

Adobe Journey Optimizer – real-time klantprofielen en doelgroepen.

Lever gepersonaliseerde trajecten met uniforme klantinzichten.

Maak end-to-end, real-time klanttrajecten met uniforme klantprofielen, dynamische segmentatie en ingebouwde datagovernance en privacy op ondernemingsniveau.

Met Adobe Journey Optimizer kunnen merken marketingcampagnes orkestreren en volledige, intelligente één-op-één-klanttrajecten beheren met relevante berichten die overal in het traject aansprekend zijn voor klanten. Journey Optimizer maakt deze klantgerichtheid mogelijk met vier hoofdfuncties voor doelgroepen:



Real-time klantprofiel. Een volledig beeld van klanten waarbij klantkenmerken en gebeurtenissen uit online, offline en pseudonieme bronnen zijn samengebracht in uniforme, direct bruikbare klantprofielen.



Doelgroepen en segmentatie. Een canvas met drag-and-drop-interface om moeiteloos doelgroepen te maken, te beheren en te activeren in klanttrajecten en campagnes.



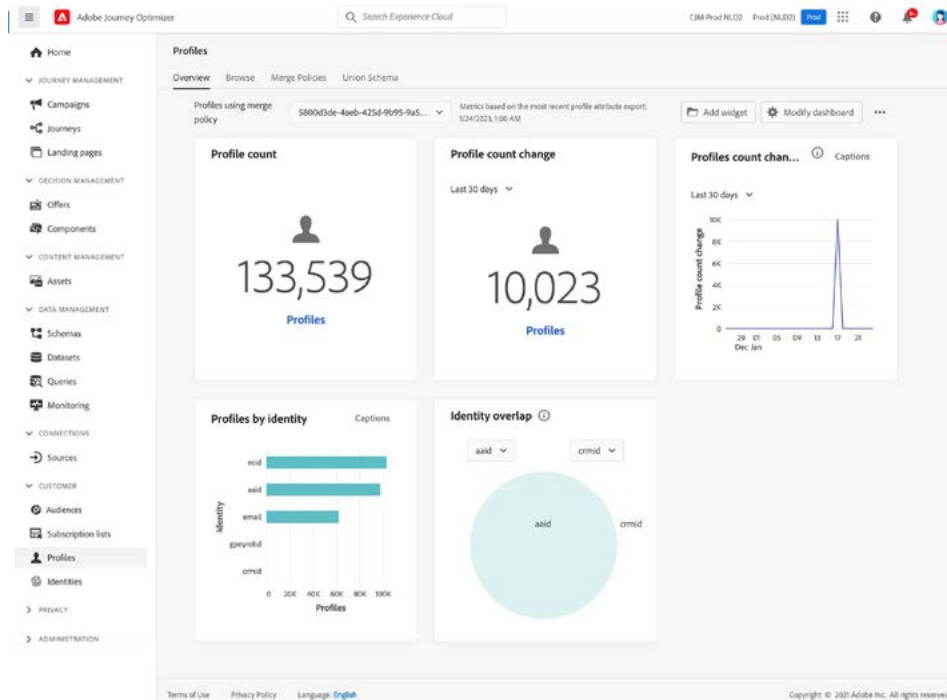
Doelgroepverrijking. Verrijk doelgroepen met externe kenmerken. Maak doelgroepen op basis van datasets die beschikbaar zijn in enterprise-datawarehouses, zonder onderliggende data te kopiëren.



Datagovernance en privacy. Datagovernance- en privacytools van ondernemingsniveau om klantdata centraal te beheren voor alle bedrijfsonderdelen en aan klantverwachtingen te voldoen, klanten te beschermen en alle privacybeleidsregels na te leven.

Voeg alle data samen in uniforme, real-time klantprofielen.

Klanten interacteren in het klanttraject met merken via allerlei contactpunten en apparaten. Ze interacteren met marketingcampagnes terwijl marketeers ze door de fasen van bewustzijn, betrokkenheid, aankoop, retentie en loyaliteit leiden. Maar ook op andere gebieden dan marketing vindt interactie met merken plaats. Klanten kunnen bijvoorbeeld ondersteuning krijgen door de klantenservice te bellen en verzendmeldingen op hun smartphone ontvangen via sms-berichten.



In een profieldashboard wordt gedetailleerde informatie over profieldata van een merk weergegeven. Dit kan diverse profielen, wijzigingen van het aantal profielen en aanvullende details omvatten.

Met Journey Optimizer kunnen merken al deze interacties, in combinatie met data uit andere relevante bronnen, benutten om real-time klantprofielen te maken – een volledig beeld van de klant. Merken kunnen deze profielen gebruiken voor interacties met klanten via contextuele, real-time en gepersonaliseerde ervaringen. Een luchtvaartmaatschappij kan bijvoorbeeld via een pushbericht een upgrade naar een eerste klasstoel aanbieden aan een passagier die business class reist, terwijl de passagier de luchthaven nadert. Deze zeer gerichte en gepersonaliseerde aanbiedingen zijn veel effectiever dan e-mails die aan alle passagiers worden verzonden met een algemene upgradeaanbieding.

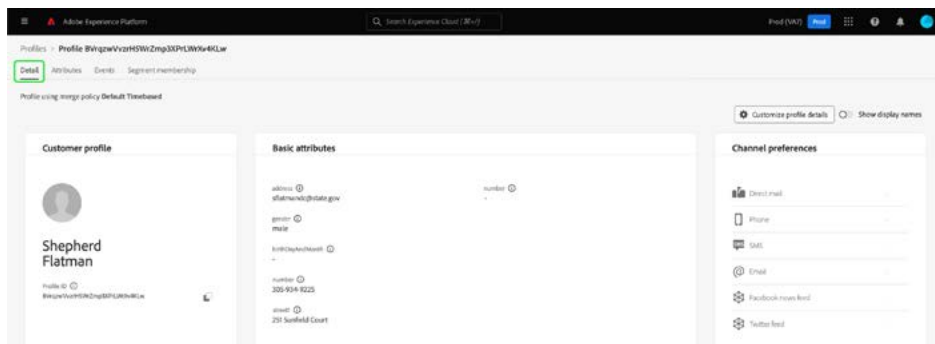
Verbeter klantprofielen met real-time data of batchdata.

Om klanten de best mogelijke ervaringen op elk contactpunt en op elk moment te bieden, hebben merken real-time klantprofielen nodig die zijn verbeterd met data uit de hele klantlevenscyclus. Dit betekent dat ze in staat moeten zijn om data uit alle belangrijke bronnen te importeren – in real-time gestreamd of batchgewijs geüpload.

Journey Optimizer voldoet aan deze behoeften. Omdat Journey Optimizer volledig is ontwikkeld op Adobe Experience Platform, kunnen merken databronnen koppelen met kant-en-klare bronconnectoren om allerlei datatypen te importeren, waaronder gedrags-, transactie-, financiële en operationele data. Dit is mogelijk voor meerdere contactpunten en deze data kan worden samengevoegd tot één centraal klantprofiel dat doorlopend wordt bijgewerkt.

Creëer één klantidentiteit op basis van belangrijke databronnen.

Merken kunnen de data die ze uit verschillende bronnen importeren samenvoegen met de klantidentiteiten in deze datasets. Dit kan bijvoorbeeld een loyaliteits-ID uit een klantenbindingsysteem of een klant-ID uit een CRM-systeem (Customer Relationship Management) betreffen.



Het real-time klantprofiel bevat klantdata uit belangrijke databronnen van een merk.

Adobe Journey Optimizer voegt al de geïmporteerde data samen tot één 360-gradenbeeld van de klant. De identiteitsgrafiek van het real-time klantprofiel toont de relaties tussen de verschillende identiteiten van een klant in datasets van een merk en geeft aan hoe deze klant interacteert met het merk via de verschillende kanalen.

Adobe Journey Optimizer voegt alle geïmporteerde data samen tot één 360-gradenbeeld van de klant.

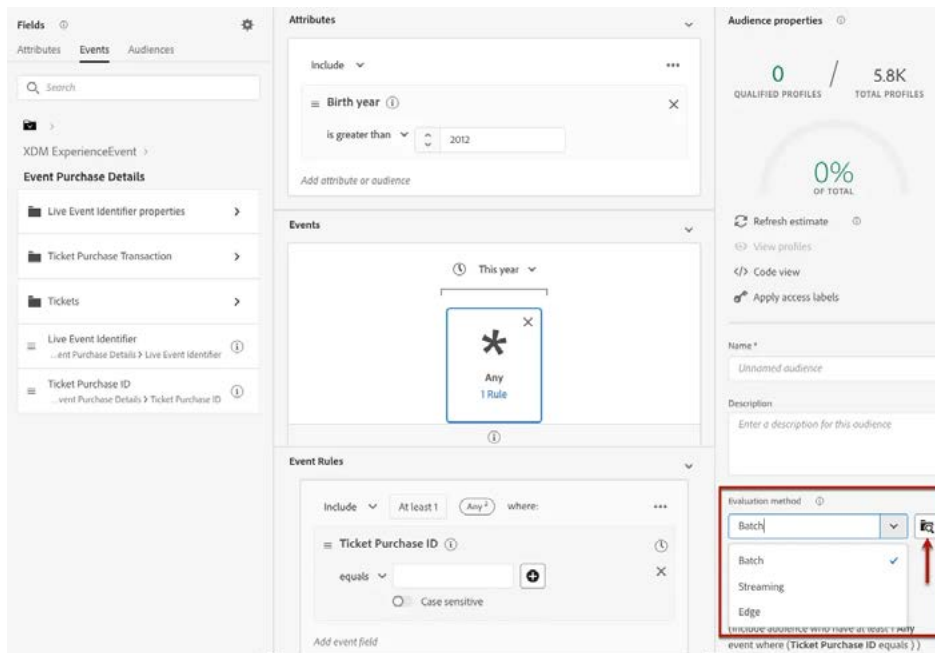
Voorzie de rapportage en analyses van data over klantinteracties.

Merken kunnen real-time klantprofielen uit Journey Optimizer niet alleen gebruiken voor het beheren van klantrajecten, maar kunnen deze ook delen met de belangrijkste aanbieders van cloudopslag, waaronder Amazon Web Services, Microsoft Azure en Google Cloud. Zo kunnen deze in externe systemen worden gebruikt voor rapportage, data-archivering of diepere analyse met business-intelligence- of data-analysetools.

Maak, beheer en verrijk moeiteloos doelgroepen.

Real-time klantprofielen zijn een belangrijk onderdeel van de capaciteiten van een merk om sterk gepersonaliseerde ervaringen te leveren op de best mogelijke momenten. Ze maken ook de krachtige segmentatie mogelijk waarmee merken doelgroepen in bredere zin kunnen benaderen voor marketingdoeleinden.

Doordat meerdere datasets van een klantidentiteit kunnen worden gekoppeld met de identiteitsgrafiek, stelt Journey Optimizer merken niet alleen in staat om doelgroepen per segment te bereiken maar ook om individuen te benaderen. Datasets worden bijgewerkt met real-time streaming data of batchgewijs geüploade data en Journey Optimizer voegt in real-time individuen toe aan doelgroepen en trajecten of verwijdert ze daaruit.



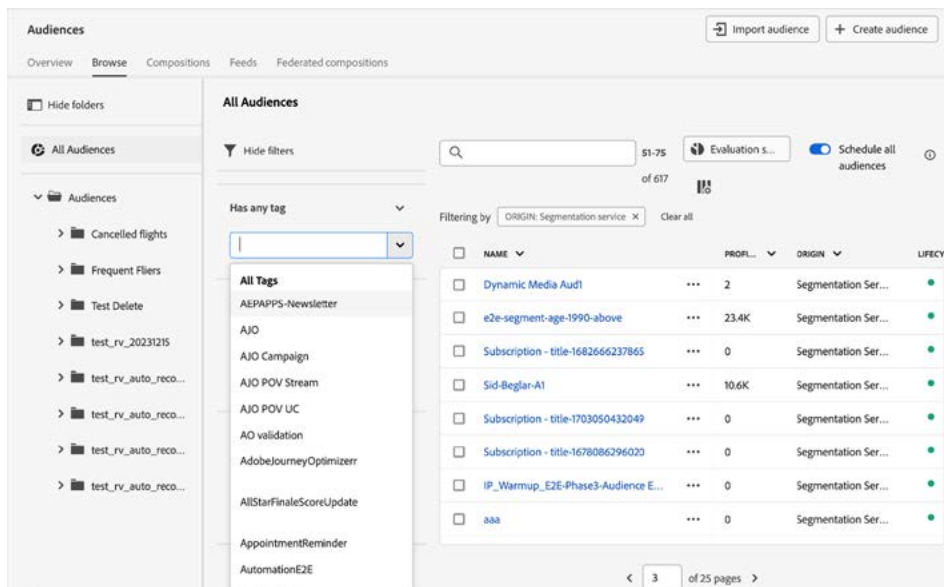
Ter ondersteuning van verschillende gebruiksscenario's van een merk biedt Journey Optimizer drie verschillende methoden om segmentdefinities te evalueren voor het maken van doelgroepen – streaming, batch en edge.

Als Journey Optimizer wordt gecombineerd met [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#), kunnen merken ook lagen met doelgroepen maken voor complexere segmentatie en doelgroepen in twee richtingen delen met andere Adobe Experience Platform-oplossingen.

Beheer en verken waardevolle doelgroepen.

Met Journey Optimizer kunnen merken eenvoudig doelgroepen beheren, zoeken en verkennen met gestandaardiseerde labels, governancemechanismen, doorzoekbare mappen en tags.

Dankzij gestandaardiseerde labels kunnen merken doelgroepen indelen op basis van de governance en het toegangsbeleid. Er kan bijvoorbeeld een doelgroeplabel worden gebruikt om te voorkomen dat een merk zich op specifieke leden van een doelgroep richt met on-site advertenties.



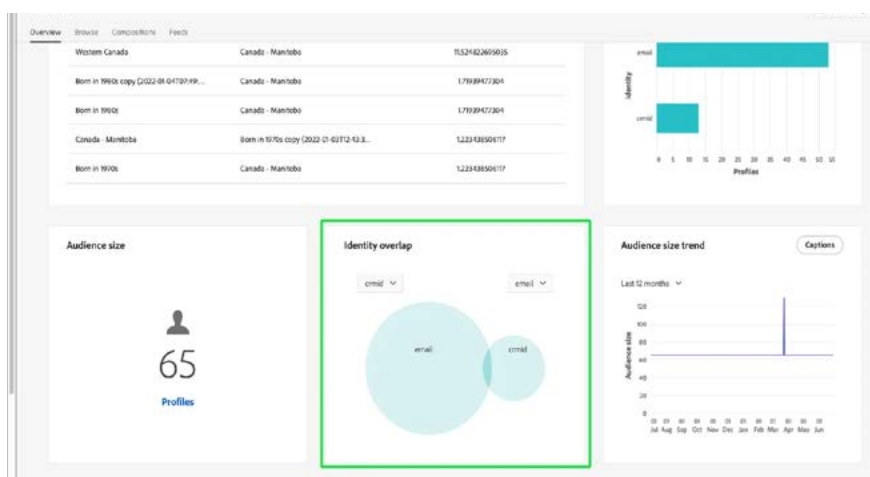
Tagging van doelgroepen maakt het eenvoudiger om doelgroepen te zoeken en te ordenen, zodat deze vervolgens kunnen worden gebruikt voor personalisatie en intelligente besluitvorming.

In Journey Optimizer kunnen merken ook betekenisvolle tags toevoegen aan doelgroepen, zodat ze later eenvoudig kunnen filteren en zoeken. Tags worden gebruikt om doelgroepen te ordenen in relevante, doorzoekbare mappen, gepersonaliseerde aanbiedingen en ervaringen te maken, en beslisseregels voor ervaringen te definiëren.

Governancemechanismen voor doelgroepen zorgen ervoor dat merken het beleid en de toegestane marketingacties voor deze doelgroepen volgen. In governancemechanismen kan bijvoorbeeld naar doelgroeplabels worden verwezen om te controleren of het merk zich op een specifieke doelgroep kan richten met een campagne of deze kan opnemen in een traject.

Een dashboard in Journey Optimizer toont overlappingen van belangrijke doelgroepen en helpt merken om trends in doelgroepen te verkennen. Doordat marketeers zien welke profielkenmerken van doelgroepen overlappen, kunnen zij toegesneden marketingstrategieën voor deze klanten maken.

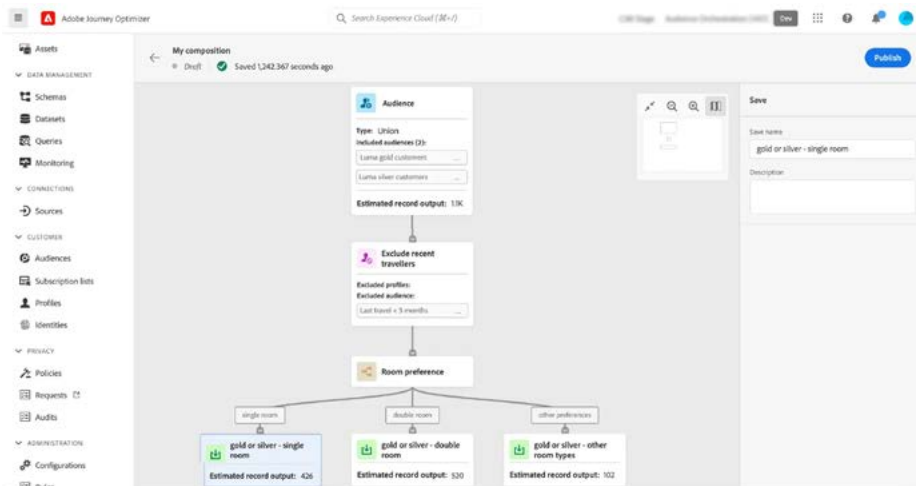
Trends, zoals wijzigingen van de doelgroepgrootte of plotselinge pieken, kunnen duiden op gebeurtenissen of acties waardoor een doelgroep krimpt of groeit, zoals een succesvolle aanbieding.



Als je weet hoe doelgroepen elkaar overlappen en je andere doelgroeptrends kunt zien, kun je betere marketingstrategieën ontwikkelen.

Pas doelgroepen aan met samenvoegingen, uitsluitingen, verrijkingen, rangschikkingen en splitsingen.

Journey Optimizer biedt marketeers een visueel canvas om te bepalen welke doelgroepen worden opgenomen in gepersonaliseerde klanttrajecten en campagnes. Omdat profielen in real-time worden bijgewerkt, kunnen deze doelgroepen dynamisch worden vernieuwd, waarbij wordt bepaald of individuen in aanmerking komen voor specifieke trajecten of campagnes.



Marketeers kunnen de watervalworkflow gebruiken om bestaande doelgroepen te combineren en doelgroepacties zoals rangschikken, limiteren, splitsen en samenvoegen toe te passen.

Marketeers kunnen een doelgroep verfijnen met opties voor doelgroepen zoals samenvoegen, uitsluiten, rangschikken en splitsen.

Bij samenstellen van een doelgroep kunnen marketeers de watervalworkflow gebruiken, die Journey Optimizer deelt met Real-Time CDP, om bestaande doelgroepen te combineren en doelgroepacties zoals rangschikken, limiteren, splitsen en samenvoegen toe te passen. Met gecombineerde doelgroepen kunnen marketeers alle profielen van de gecombineerde doelgroepen toevoegen of uitsluiten of alleen die in overlappingen van doelgroepen.

Met rangschikking kunnen marketeers doelgroepen prioriteren, zodat berichten dieper ingaan op de interesses en uitdagingen van doelgroepen met een hogere prioriteit. Door te limiteren hoe vaak een merk een bericht verzendt aan een bepaalde doelgroep wordt marketingmoeheid onder leden van deze doelgroep voorkomen. Marketeers kunnen hun berichten ook verfijnen door doelgroepen te splitsen op basis van specifieke kenmerken. Een retailer kan doelgroepen bijvoorbeeld splitsen op basis van de regio om vervolgens regiospecifieke afbeeldingen, teksten en aanbiedingen toe te voegen aan berichten.

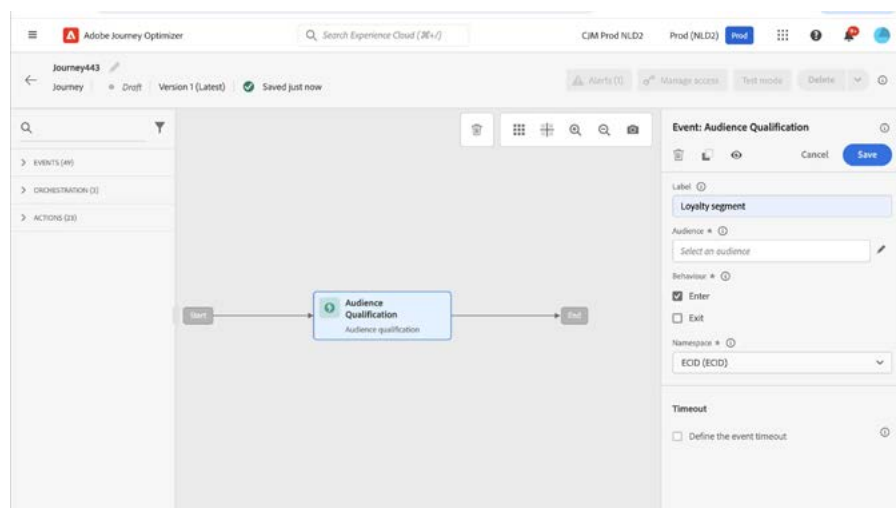
Verdiep de personalisatie door doelgroepen te personaliseren.

Met de functie voor het samenstellen van doelgroepen in Journey Optimizer kun je niet alleen waardevolle, verfijnde doelgroepen maken voor targeting, maar je kunt deze doelgroepen ook verrijken voor diepgaandere personalisatie met data uit je enterprise-datawarehouse en van je vertrouwde partners. Met de functie Federated Audience Composition, die zowel in Journey Optimizer als Real-Time CDP beschikbaar is, kan data in een datawarehouse worden gezocht op basis van profielkenmerken die worden gebruikt bij het samenstellen van doelgroepen, zodat gevoelige data in het warehouse blijft en er geen dataduplicatie plaatsvindt. Dit geldt niet alleen voor data op basis van profielen maar ook voor andere data. Een restaurantketen kan bijvoorbeeld profielen verrijken van klanten die onlangs online hebben besteld bij hun voorkeurslocaties, zodat het restaurant gerichte aanbiedingen kan verzenden naar deze locaties.

Activeer doelgroepen in trajecten en campagnes.

Zodra marketeers hun waardevolle doelgroepen hebben gedefinieerd, kunnen ze deze opnemen in workflows voor klanttrajecten en deze targeten in marketingcampagnes. Met het trajectcanvas in Journey Optimizer kunnen marketeers een toevoeging aan een doelgroep definiëren als een gebeurtenis waardoor een klanttraject wordt getriggerd op het juiste moment en het juiste kanaal. Wanneer een universiteit bijvoorbeeld een nieuwe eerstejaarsstudent toelaat, kan het traject "nieuwe student" worden getriggerd met e-mails en sms-berichten om de student te begeleiden bij opties voor huisvesting, maaltijden en lessen.

In Journey Optimizer kunnen marketeers ook aangeven welke doelgroepen traditionele geplande marketingcampagneberichten ontvangen, zoals een maandelijkse nieuwsbrief. Wanneer een klant wordt toegevoegd aan een doelgroep als gevolg van een actie zoals het downloaden van een app, kan dit een eenmalig pushbericht triggeren dat alle nieuwe appgebruikers krijgen om hen op weg te helpen.



Bij de kwalificatie van een doelgroep kan de start van een klanttraject of een eenmalig pushbericht worden getriggerd.

Federated doelgroepsamenstelling

Verrijk doelgroepen met federated profielen van partners, zodat marketeers batchgewijze en real-time toepassingen kunnen combineren.

- **Data-integratie.**
Bevorder de flexibiliteit en efficiëntie door query's uit te voeren op relevante, vooraf samengestelde doelgroepen en datasets uit je enterprise-datawarehouse en van je partners.
- **Verbeterde marketingprocessen.**
Faciliteer extra ondersteuning voor segmentatie, targeting en activering met gestroomlijnde, aanpasbare workflows.
- **Efficiënt datamanagement.**
Beperk het kopiëren of dupliceren van data tot een minimum, beheer het gebruik van gevoelige data en optimaliseer IT-investeringen om real-time cross-channel toepassingen in Adobe Experience Platform aan te vullen.

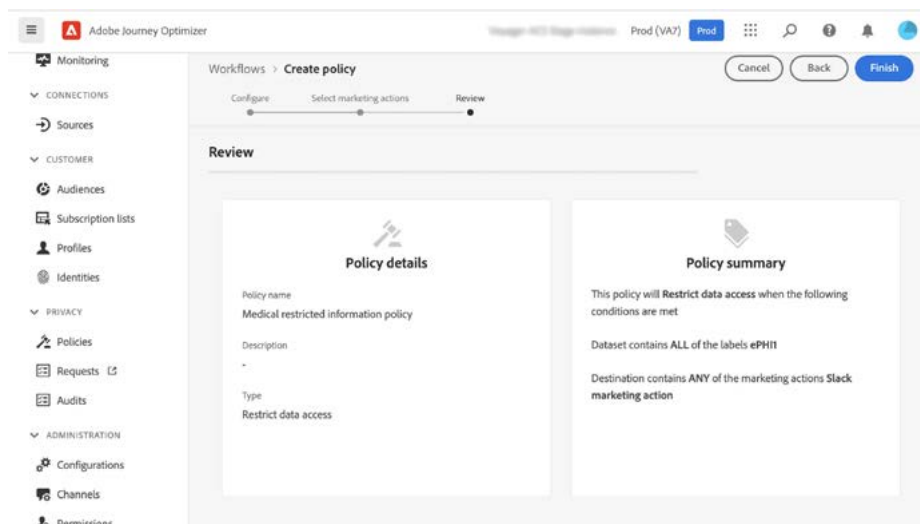


Respecteer en bescherm de klant met datagovernance en bescherming van persoonlijke informatie.

Om vertrouwen op te bouwen en marketingmoeheid te voorkomen is het essentieel dat je voldoet aan de verwachtingen van klanten en aan hun voorkeuren met betrekking tot berichten, privacy en databescherming. Journey Optimizer beschikt over tools zoals toestemmingsbeheer, gepatenteerde datalabeling, beleidsbepaling en afdwinging van datagebruik, opdat de data-activiteiten van merken voldoen aan het veranderende privacybeleid en aan de verwachtingen van klanten.

Met gestandaardiseerde of aangepaste labels die worden toegepast op doelgroepen en data kunnen merken het beleid voor datagebruik bepalen, beheren en afdwingen. Merken kunnen ook aanbiedingen maken, deze ordenen in een gecentraliseerde catalogus en deze koppelen aan kenmerken en beperkingen die bepalen welke klanten een bepaalde aanbieding te zien krijgen. Journey Optimizer biedt daarnaast kant-en-klare sjablonen voor het gebruiksbeleid voor data en doelgroepen, die merken kunnen aanpassen aan hun specifieke behoeften.

Duidelijk beleid dat wordt afgedwongen vanuit Journey Optimizer voorkomt dat gebruikers per ongeluk of doelbewust gevoelige data en doelgroepen activeren. Bovendien worden teams met gebruiksmeldingen in producten op de hoogte gesteld van gepoogde beleidsovertredingen, zodat merken gepaste maatregelen kunnen treffen.



Adobe Journey Optimizer biedt tools zoals toestemmingsbeheer, gepatenteerde datalabeling, beleidsbepaling en datagebruik om te voldoen aan de verwachtingen van klanten en merken te helpen bij de naleving van veranderend privacybeleid.

Met beleidsregels in Journey Optimizer kun je vertrouwen opbouwen door te voldoen aan regelgeving, intern beleid en klantvoorkeuren met betrekking tot privacy.

Door te voldoen aan de toestemmingen van klanten en hun voorkeuren met betrekking tot persoonlijke informatie bouw je vertrouwen op en onderscheid je jezelf. Om merken te helpen bij het opbouwen van vertrouwen, biedt Journey Optimizer een marketeervriendelijke gebruikersinterface waarmee privacy-instellingen en toestemmingen kunnen worden beheerd via een API.

Over Adobe Journey Optimizer.

Adobe Journey Optimizer is geheel ontwikkeld op het toonaangevende Adobe Experience Platform en stelt merken in staat om geplande omnichannel campagnes en één-op-één-momenten voor miljoenen klanten te beheren via één cloud-native applicatie, die het hele klanttraject optimaliseert met intelligente besluitvorming en inzichten.

Ontdek welke trajecten je kunt maken en hoe je klanten kunt verrassen met Adobe Journey Optimizer.

[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.