



क्षमता एक नज़र में

# Adobe Journey Optimizer — वेब पर्सनलाइज़ेशन।

कस्टमर्स को उनकी दिलचस्पी के हिसाब से बेहतर वेब कॉन्टेंट, ऑफ़र, ओवरले और एक्सपीरिएंसेज़ उपलब्ध कराकर उन्हें अपनी तरफ़ खींचें और जोड़कर रखें-

ब्रैंड्स के लिए यह ज़रूरी है कि वे इन-ब्राउज़र मैसेज को कस्टमर बिहेवियर के आधार पर तैयार करें, ताकि कस्टमर के साथ होने वाला हर इंटरैक्शन काम का हो और हर एक कस्टमर जर्नी में यह एक जैसा रहे।

ब्रैंड्स को डायनेमिक वेब एक्सपीरिएंसेज़ देने पर ध्यान देना चाहिए जो कस्टमर जर्नी और कैपेस को बेहतर बनाता हो। Adobe Journey Optimizer की मदद से, मार्केटर्स और वेब टीमों विज़ुअल एडिटिंग के साथ बड़ी आसानी से वेब कॉन्टेंट में बदलाव कर सकती हैं, दिलचस्प इन-ब्राउज़र मैसेज तैयार कर सकती हैं, सिंगल-पेज ऐप्लिकेशन बनाने के साथ-साथ अपनी वेबसाइट को लगातार बेहतर बना सकती हैं, ताकि हर बार साइट विज़िट में कस्टमर पर उसका अच्छा प्रभाव पड़े।

Journey Optimizer मार्केटर्स और वेब टीमों को इन पाँच अहम क्षेत्रों में अपनी वेबसाइट को बेहतर बनाने में मदद करता है:



**इन-ब्राउज़र मैसेजिंग-** बिना कोड वाले वर्कफ़्लोज़ और कस्टमाइज़ेशन ऑप्शंस के साथ टेम्पलेट्स का इस्तेमाल करके मनमोहक पॉप-अप, बैनर्स, ओवरले वगैरह बनाने और लॉन्च करने के लिए टूल्स।



**विज़ुअल वेबपेज एडिटिंग-** WYSIWYG विज़ुअल एडिटर, जिससे आप एक बेहतरीन कस्टमर एक्सपीरिएंस डिज़ाइन करें और कॉन्टेंट, लिंक्स, फ़ॉन्ट्स, इमेज और ऑफ़र्स में बदलाव करें।



**रूल-बेस्ड एक्सपीरिएंसेज़-** एक आसान नॉन-विज़ुअल एडिटर जिससे हेडलेस या सर्वर-साइड वेबसाइटों पर वेब कॉन्टेंट को डाला और उनमें बदलाव किया जा सकता है।



**सिंगल पेज ऐप्लिकेशन (SPA) एडिटिंग-** सिंगल पेज ऐप्लिकेशन को पर्सनलाइज़ बनाने के लिए एडिटिंग कंट्रॉल्स।



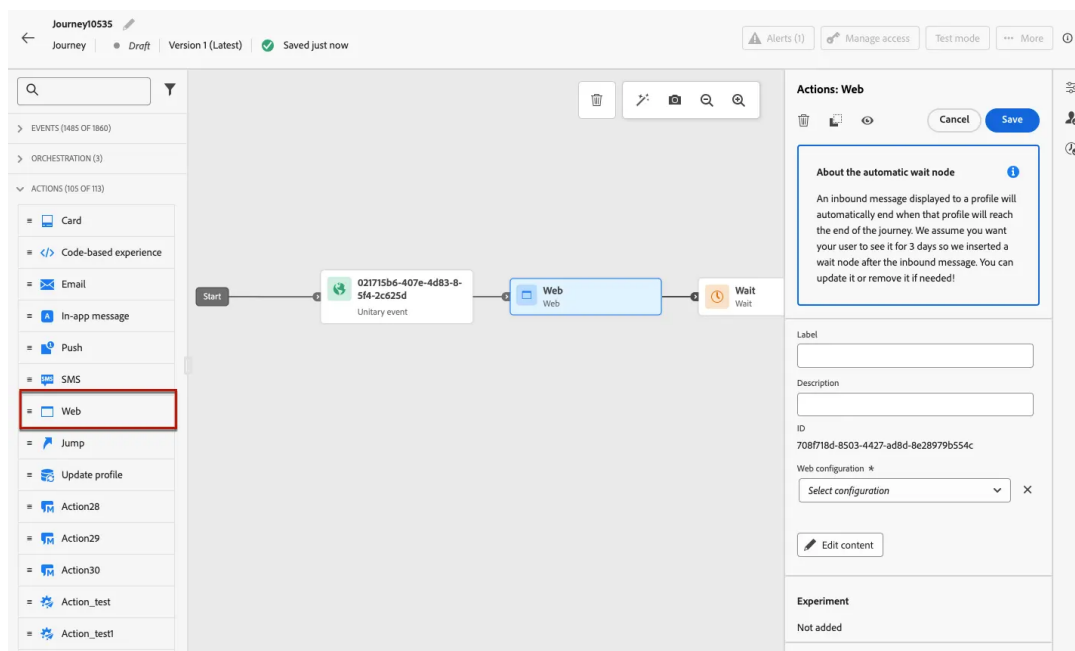
**पर्सनलाइज़ेशन और A/B टेस्टिंग-** वेब एक्सपीरिएंस के वैरिएंट को आजमाने, मैसेज को पर्सनलाइज़ बनाने, मल्टीलिंगुअल कॉन्टेंट बनाने और पर्सनलाइज़ेशन को सिम्युलेट करने के लिए टूल्स।

# इन ब्राउज़र मैसेजेज़ पर्सनलाइज़ करें

Journey Optimizer में इस्तेमाल के लिए तैयार टेम्पलेट्स, बिना कोड वाले वर्कफ़्लोज़ और कस्टमाइज़ेशन के ऑप्शंस का इस्तेमाल करके मार्केटर्स मनमोहक वेबपेज पॉप-अप्स, बैनर्स, ओवरले वगैरह में मैसेज डिज़ाइन, क्रिएट और लॉन्च कर सकते हैं।

## बिहैवियर आधारित मैसेजिंग

किसी जर्नी या कैम्पेन में फ़्लेक्सिबल ट्रिगर सेट करने से, मार्केटर्स कस्टमर के बिहैवियर या इवेंट के आधार पर, बिलकुल सही मौके पर सही इन-ब्राउज़र मैसेज डिलीवर कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, ट्रिगर से शुरुआत में वेबपेज लोड होने या कोई खास ऐक्शन किए जाने के जवाब में खास मैसेज भेजा जा सकता है। कैम्पेन में, API कॉल्स का इस्तेमाल इन-ब्राउज़र मार्केटिंग और ट्रांज़ेक्शनल मैसेज भेजने के लिए ट्रिगर के तौर पर किया जा सकता है। जैसे, कस्टमर द्वारा कोई खरीदारी करने के बाद कन्फ़र्मेशन मैसेज भेजना या पासवर्ड रीसेट करने के अनुरोध पर, उसे 'ईमेल भेजा जा चुका है' का नोट भेजना।



किसी कस्टमर जर्नी में, मार्केटर्स उन कस्टमर बिहैवियर या इवेंट को तय करते हैं जिससे इन-ब्राउज़र मैसेज ट्रिगर होते हैं।

## बिना कोड के एक्सपीरिएंस बनाना

इन-ब्राउज़र मैसेज के एक बार जर्नी या कैम्पेन में जोड़े जाने के बाद, मार्केटर-फ़्रेंडली टूल की मदद से इन-ब्राउज़र एक्सपीरिएंसेज़ जैसे कि फुलस्क्रीन टेकओवर, स्ट्रिप बैनर, मॉडल या प्री-बिल्ट HTML का इस्तेमाल करके कस्टमाइज़्ड कोड मैसेज वगैरह आसानी से तैयार किए जा सकते हैं। इस्तेमाल के लिए तैयार टेम्पलेट्स से शुरुआत करते हुए और उनमें ब्रैंड की ज़रूरतों के अनुसार बदलाव करके इन-ब्राउज़र मैसेज को कम समय में तैयार करें। CSS स्टाइल वाले एडिटिंग बार के साथ, किसी भी वेबसाइट के लुक और फ़ीस वाली वेबसाइट बनाना आसान है।

मार्केटर्स-फ़्रेंडली टूल्स की मदद से, प्री-बिल्ट HTML का इस्तेमाल करके इन-ब्राउज़र एक्सपीरिएंसेज़ जैसे कि फुलस्क्रीन टेकओवर, स्ट्रिप बैनर, मॉडल या एक कस्टमाइज़्ड कोड मैसेज आसानी से तैयार किए जा सकते हैं।

# मैसेज फ्रीक्वेंसी के रूल्स

ऐसे बिज़नेस रूल्स जो यह तय करते हैं कि मैसेज कितनी बार दिखेगा, ज़रूरत से ज़्यादा मार्केटिंग करने से बचाते हैं। साथ ही, यह पक्का करते हैं कि हर मैसेज का कस्टमर पर पूरा प्रभाव पड़े। मैसेज फ्रीक्वेंसी के रूल्स में, हर विज़िट पर कस्टमर को एक बार मैसेज तब तक दिखाना जब तक वह उस पर क्लिक न करे या सिर्फ़ व्यूज़ की कुछ संख्या मिलने तक मैसेज दिखाना शामिल है।

### In-app message trigger

Show message if

Connect to device

Application launch event happens

And

Day of week

 is 

Sun

Mon

Tue

Wed

Thu

Fri

Sat

×

+ Add condition

+ Make group

### Frequency

Show message to eligible users

Everytime

☐ Day of week

☐ Time of day

फ्रीक्वेंसी के रूल्स जैसे कि कोई इन-ब्राउज़र मैसेज कब और कैसे दिखेगा तय करने से मार्केटर्स को कस्टमर पर ज़्यादा गहरा प्रभाव डालने में मदद मिलती है।

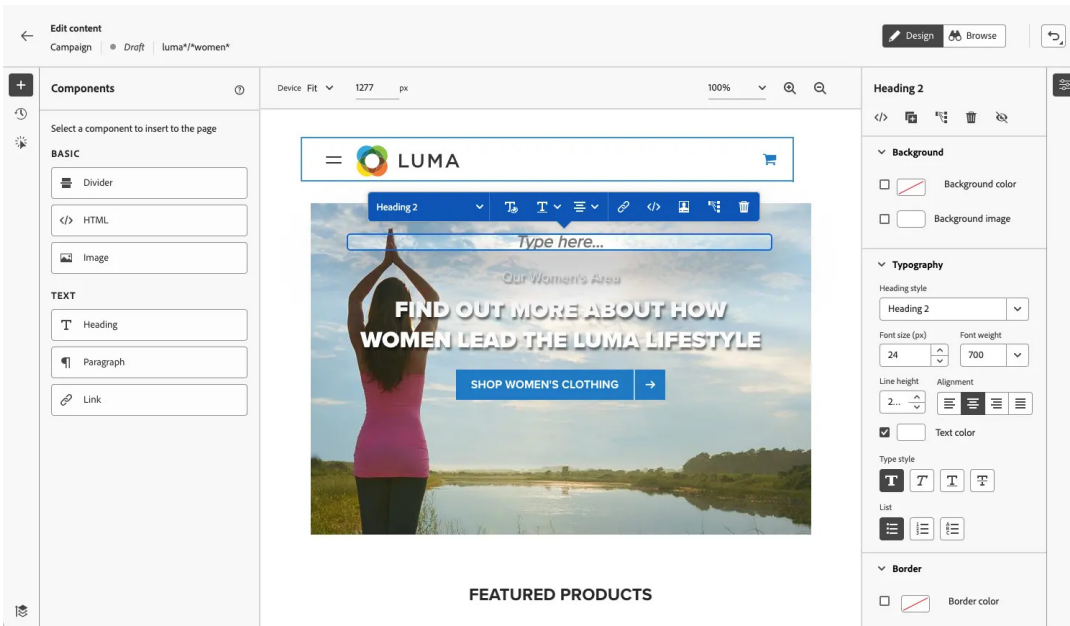
## विजुअल वेबपेज एडिटर की मदद से एडिटिंग करना।

वेब चैनल ऐक्शन के ज़रिए, Journey Optimizer मार्केटर्स और वेब टीमों को बेहतरीन कस्टमर एक्सपीरिएंसेज़ डिज़ाइन करने के लिए विजुअल एडिटर मिलता है। इसका इस्तेमाल करके वे कंटेनर्स और कॉन्टेंट ब्लॉक्स से लेकर बैकग्राउंड कलर, बॉर्डर, फ़ॉन्ट, लिंक्स, इमेज और ऑफ़र जोड़ने के साथ-साथ उनमें बदलाव कर सकते हैं। यूज़र कोड के चक्कर में फंसे बिना ही स्टाइल में बदलाव कर सकते हैं। टेक्नीकल मार्केटर्स और प्रॉडक्ट मैनेजर्स के पास HTML डिज़ाइनर में वेबपेज कॉम्पोनेंट्स में बदलाव करने की पूरी आज़ादी होती है, जिसमें उनके पास HTML, JavaScript और CSS का पूरा कंट्रोल रहता है।

## कॉम्पोनेंट एडिट करना

किसी वेबपेज में सेक्शन डिवाइडर्स, HTML ब्लॉक्स, इमेज, हेडिंग्स, लिंक्स या पैराग्राफ़्स जैसे कॉम्पोनेंट्स शामिल करके, आकर्षक वेब एक्सपीरिएंसेज़ को तेज़ और आसानी से पर्सनलाइज़ बनाया जा सकता है। आप पेज पर चुने गए कॉम्पोनेंट के लिए हेडर टेक्स्ट डालकर, इमेज स्वेप आउट करके, लिंक्स जोड़कर, पर्सनलाइज़ेशन वगैरह से सीधे तौर पर कॉन्टेंट तैयार करने के साथ उसमें बदलाव कर सकते हैं। एडिटिंग के लिए उपलब्ध ऑप्शंस, चुने गए कॉम्पोनेंट में कॉन्टेंट के आधार पर अपडेट होते हैं। उदाहरण के लिए, किसी कंटेनर को चुनने से बैकग्राउंड इमेज में बदलाव करने या कंटेनर के साइज़ को बदलने का ऑप्शन मिलता है।

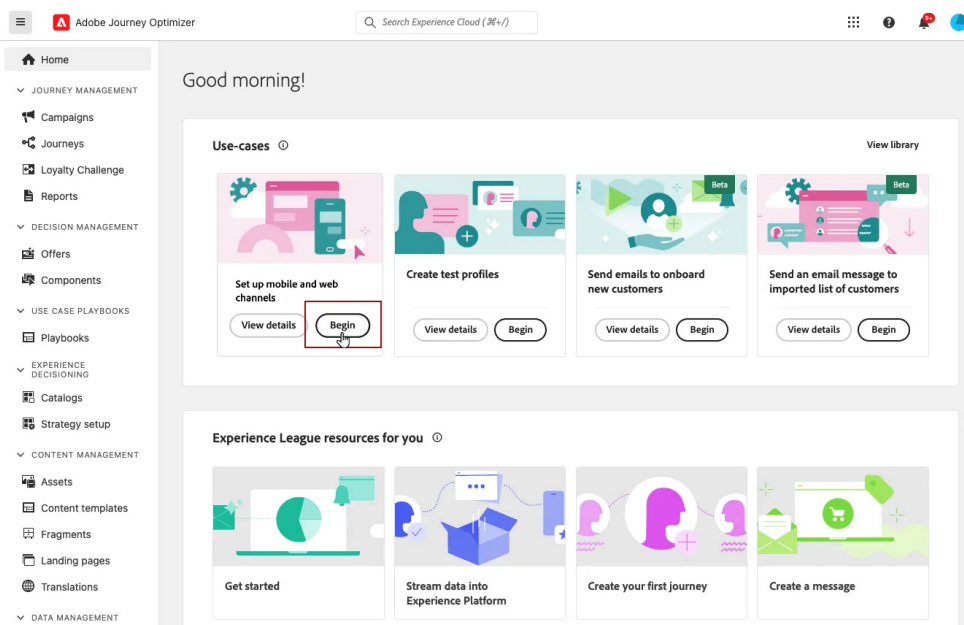
सिर्फ़ एक क्लिक पर उपलब्ध होने वाला HTML एडिटर, किसी चुने गए कॉम्पोनेंट के मौजूदा कोड में बदलाव करने का विकल्प भी देता है।



वेब एडिटर की मदद से मार्केटर्स और वेब टीम किसी पेज में नए वेबसाइट कॉम्पोनेंट डाल सकते हैं और कॉन्टेन्सुअल ऑप्शन्स के ज़रिए सीधे उनमें बदलाव कर सकते हैं या फिर वे मौजूदा कोड को बदलने के लिए, HTML डिज़ाइनर को चालू और इस्तेमाल कर सकते हैं।

## सीमलेस इंटीग्रेशन

गाइडेड चैनल सेटअप ब्रैंड को Journey Optimizer के साथ इंगेजमेंट चैनल्स कॉन्फ़िगर करने की सुविधा भी देता है। वेब चैनल के लिए, गाइडेड वर्कफ़्लो किसी विशेष वेबपेज जैसे होमपेज या पेजों के किसी सेट पर मैसेज या एक्सपीरिएंस डिलीवर करने के लिए ज़रूरी सभी टेक्नीकल पैरामीटर्स तय करता है। गाइडेड चैनल सेटअप Journey Optimizer में किसी चैनल के शुरुआती कॉन्फ़िगरेशन को ऑटोमेट बनाता है जिससे डेवलपमेंट में लगने वाला समय बचता है। साथ ही, यह वैलिडेट करने और इंप्लीमेंटेशन में समस्याओं को दूर करने के लिए एश्योरेंस टूल्स भी देता है।



गाइडेड चैनल सेटअप, किसी ब्रैंड के वेब चैनल को कॉन्फ़िगर करने की प्रक्रिया को तेज़ और आसान बनाता है, ताकि मार्केटर्स Journey Optimizer के साथ एक्सपीरिएंस में बदलाव ला सकें, उन्हें पर्सनलाइज़ और आजमाकर देख सकें।

## ब्राउज़ और एडिट मोड

विजुअल एडिटर को “ब्राउज़” और “एडिट” मोड में टॉगल किया जा सकता है, ताकि यूज़र ठीक उस वेबपेज पर पहुँच सकें जिसे उन्हें एडिट या पर्सनलाइज़ करना है। ब्राउज़ मोड उन पेजों के लिए मददगार है जिन्हें ऑथेंटिकेशन की ज़रूरत है, जैसे माई अकाउंट पेज। इस मोड पर आमतौर पर उपलब्ध वेबसाइट ब्राउज़िंग ऐक्शन काम करते हैं जैसे किसी पेज को ब्राउज़ करने के लिए नेविगेशन का इस्तेमाल करना। एडिट मोड से वेब डिज़ाइनर खुलता है। इससे मार्केटर्स विजुअल एडिटर की मदद से वेबपेज में तुरंत बदलाव कर सकते हैं या HTML डिज़ाइनर से सीधे वेबपेज का कोड बदलकर उसमें बदलाव कर सकते हैं।

## डिवाइस आधारित प्रीव्यूज़

वेब डिज़ाइनर, ब्रैंड के कस्टमर्स द्वारा इस्तेमाल किए जाने वाले अलग-अलग डिवाइसों जैसे कि डेस्कटॉप, टैबलेट और मोबाइल लैंडस्केप के आधार पर वेब एक्सपीरिएंसेज़ का प्रीव्यू दिखाने की सुविधा देता है। इसके अलावा, ज़ूम फ़ोकस बदलने का ऑप्शन यह पक्का करता है कि कस्टमर को अपने डिवाइस पर सही ज़ूम लेवल पर अच्छा एक्सपीरिएंस मिले। इन ऑप्शंस के ज़रिए, हर कस्टमर को हर डिवाइस पर बेहतरीन वेबसाइट एक्सपीरिएंसेज़ मिलता है।

## नॉन-विजुअल एडिटिंग के लिए कोड आधारित एक्सपीरिएंसेज़ का इस्तेमाल करना।

मार्केटर्स कोड-आधारित एक्सपीरिएंसेज़ के साथ वेब एक्सपीरिएंसेज़ को सर्वर-साइड पर या हेडलेस आर्किटेक्चर में डिप्लॉय कर सकते हैं। कोड-आधारित चैनल वर्कफ़्लो में, यूज़र्स को अपने ऐप्लिकेशन और वेबपेजों में किसी एक और ज़्यादा सटीक जगहों पर कोई खास एलिमेंट्स डालने और बदलने के लिए एक नॉन-विजुअल इंटरफ़ेस मिलता है, चाहे आपका ऐप्लिकेशन कोई भी हो। इससे यूज़र्स को सभी कॉन्टेंट एलिमेंट्स में बदलाव नहीं करने पड़ते हैं। कोड-आधारित एक्सपीरिएंसेज़ JSON और HTML दोनों ही कोड टाइप पर काम करते हैं। साथ ही, ये तब भी काम आते हैं जब ब्राउज़र प्लग-इन्स के लोड होने पर पाबंदी होती है या वेबसाइट जो विजुअल ऑथरिंग मोड में लोड नहीं होती हैं।

## सिंगल-पेज ऐप्लिकेशन के साथ एडिटिंग करना।

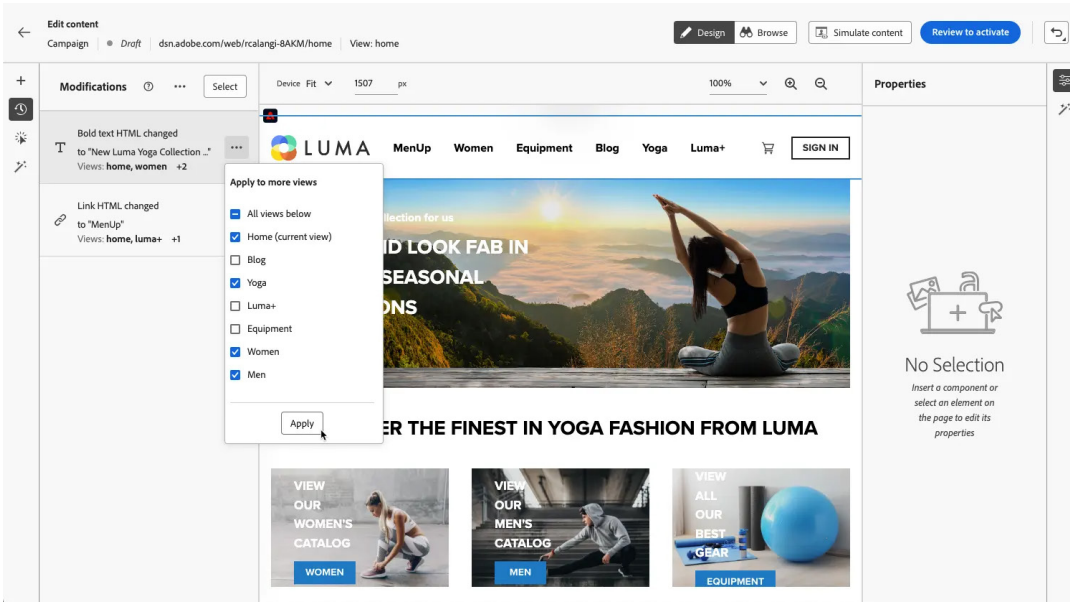
सिंगल-पेज ऐप्लिकेशन (SPA) परंपरागत वेबपेजों से अलग होते हैं। इनमें नया कॉन्टेंट लाने के लिए, पूरे ब्राउज़र को रीलोड नहीं करना पड़ता है, बल्कि पूरी वेबसाइट या उसके पार्ट्स को रिफ़्रेश करना पड़ता है। मार्केटर्स और वेब टीमों, स्टैंडर्ड वेबपेज के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले वही WYSIWYG एडिटिंग कंट्रोल्स का इस्तेमाल करके SPA को एडिट और पर्सनलाइज़ कर सकते हैं।

## व्यू-बेस्ड पर्सनलाइज़ेशन

SPA में, किसी वेबपेज के सभी या कुछ भाग को रिफ़्रेश किया जा सकता है जिसे आम तौर पर “व्यू” या “व्यू स्टेट” के नाम से जाना जाता है। वेब डिज़ाइनर, एडिटर्स को SPA व्यूज़ के लिए पूरी साइट से लेकर विजुअल एलिमेंट के ग्रुप तक पर्सनलाइज़ेशन को चुनने और लागू करने की सुविधा देता है। व्यू में पर्सनलाइज़ेशन को सभी प्रॉडक्ट पेज से लेकर चेकआउट पेज पर डिलीवरी प्रेफ़रेंसेज़ फ़्रेम सहित किसी भी स्तर पर लागू किया जा सकता है। ब्रैंड अपने वेब इम्प्लीमेंटेशन में व्यूज़ को किसी भी तरह डिफ़ाइन कर सकते हैं जो कि उनके SPA की डिज़ाइन को दर्शाता है।

## फ़्लेक्सिबल एडिटिंग

वेब डिज़ाइनर से, टीमों किए गए बदलावों की सूची से बदलावों को रिव्यू कर सकती हैं और कुछ एक क्लिक से उन्हें किसी SPA में एक, कई या सभी व्यूज़ पर आसानी से लागू कर सकती हैं। बिना कोड वाले इस टूल का इस्तेमाल, उदाहरण के लिए पूरे SPA में हेडर स्टाइल को अपडेट करने या संबंधित व्यूज़ के किसी समूह में बैनर शामिल करने जैसे कि कोई आउटडोर गियर स्टोर कैम्पिंग कैटेगरी के सभी व्यूज़ पर टेंट पर 20% छूट के विज्ञापन वाला बैनर जोड़ने में किया जा सकता है।



मार्केटर्स, SPA को तेज़ी से अपडेट करने के लिए एक व्यू में किए गए बदलावों को कई दूसरे व्यूज़ पर लागू कर सकते हैं।

## A/B टेस्टिंग के साथ वेब एक्सपीरिएंसेज़ को पर्सनलाइज़ और ऑप्टिमाइज़ करना।

Journey Optimizer, मार्केटर्स को वेब एक्सपीरिएंसेज़ और इन-ब्राउज़र मैसेज को पर्सनलाइज़ बनाने के साथ-साथ एक्सपीरिएंस और मैसेज के वैरिएंट को आजमाने और उन्हें बेहतर बनाने के लिए एक्सपेरिमेंट्स जोड़ने के लिए दमदार टूल्स उपलब्ध कराता है।

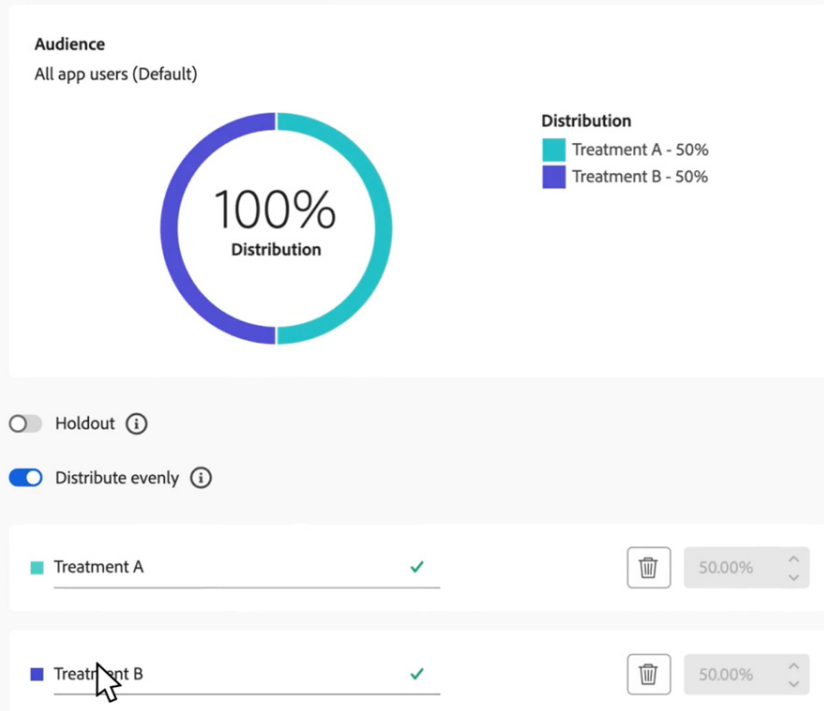
### पर्सनलाइज़ेशन

पर्सनलाइज़ेशन एडिटर, कस्टमर प्रोफ़ाइल एट्रिब्यूट्स जैसे कि पहला नाम, आखिरी नाम और लॉयल्टी प्रोग्राम की सदस्यता के लेवल का इस्तेमाल करके वेब एक्सपीरिएंसेज़ को हर व्यक्ति के लिए खास बनाता है। मार्केटर्स के पास किसी भी कॉन्टेंट को डायनेमिक रूप से बदलने के लिए {profile.value} टोकन सिस्टम मौजूद होता है। उदाहरण के लिए, मार्केटर्स किसी लॉयल्टी प्रोग्राम के गोल्ड लेवल वाले सदस्यों को उनके नाम से ऑफ़र वाला ओवरले डिलीवर कर सकते हैं और यह रेखांकित कर सकते हैं कि यह ऑफ़र उनके गोल्ड-लेवल स्टेटस का तोहफ़ा है। टेस्ट प्रोफ़ाइल्स का इस्तेमाल करके एक पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंस सिम्युलेट करने से मार्केटर्स को पता चलता है कि एक्सपीरिएंस को लाइव लॉन्च करने के पहले वेबसाइट विज़िटर्स को पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट किस तरह का दिखाई देगा।

### डायनेमिक कॉन्टेंट

मार्केटर्स, कंडीशनल रूल्स सेट करके पर्सनलाइज़ेशन को एक कदम और आगे ले जा सकते हैं जो कि वेब एक्सपीरिएंसेज़ को प्रोफ़ाइल एट्रिब्यूट्स, कॉन्टेक्सचुअल इवेंट्स या ऑडियंस के हिसाब से तैयार करता है। वेब एलिमेंट्स में कॉपी, लिंक्स और ऑफ़र्स शामिल होते हैं जिन्हें सही कस्टमर तक सही मैसेज पहुँचाने के लिए डायनेमिक रूप से पर्सनलाइज़ किया जा सकता है। वेब एक्सपीरिएंस में डायनेमिक कॉन्टेंट हर कस्टमर के हिसाब से खुद को बदलता है। उदाहरण के लिए, यदि किसी कस्टमर की लोकेशन सैन फ्रांसिस्को है, तो वेबपेज बैकग्राउंड इमेज, गोल्डन गेट ब्रिज दिखाने के लिए डायनेमिक रूप से अपडेट हो जाएगी।

## Audience distribution



वेब एक्सपीरिएंस और इन-ब्राउज़र मैसेज वैरिएंट्स के साथ एक्सपेरिमेंट करने से मार्केटर्स बेहतरीन परफॉर्मेंस देने वाले कॉपी, इमेज, लेआउट, ऑफ़र्स और दूसरे एलिमेंट्स के साथ नए वैरिएंट्स को खोज सकते हैं और डिलीवर कर सकते हैं।

## A/B टेस्टिंग

अलग कॉपी, इमेज, ऑफ़र्स, लेआउट्स और अन्य एलिमेंट्स के साथ एक्सपीरिएंस के अलग-अलग वैरिएंट का A/B/n टेस्ट रन करने से यह पता चलता है कि क्लिक, रेवेन्यू, कन्वर्ज़न रेट और इंगेजमेंट के आधार पर कौन का वैरिएंट सबसे बढ़िया काम करेगा। अगर यह जानना हो कि क्या सबसे बढ़िया वैरिएंट मौजूदा एक्सपीरिएंस को पीछे छोड़ देगा, इसके लिए ऑडियंस के एक हिस्से को कंट्रोल के तौर पर मौजूदा वैरिएंट मिल सकता है जिसके साथ वे नए वैरिएंट्स की परफॉर्मेंस को मापेंगे।

एक्सपेरिमेंटेशन के लिए कई कॉन्टेंट वैरिएंट से प्रेरणा लेने के लिए, ब्रैंड AI कॉन्टेंट जनरेशन का इस्तेमाल कर सकते हैं। [कॉन्टेंट जनरेशन के लिए AI Assistant](#) के साथ, ब्रैंड नैचुरल लैंग्वेज प्रॉम्प्ट का इस्तेमाल करके बिलकुल नया कॉन्टेंट बनाने के लिए ऑरिजनल कॉन्टेंट को बुनियादी तौर पर इस्तेमाल कर सकते हैं।

# Adobe Journey Optimizer के बारे में।

इंडस्ट्री के प्रमुख Adobe Experience Platform पर नेटिव रूप से बनाया गया, Adobe Journey Optimizer ब्रैंड्स को एक ही क्लाउड-नेटिव ऐप्लिकेशन में लाखों कस्टमर्स के लिए शेड्यूल किए गए ओम्नीचैनल कैंपेन और वन-टू-वन मोमेंट को मैनेज करने की सुविधा देता है, जो समझदारी भरे फैसले और इनसाइट्स के ज़रिए पूरी कस्टमर जर्नी को ऑप्टिमाइज़ करता है।

**जानें कि Adobe Journey Optimizer एक पूरी तरह से कस्टमाइज़ की हुई कस्टमर जर्नी के एक हिस्से के तौर पर आपके वेब पेज एक्सपीरिएन्सेज़ को पर्सनलाइज़ और बेहतर बनाने में आपकी किस तरह मदद कर सकता है।**

और जानें

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.