

APPROFONDIMENTO SULLE FUNZIONALITÀ

## Personalizzazione web con Adobe Journey Optimizer

Coinvolgi e fidelizza i clienti con contenuti web, offerte, overlay ed esperienze personalizzate e ottimizzate.

I brand devono poter personalizzare la messaggistica nel browser in base ai comportamenti dell'utente per assicurarsi che ogni interazione sia rilevante e coerente nel customer journey.

Per questo motivo, il loro scopo è fornire esperienze web dinamiche che migliorino il customer journey e le campagne. Con Adobe Journey Optimizer, gli esperti marketing e i team web possono modificare i contenuti web con l'editing grafico, creare messaggi accattivanti nel browser, personalizzare le applicazioni a pagina singola e ottimizzare costantemente il sito web per assicurarsi che ogni visita abbia un impatto.

Journey Optimizer, infatti, aiuta gli esperti marketing e i team web a migliorare i siti web in cinque aree chiave:



**Messaggistica nel browser.** Strumenti per la creazione e il lancio di finestre a comparsa, banner, overlay e altri messaggi accattivanti usando modelli, flussi di lavoro senza codice e opzioni di personalizzazione.



**Editing visivo delle pagine web.** Un editor visivo WYSIWYG per progettare la customer experience perfetta e modificare contenuti, link, font, immagini e offerte.



**Esperienze basate su codice.** Un editor intuitivo non visivo per inserire e modificare i contenuti web personalizzati per siti web headless o lato server.



**Editing di applicazioni a pagina singola (APS).** Modifica dei controlli per la personalizzazione delle applicazioni a pagina singola.



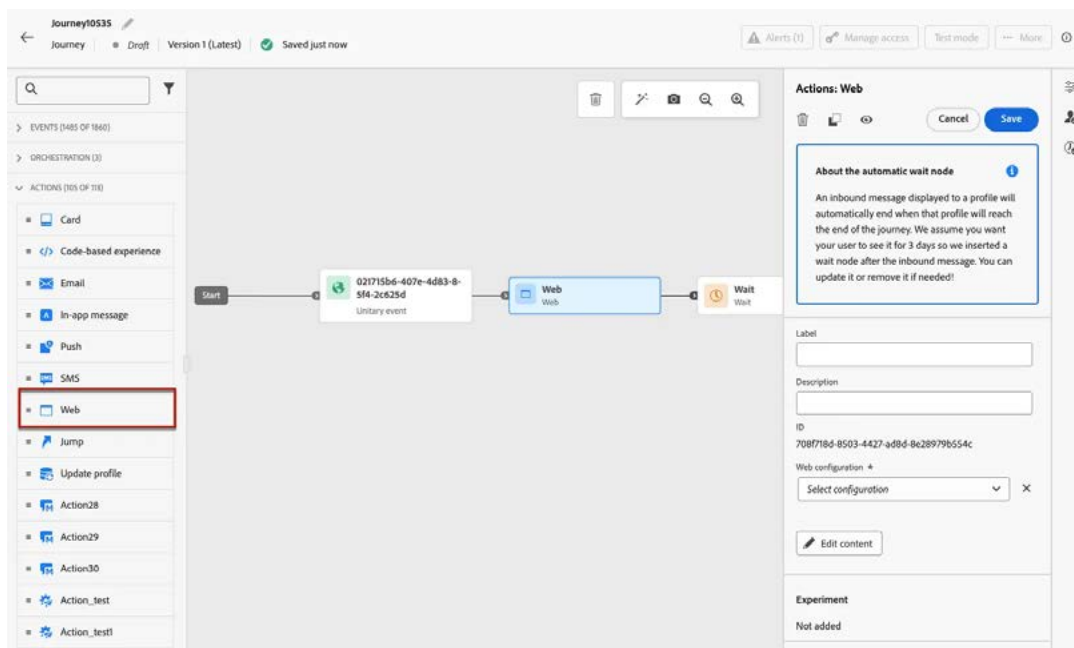
**Personalizzazione e test A/B.** Strumenti per sperimentare con le varianti delle esperienze web, personalizzare i messaggi, creare contenuti multilingua e simulare la personalizzazione.

# Personalizza la messaggistica nel browser.

Con i modelli pronti all'uso, i flussi di lavoro senza codice e le opzioni di personalizzazione in Journey Optimizer, gli esperti marketing riescono a progettare, creare e lanciare rapidamente messaggi coinvolgenti in pop-up, banner, sovrapposizioni e altri elementi dei siti web.

## Messaggistica basata sul comportamento

Grazie all'impostazione di trigger flessibili nei percorsi e nelle campagne, gli esperti marketing riescono a consegnare il messaggio giusto nel browser nel momento giusto in base al comportamento della clientela o a un evento specifico. Per esempio, nei trigger può essere specificata la consegna del messaggio sul caricamento della pagina iniziale o in risposta a un'azione specifica del cliente, come la visita a una pagina o l'inserimento di un articolo nel carrello. Nelle campagne, le chiamate API possono essere utilizzate per far partire l'invio di messaggi transazionali o di marketing nel browser, come nel caso di un messaggio di conferma dopo un acquisto oppure una nota di invio dell'e-mail di recupero delle password.



In un customer journey, gli esperti marketing specificano il comportamento del cliente o l'evento che deve far partire i messaggi nel browser.

## Creazione di esperienze senza codice

Quando un messaggio nel browser è stato inserito in un percorso o in una campagna, gli strumenti appositi per esperti marketing facilitano la creazione di esperienze in browser, come il takeover fullscreen, le strisce di banner, i modali o un messaggio con codice personalizzato che utilizza HTML predefinito. Velocizza la creazione di messaggi nel browser iniziando a lavorare con i modelli pronti all'uso e modificandoli in base alle esigenze del brand. Con la barra di editing in stile CSS, adattare i siti web allo stile richiesto è semplicissimo.

**Gli strumenti appositi per esperti marketing facilitano la creazione di esperienze in browser, come il takeover fullscreen, le strisce di banner, i modali o un messaggio con codice personalizzato che utilizza HTML predefinito.**

## Regole di frequenza

Le regole aziendali che definiscono la frequenza dei messaggi riducono il carico di lavoro degli esperti marketing perché assicurano che ogni messaggio abbia un impatto. Tra le regole di frequenza dei messaggi c'è la possibilità di mostrare un messaggio a ogni visita o solo una volta, quando il cliente lo seleziona o solo per un numero specifico di visualizzazioni.

**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 X

+ Add condition + Make group

**Frequency**

Show message to eligible users

Everytime

☐ Day of week

☐ Time of day

Impostazione delle regole di frequenza che indicano quando e con quale frequenza deve essere visualizzato un messaggio nel browser per aiutare gli esperti a massimizzare l'impatto.

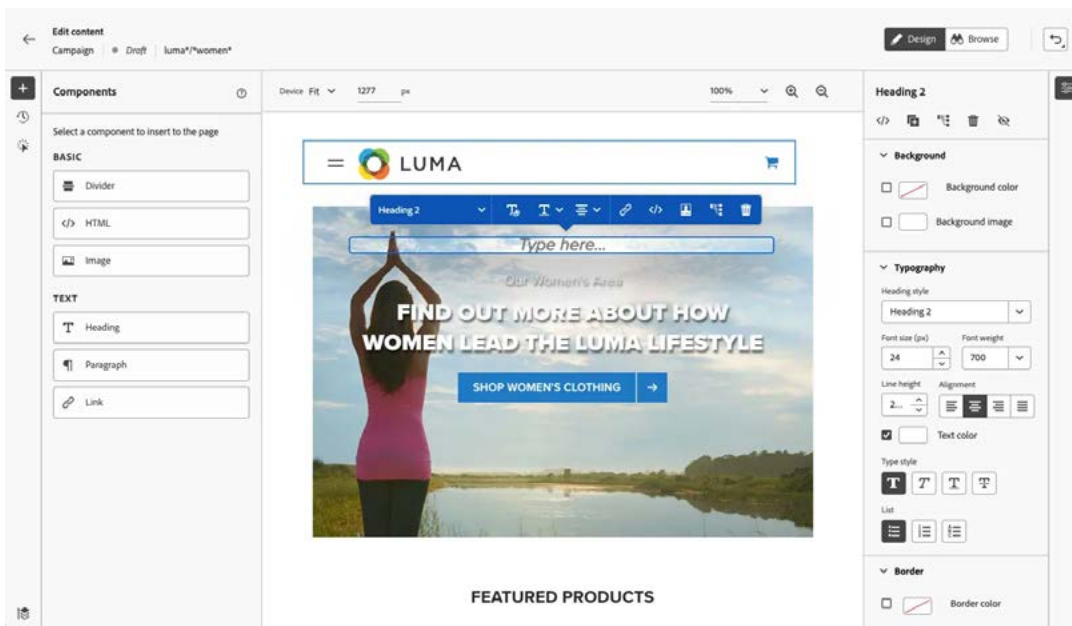
## Esegui le modifiche con un editor intuitivo per pagine web

Con le operazioni sui canali web, Journey Optimizer offre un editor grafico intuitivo per gli esperti marketing e i team web che permette loro di progettare la customer experience perfetta inserendo e modificando qualsiasi elemento da container e blocchi di contenuto fino a colori, bordi, font, link, immagini e offerte. In questo modo, è possibile modificare lo stile senza toccare il codice sottostante. Gli esperti marketing tecnici e i responsabili di prodotto possono quindi modificare facilmente i componenti delle pagine web in un designer di HTML con il controllo totale su HTML, JavaScript e CSS.

## Editing dei componenti

Personalizzare esperienze web accattivanti inserendo nelle pagine web componenti specifici, come divisori di sezioni, blocchi HTML, immagini, intestazioni, link o paragrafi, è veloce e semplice. È infatti possibile modificare o creare direttamente i contenuti per un componente specifico sulla pagina inserendo testo nell'intestazione, scambiando le immagini, aggiungendo link e personalizzazioni e non solo. Le opzioni di modifica disponibili si aggiornano contestualmente in base al componente selezionato. Per esempio, selezionando un container appaiono le opzioni di modifica dell'immagine di sfondo o delle dimensioni del container.

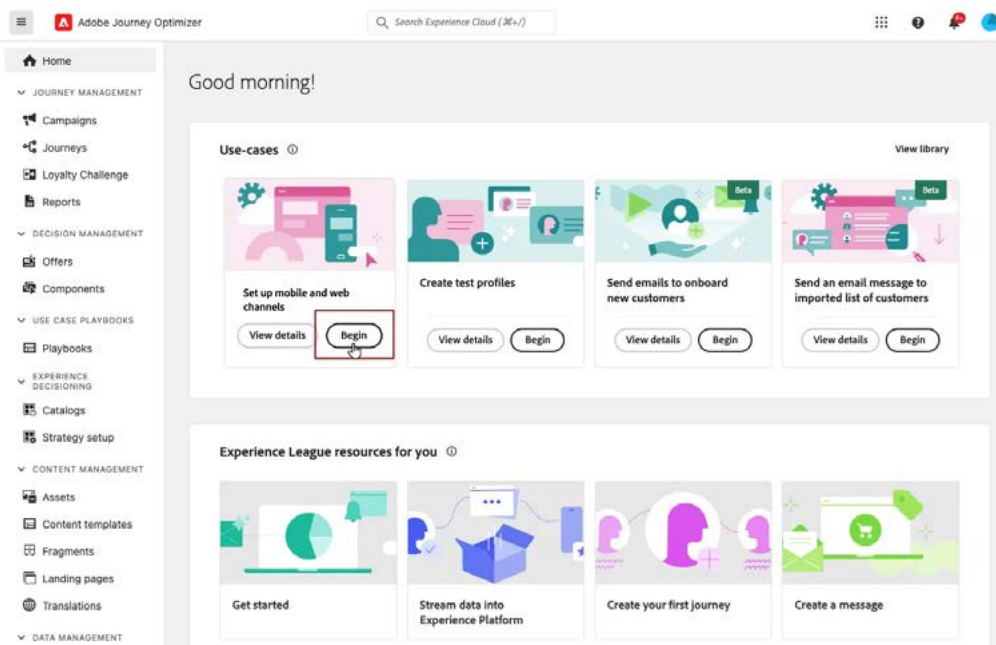
Disponibile con un solo clic, l'editor di HTML offre anche la possibilità di modificare il codice sottostante per un componente selezionato.



Con l'editor web, gli esperti marketing e i team web possono inserire nuovi componenti in una pagina del sito e modificarli direttamente, con opzioni contestuali, oppure possono aprire e utilizzare il designer di HTML per agire sul codice sottostante.

## Perfetta integrazione

L'impostazione guidata del canale consente ai marchi di configurare i canali di engagement per l'utilizzo con Journey Optimizer. Per il canale web, un flusso di lavoro guidato specifica tutti i parametri tecnici necessari per fornire un messaggio o un'esperienza a una pagina web specifica, come la homepage o un set di pagine. L'impostazione guidata dei canali automatizza la configurazione iniziale di un canale in Journey Optimizer e permette così di risparmiare tempo di sviluppo. Inoltre, offre strumenti utili per convalidare l'implementazione o risolvere eventuali problemi.



L'impostazione guidata dei canali velocizza e semplifica la configurazione del canale web di un marchio per permettere agli esperti marketing di modificare, personalizzare e testare le esperienze con Journey Optimizer.

## Modalità di navigazione e modifica

L'editor grafico può passare alle modalità di navigazione e modifica in modo che gli utenti riescano a trovare la pagina esatta da modificare o personalizzare. La modalità di navigazione è utile per le pagine che richiedono l'autenticazione, ad esempio Il mio account. Supporta le operazioni di browsing tipiche dei siti web, come l'utilizzo della navigazione per sfogliare le pagine. La modalità di modifica, invece, apre il designer web e permette agli esperti marketing di realizzare cambiamenti rapidi alle pagine utilizzando l'editor grafico o il designer di HTML per modifiche dirette al codice.

## Anteprime specifiche per dispositivo

Il designer web offre la possibilità di visualizzare le esperienze web in anteprima sui diversi dispositivi utilizzati dal cliente, tra cui desktop, tablet e mobile. Inoltre, l'opzione di cambiare il focus dello zoom assicura che l'esperienza sia correttamente visualizzata sui dispositivi dei clienti con i livelli di zoom desiderati. Con queste opzioni, le esperienze dei siti web sono più semplici per ogni cliente, indipendentemente dal dispositivo.

## Utilizzo delle esperienze basate su codice per le modifiche non visive

Gli esperti marketing possono implementare le esperienze web lato server o in modo headless con esperienze basate su codice. Il flusso di lavoro del canale basato su codice fornisce un'interfaccia non visiva per inserire e modificare elementi specifici in posizioni individuali o più granulari dell'app o della pagina web, indipendentemente dal tipo di applicazione, senza intervenire su tutti gli elementi di contenuto. Le esperienze basate su codice supportano sia JSON che HTML e sono utili anche quando ci sono delle limitazioni per il caricamento di plugin del browser o quando i siti non si caricano in modalità authoring visivo.

## Modifica con applicazioni a pagina singola

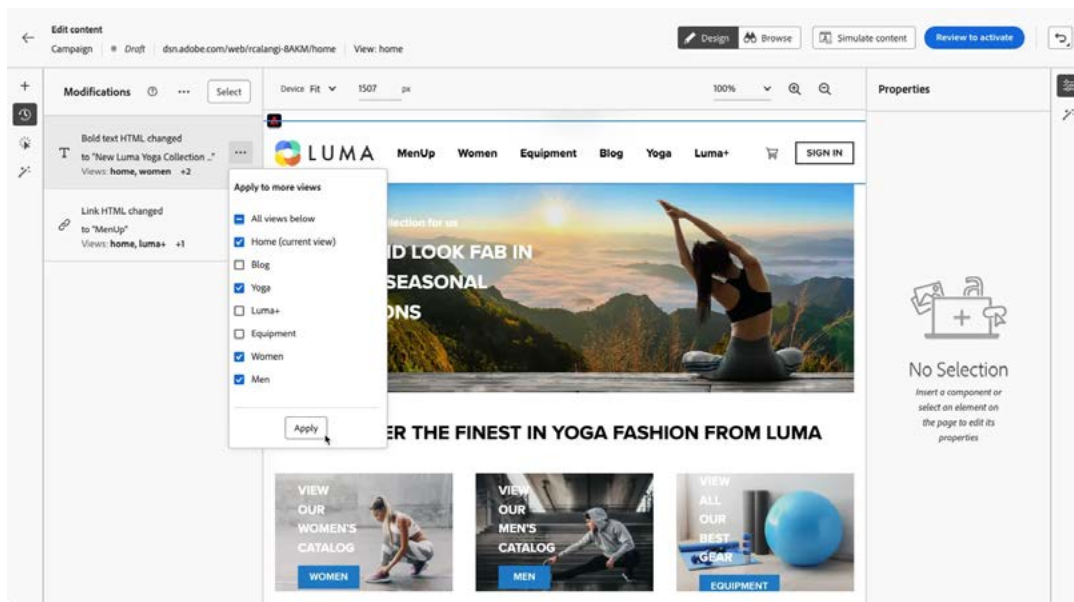
Le applicazioni a pagina singola (APS) sono diverse dalle pagine web tradizionali perché possono essere aggiornate in parte o completamente senza necessità di ricaricamento totale del browser per il recupero dei nuovi contenuti. Gli esperti marketing e i team web possono quindi modificare e personalizzare le APS utilizzando gli stessi controlli WYSIWYG che utilizzerebbero per una pagina web standard.

## Personalizzazione basata sul tipo di vista

In un'applicazione a pagina singola, tutto o parte del sito web può essere aggiornato con quella che viene comunemente chiamata "vista". Il designer web consente agli editor di selezionare e applicare la personalizzazione a specifiche viste da quella completa del sito a un gruppo di elementi grafici, ad esempio la home page o tutte le pagine di prodotto. La personalizzazione può essere applicata a qualsiasi livello in una vista, da tutte le pagine di prodotto fino al riquadro delle preferenze di consegna su una pagina di pagamento. I marchi possono definire le viste nell'implementazione web in qualsiasi modo, in base al design della loro APS.

## Modifiche flessibili

Dal designer web, i team possono revisionare le modifiche dalle lista dei cambiamenti realizzati e, in un paio di clic, applicarle facilmente a una, alcune o tutte le viste nell'applicazione. Questa modifica senza codice può essere utilizzata, ad esempio, per aggiornare lo stile dell'intestazione in tutta l'applicazione a pagina singola o per aggiungere un banner a un set di viste correlate, come nel caso di un negozio di attrezzatura outdoor che inserisce un banner per uno sconto del 20% sulle tende da campeggio in tutte le viste della categoria "Campeggio".



Gli esperti marketing possono applicare le modifiche di una vista anche a tutte le altre viste per aggiornare rapidamente le APS.

## Personalizza e ottimizza le esperienze web con i test A/B

Journey Optimizer offre agli esperti marketing degli strumenti ottimi per la personalizzazione delle esperienze web e della messaggistica nel browser, oltre che per gli esperimenti che testano e ottimizzano le esperienze e le varianti dei messaggi.

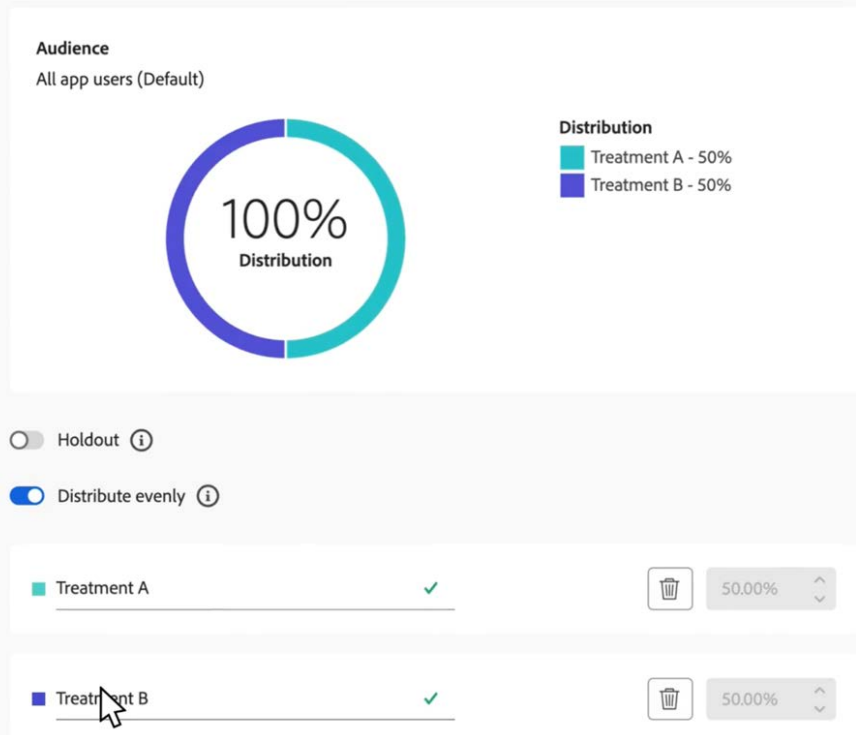
### Personalizzazione

L'editor per la personalizzazione supporta l'adattamento delle esperienze web ai singoli clienti utilizzando attributi del profilo come il nome, il cognome e il livello di iscrizione ai programmi fedeltà. Gli esperti marketing hanno un sistema di token {profile.value} semplice che sostituisce ogni parte di contenuto in modo dinamico. Per esempio, gli esperti marketing possono proporre un'offerta ai membri di livello Gold di un programma fedeltà chiamandoli per nome e facendogli notare che tale offerta è riservata in esclusiva a loro. Simulare un'esperienza personalizzata utilizzando profili di test consente agli esperti marketing di visualizzare prima del lancio dell'esperienza in che modo i contenuti personalizzati verranno mostrati ai visitatori del sito.

### Contenuti dinamici

Gli esperti marketing possono far fare un ulteriore passo avanti alla personalizzazione impostando delle regole per adattare le esperienze web in base agli attributi del profilo, agli eventi contestuali o all'audience. Gli elementi web possono essere personalizzati in modo dinamico per fornire il messaggio giusto al cliente giusto con il testo, i link e le offerte desiderati. I contenuti dinamici nelle esperienze web si adattano infatti a ogni cliente. Per esempio, se un cliente risiede a San Francisco, l'immagine di sfondo della pagina web si aggiornerà automaticamente mostrandogli il Golden Gate Bridge.

## Audience distribution



Sperimentare con le esperienze web e la messaggistica nel browser aiuta gli esperti marketing a scoprire e consegnare varianti con testo, immagini, layout, offerte e altri elementi ben performanti.

## Test A/B

L'esecuzione di test A/B/n delle varianti delle esperienze con diversi testi, immagini, offerte, layout e altri elementi mostra quale variante registra le prestazioni migliori in base ai clic, ai ricavi, ai tassi di conversione e all'engagement. Per determinare se la variante vincente ha performato al meglio nell'esperienza in corso, una parte dell'audience riceve tale variante e funge da gruppo di controllo su cui misurare le prestazioni.

I marchi possono utilizzare la generazione di contenuti tramite IA per trovare l'ispirazione con varianti di contenuto da sperimentare. Con l'[Assistente IA per la generazione di contenuti](#), i marchi utilizzano i contenuti originali come base per crearne di nuovi utilizzando prompt con linguaggio naturale.

# Informazioni su Adobe Journey Optimizer

Nativamente integrato nel leader di settore Adobe Experience Platform, Adobe Journey Optimizer aiuta i marchi a gestire le campagne omnicanale pianificate e i momenti uno-a-uno per milioni di clienti in un'unica applicazione nativa per il cloud, ottimizzando tutto il percorso clienti con decisioni e approfondimenti intelligenti.

**Scopri come Adobe Journey Optimizer può aiutarti a personalizzare e ottimizzare le esperienze sulla tua pagina web nell'ambito di un customer journey completamente personalizzato.**

Scopri di più

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.