene ayuda a través de llamadas al servicio de atención al cliente o recibe mensajes en su móvil con actualizaciones sobre el envío de productos.



Un panel de perfiles muestra información exhaustiva sobre los datos de perfiles de una marca y puede incluir el número de perfiles, cambios en su recuento y otros detalles.

Gracias a Journey Optimizer, las marcas pueden usar todas esas interacciones en combinación con datos de otras fuentes relevantes para crear perfiles de cliente en tiempo real, lo que les proporciona una perspectiva integral de cada cliente. Además, pueden usar estos perfiles para interactuar con clientes con experiencias personalizadas, contextualizadas y en tiempo real. Por ejemplo, una aerolínea puede enviar un mensaje push con una oferta para cambiarse a un asiento en primera clase a una persona que ha comprado uno en clase Business a medida que esta se acerca al aeropuerto. Estas ofertas con un gran nivel de segmentación y personalización son mucho más eficaces que los correos electrónicos genéricos que se envían a todo el mundo.

Mejora los perfiles de cliente con datos por lotes o en tiempo real

Para ofrecer a sus clientes las mejores experiencias posibles en cualquier punto de contacto y momento, las marcas necesitan perfiles de cliente en tiempo real mejorados con datos procedentes de todo su ciclo de vida. Esto significa que deben ser capaces de ingerir datos de todas las fuentes importantes, tanto si se transfieren en tiempo real como si se cargan por lotes.

Journey Optimizer satisface estas necesidades. Como está integrado de forma nativa en Adobe Experience Platform, puede aprovechar los conectores de fuentes prediseñados que permiten a las marcas vincular fuentes para ingerir una serie de tipos de datos, incluidos los transaccionales, financieros, operativos y de comportamiento. Además, es capaz de hacerlo a través de varios puntos de contacto y combinar todos esos datos en un solo perfil de cliente centralizado y constantemente actualizado.

Crea una única identidad de cliente a partir de fuentes de datos importantes

Las marcas pueden unificar datos que ingieren de distintas fuentes utilizando las identidades de cliente que incluyen esos conjuntos, por ejemplo, una ID de fidelidad de un sistema de lealtad de clientes o una ID de cliente de un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM).



El perfil de cliente en tiempo real recopila datos de cliente de todas las fuentes de datos importantes de una marca.

Adobe Journey Optimizer integra todos los datos que ingiere una marca en una única vista de 360 grados de cada cliente. El gráfico de identidades del perfil de cliente en tiempo real elabora un mapa con las relaciones entre las distintas identidades de cada cliente en los conjuntos de datos de una marca y muestra cómo interactúa con ella esa persona en diferentes canales.

Adobe Journey Optimizer integra todos los datos que ingiere una marca en una única vista de 360 grados de cada cliente.

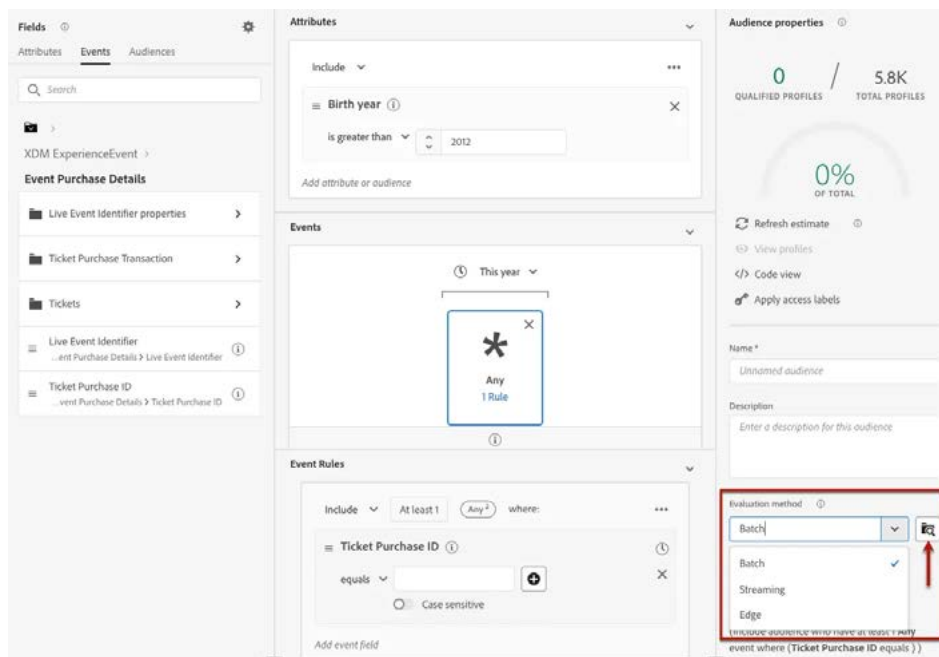
Potencia los informes y análisis con datos de interacciones con clientes

Las marcas no solo pueden usar los perfiles de cliente en tiempo real de Journey Optimizer para gestionar su recorrido, sino que también pueden compartirlos con los principales proveedores de almacenamiento en la nube, como Amazon Web Services, Microsoft Azure y Google Cloud. De este modo, pueden usarse en sistemas de terceros para crear informes, archivar datos o realizar análisis más exhaustivos con herramientas de análisis de datos o inteligencia empresarial.

Crea, gestiona y enriquece segmentos de público sin esfuerzo

Los perfiles de cliente en tiempo real resultan fundamentales para que una marca pueda ofrecer experiencias hiperpersonalizadas en el mejor momento posible. También permiten una potente segmentación que las marcas pueden aprovechar en campañas de marketing dirigidas a un público más amplio.

Gracias a esta capacidad de conectar la identidad de cada cliente en distintos conjuntos de datos con el gráfico de identidades, Journey Optimizer permite a las marcas dirigirse a personas individuales en lugar de segmentos de público. A medida que los datos en tiempo real se transfieren o se cargan por lotes, los conjuntos de datos se actualizan y Journey Optimizer incluye o excluye dinámicamente a personas de los segmentos de público y recorridos en tiempo real.



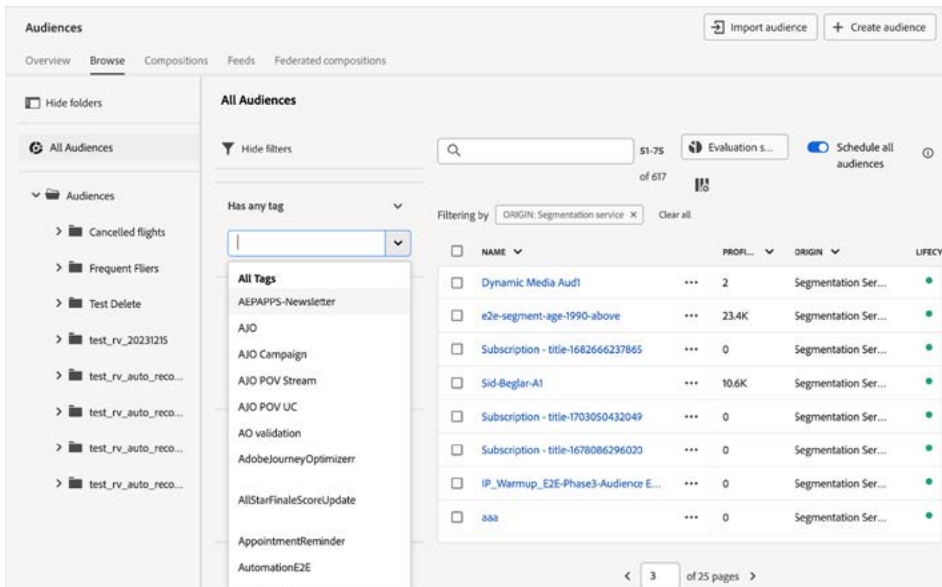
Para respaldar los distintos casos de uso de las marcas, Journey Optimizer ofrece tres métodos diferentes para evaluar las definiciones de segmentos de cara a crear públicos: transmisión, lotes y perímetros.

Si se combina con [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#), Journey Optimizer también permite a las marcas incorporar públicos para realizar una segmentación más compleja y compartirlas de forma bidireccional con otras soluciones de Adobe Experience Platform.

Gestiona y explora segmentos de público valiosos

Journey Optimizer permite a las marcas gestionar, encontrar y explorar fácilmente segmentos de público con etiquetado estandarizado, controles de gobernanza, carpetas con función de búsqueda y etiquetas.

Las etiquetas estandarizadas permiten a las marcas categorizar segmentos de público de acuerdo con sus políticas de control de acceso y gobernanza. Por ejemplo, se puede usar una etiqueta para impedir que una marca muestre anuncios en el sitio a miembros específicos del público.



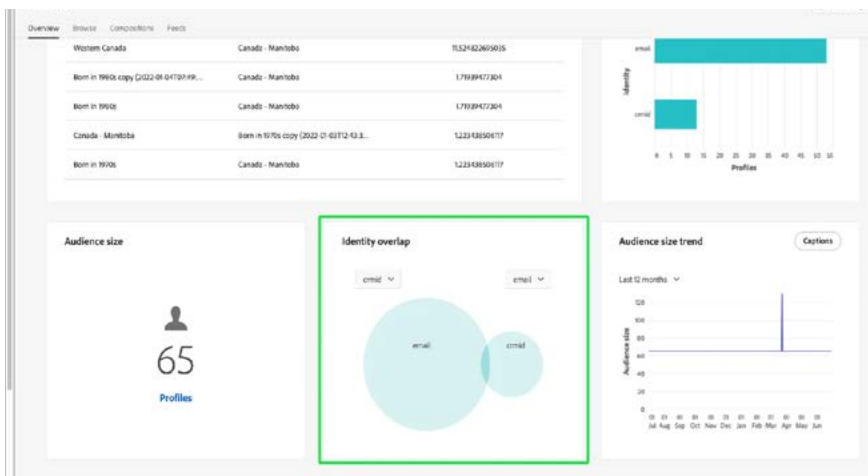
El etiquetado de público facilita la búsqueda y organización de segmentos, así como su uso para personalizar y tomar decisiones inteligentes.

Las marcas también pueden añadir etiquetas significativas a segmentos de público en Journey Optimizer y usarlas más adelante para filtrar y buscar fácilmente. Las etiquetas sirven para organizar los distintos segmentos en carpetas relevantes con función de búsqueda, crear experiencias y ofertas personalizadas y definir reglas de decisión sobre experiencias.

Los controles de gobernanza de público ayudan a las marcas a cumplir las políticas y acciones de marketing permitidas para esos segmentos. Por ejemplo, los controles de gobernanza pueden consultar a etiquetas de público para verificar que la marca pueda dirigirse a un segmento concreto con una campaña o incluirlo en un recorrido.

Un panel de Journey Optimizer muestra el solapamiento de segmentos importantes de público y ayuda a las marcas a explorar las tendencias de estos. Al consultar los atributos de perfiles en los que se solapa el público, los equipos de marketing pueden adaptar las estrategias a esa clientela.

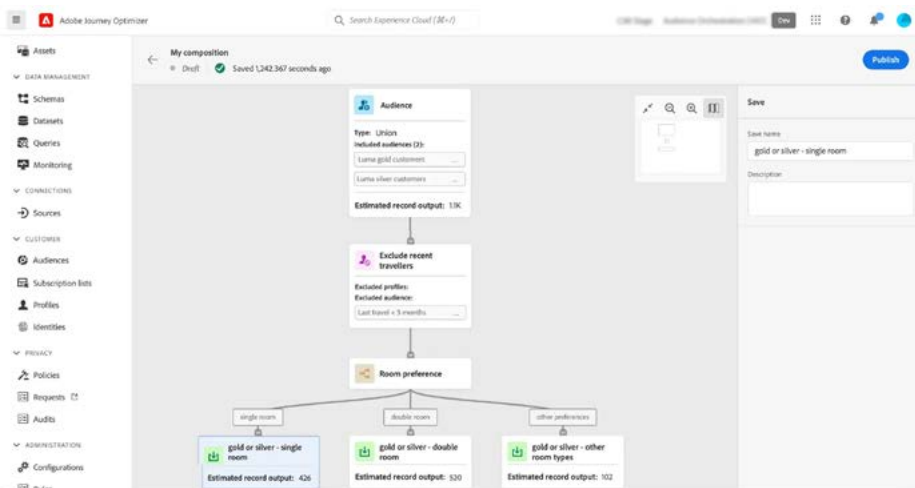
Las tendencias, como los cambios en el tamaño del público o los picos repentinos, pueden apuntar a los eventos o acciones que han provocado el aumento o la disminución del público, como una oferta exitosa.



Observar el solapamiento de público y otras tendencias sobre él puede ofrecer información útil para las estrategias de marketing.

Mejora la composición de público con las funciones de unión, exclusión, enriquecimiento, clasificación y división

Journey Optimizer ofrece un lienzo visual para que los equipos de marketing decidan qué segmentos de público incluir en las campañas y recorridos de cliente personalizados. Como los perfiles se actualizan en tiempo real, estos segmentos también lo hacen de forma dinámica y determinan si sus integrantes reúnen los requisitos de un recorrido o campaña específicos.



Los equipos de marketing pueden usar el flujo de trabajo de composición en cascada para combinar segmentos existentes y aplicar acciones como clasificar, limitar, dividir y unir.

Los equipos de marketing pueden ajustar un segmento de público con las funciones de unión, exclusión, clasificación y división.

A la hora de componer segmentos de público, los equipos de marketing pueden usar el flujo de trabajo de composición en cascada que Journey Optimizer comparte con Real-Time CDP para combinar segmentos existentes y aplicar acciones como clasificar, limitar, dividir y unir. Con el público combinado, el personal de marketing puede incluir o excluir todos los perfiles o solo los que estén solapados.

La clasificación ayuda al personal de marketing a priorizar segmentos de público para que las comunicaciones se centren más en los intereses y retos de los públicos de mayor importancia. Limitar las veces que una marca envía comunicaciones a un público específico contribuye a evitar la fatiga comercial en sus integrantes. Los equipos de marketing también pueden adaptar sus comunicaciones dividiendo segmentos de público en función de atributos. Por ejemplo, un comercio del sector minorista puede dividir a su público por regiones e incluir imágenes, textos y ofertas para cada una en sus comunicaciones.

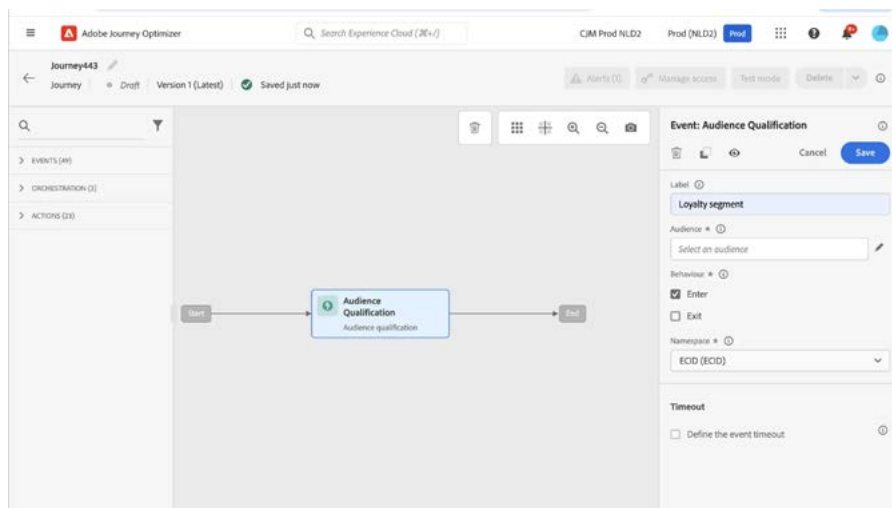
Aumenta la personalización enriqueciendo segmentos de público

Si bien puedes usar las funciones de composición de público de Journey Optimizer para crear públicos valiosos y muy específicos para segmentarlos, puedes enriquecerlos aún más y aumentar la personalización con datos de tus partners de confianza y tu data warehouse empresarial. La función Composición de público federado, disponible tanto en Journey Optimizer como en Real-Time CDP, consulta data warehouses en busca de atributos de perfiles o información para usarlos en la composición de público. De este modo, se evita la duplicación de datos, mientras que la información confidencial no sale del warehouse. Esto se aplica a datos basados en perfiles y en otros elementos. Por ejemplo, una cadena de restaurantes de servicio rápido puede enriquecer los perfiles de clientes que han hecho pedidos en línea recientemente con sus ubicaciones preferidas, lo que le permite enviar ofertas específicas a esas ubicaciones.

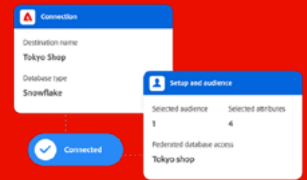
Activa segmentos de público en recorridos y campañas

Cuando los equipos de marketing hayan definido sus segmentos de público más valiosos, pueden incluirlos en los flujos de trabajo de recorridos de cliente y dirigirse a ellos en las campañas de marketing. Gracias al lienzo de recorridos de Journey Analytics, el personal de marketing puede definir el acceso a un segmento de público como evento de cualificación para activar un recorrido de cliente en el momento y canal adecuados. Por ejemplo, cuando una universidad acepta a una persona que ha solicitado una plaza, se puede activar un recorrido de "nuevo/a estudiante" con correos electrónicos y mensajes SMS que ayuden a esa persona a elegir alojamiento, opciones de comedor y clases.

En Journey Optimizer, los equipos de marketing también pueden especificar qué segmentos de público deben recibir comunicaciones de campañas de marketing programadas tradicionales, como boletines informativos mensuales. Además, cuando alguien se incorpore a un segmento mediante una acción como la descarga de una aplicación, se puede desencadenar el envío de una comunicación push única a todas las personas usuarias nuevas de la aplicación para ayudarlas a empezar.



La calificación de público puede desencadenar el comienzo de un recorrido de cliente o una notificación push única.



Composición de público federado

Mejora los segmentos de público con perfiles federados de partners para permitir a los equipos de marketing combinar casos de uso en tiempo real y por lotes.

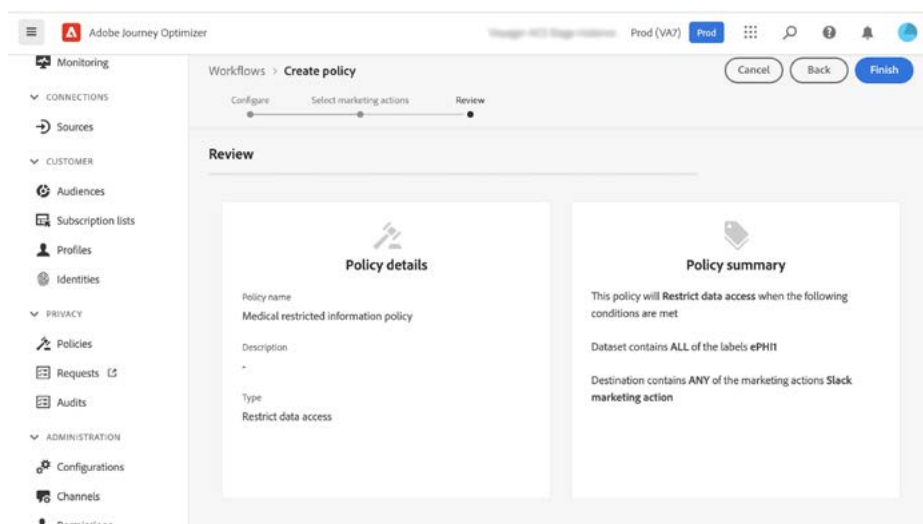
- **Integración de datos.** Impulsa la flexibilidad y la eficiencia al consultar conjuntos de datos y segmentos de público predefinidos relevantes de tus partners y tu data warehouse empresarial.
- **Procesos de marketing mejorados.** Consigue más ayuda para la segmentación, el direccionamiento y la activación de casos de uso con flujos de trabajo adaptables y optimizados.
- **Gestión de datos eficiente.** Minimiza las copias o la duplicación de datos, controla el uso de datos confidenciales y optimiza las inversiones de TI para complementar los casos de uso multicanal en tiempo real en Adobe Experience Platform.

Respeta y protege a tus clientes con privacidad y gobernanza de datos

Satisfacer las expectativas y preferencias de la clientela en torno a las comunicaciones, la privacidad y la protección de datos resulta fundamental para promover la confianza en la marca y evitar la fatiga comercial. Journey Optimizer incluye herramientas como la gestión del consentimiento, el etiquetado patentado de datos, la creación de políticas y el control de uso de datos para ayudar a las marcas a mantener sus operaciones en cumplimiento con las cambiantes políticas de privacidad y a satisfacer las expectativas de sus clientes.

La aplicación de etiquetas estandarizadas o personalizadas a los segmentos de público y datos permite a las marcas crear, gestionar y aplicar políticas de uso de datos. Las marcas también pueden crear ofertas, organizarlas en un catálogo centralizado y asociar atributos y restricciones que determinen quién puede ver una oferta en particular. Asimismo, Journey Optimizer proporciona plantillas preconfiguradas para políticas de uso de datos y público que sirven de punto de partida para que las marcas personalicen de acuerdo con sus necesidades específicas.

La aplicación de políticas claras en Journey Optimizer impide la activación de segmentos de público y datos confidenciales, ya sea por error o de forma intencionada. Además, las alertas de uso integradas en los productos avisan a los equipos de los intentos de infracción de las políticas para que las marcas puedan tomar las medidas apropiadas.



Las políticas de Journey Optimizer contribuyen a generar confianza al respetar las políticas normativas internas y las preferencias de privacidad de la clientela.

Respetar las preferencias de privacidad de datos y el consentimiento de la clientela contribuye a generar confianza y convertirse en un factor diferenciador. Para ayudar a las marcas a ganarse esa confianza, Journey Optimizer incluye un servicio de privacidad y gestión del consentimiento a través de una API o una interfaz para marketing.

Adobe Journey Optimizer incluye herramientas como la gestión del consentimiento, el etiquetado patentado de datos, la creación de políticas y el control de uso de datos para satisfacer las expectativas de la clientela y ayudar a las marcas a velar por el cumplimiento de las cambiantes políticas de privacidad.

Acerca de Adobe Journey Optimizer

Adobe Journey Optimizer se integra de forma nativa en Adobe Experience Platform, una solución líder del sector, y permite a las marcas gestionar campañas omnicanal programadas y experiencias individualizadas para millones de clientes desde una misma aplicación nativa en la nube, lo que posibilita la optimización del recorrido de cliente al completo con información y toma de decisiones inteligentes.

Descubre los recorridos que puedes crear y la clientela a la que puedes impresionar con Adobe Journey Optimizer.

Más información

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

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.