

FUNKTIONER I FOKUS

Adobe Journey Optimizer – personalisering på webben

Engagera och behåll kunderna genom att personalisera och optimera innehåll, erbjudanden, överlägg och upplevelser på webben.

Varumärken behöver kunna skräddarsy sina meddelanden i webbläsaren baserat på kundbeteenden för att säkerställa att varje interaktion är meningsfull och enhetlig över varje kundresa.

Varumärken siktar på att leverera dynamiska webbupplevelser som förbättrar varje kundresa och kampanj. Med Adobe Journey Optimizer kan marknadsförare och webbteam utan ansträngning modifiera webbinnehållet med hjälp av visuell redigering, skapa övertygande meddelanden i webbläsaren, personalisera single page-applikationer och optimera webbplatsen kontinuerligt för att säkerställa att varje besök har en effekt.

Journey Optimizer ger marknadsförarna och webbteamen möjlighet att förbättra webbplatserna på fem nyckelområden:



Meddelanden i webbläsaren. Verktyg för att skapa och lansera engagerande popupfönster, bannerbilder, överlägg och annat med mallar, kodningsfria arbetsflöden och Anpassningsalternativ.



Visuell redigering av webbsidor. En visuell WYSIWYG-redigerare för utformning av den perfekta kundupplevelsen och modifiering av innehåll, länkar, typsnitt, bilder och erbjudanden.



Regelbaserade upplevelser. En intuitiv icke-visuell redigerare för infogning och redigering av personaliserat webbinnehåll för headless-webbplatser eller webbplatser på serversidan.



Redigering med single page-applikation (SPA) Redigeringskontroller för personalisering av single page-applikationer.



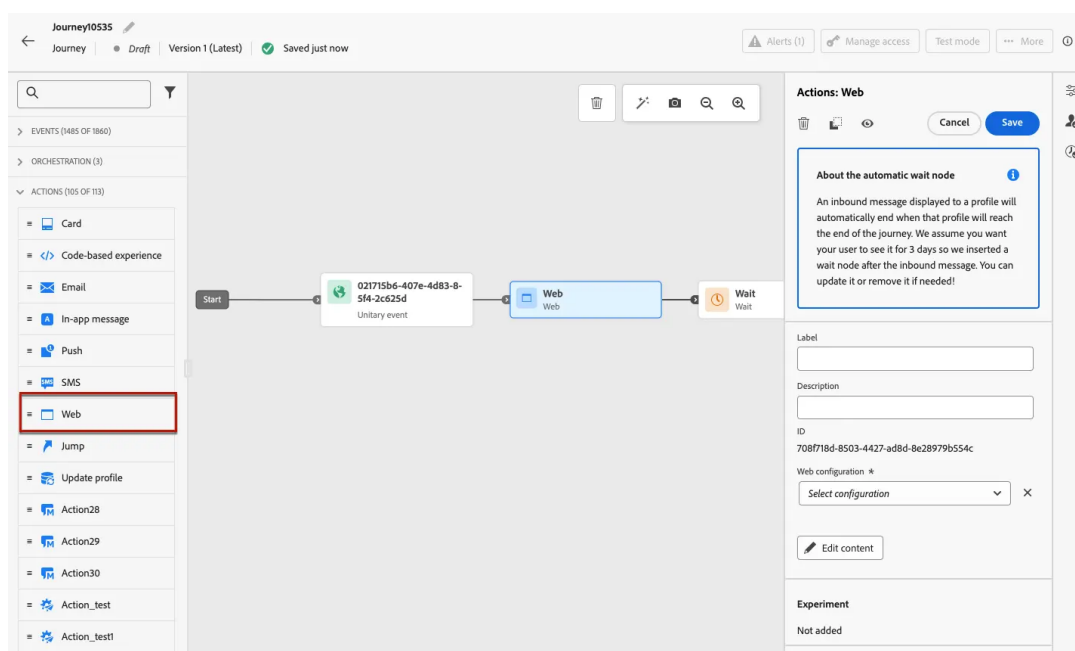
Personalisering och A/B-testning. Verktyg för experiment med webbupplevelsevarianter, personalisering av meddelanden, framställning av innehåll på flera språk och simulering av personalisering.

Personalisera meddelanden i webbläsaren.

Med Journey Optimizers användningsklara mallar, kodningsfria arbetsflöden och anpassningsalternativ kan marknadsförarna snabbt designa, skapa och trigga meddelanden i engagerande popup-fönster, bannerbilder, överlägg med mera.

Beteendebaserade budskap

Genom att ange flexibla triggers i en resa eller kampanj kan marknadsförarna leverera rätt meddelande i rätt ögonblick i webbläsaren, baserat på kundens beteende eller relaterade händelser. Exempelvis kan en trigger specificera meddelandeleveransen på den första webbsidan som laddas eller som svar på specifika kundåtgärder, till exempel att kunden besöker en sida eller lägger till en artikel i kundkorgen. I kampanjer kan API-anrop användas för att utlösa utskick av marknadsförings- och transaktionsmeddelanden i webbläsaren, till exempel ett bekräftelsemeddelande när kunden har köpt något eller ett meddelande om att ett mejl har skickats om kunden har begärt lösenordsåterställning.



I en kundresa specificerar marknadsförarna de kundbeteenden eller händelser som utlöser meddelanden i webbläsaren.

Skapa upplevelser utan kodning

När ett meddelande i webbläsaren har lagts till i en resa eller kampanj är det möjligt att skapa upplevelser i webbläsaren med hjälp av marknadsförarvänliga verktyg, till exempel helskärmvisning, bannerbilder, modalitet eller meddelanden med anpassad, användningsklar HTML-kod. Skapa meddelanden i webbläsaren snabbare genom att börja med användningsklara mallar och ändra dem i enlighet med varumärkets behov. Med ett redigeringsfält i CSS-stil är det enkelt att matcha webbplatsens utseende och känsla.

Marknadsförarvänliga verktyg, till exempel helskärmvisning, bannerbilder, modalitet eller meddelanden med anpassad, användningsklar HTML-kod.

Frekvensregler

Affärsregler som definierar hur ofta ett meddelande ska visas minskar reklamtröttheten genom att säkerställa att varje meddelande har effekt. I reglerna för meddelandefrekvens ingår möjligheten att visa ett meddelande bara en gång eller ett visst antal gånger per besök tills kunden klickar på det.

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

Inställningen av frekvensregler för när eller hur ofta ett meddelande i webbläsaren ska visas hjälper marknadsförarna att maximera verkningsgraden.

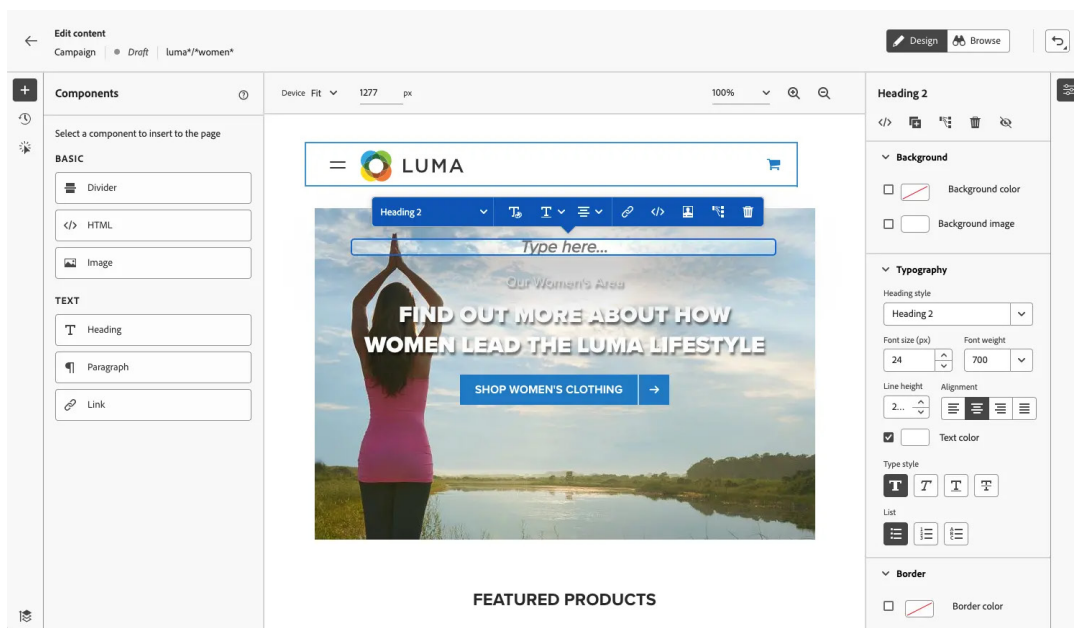
Redigering med en visuell redigerare för webbsidor.

För webbkanalen tillhandahåller Journey Optimizer en visuell redigerare som marknadsförare och webteam kan använda för att utforma den perfekta kundupplevelsen genom att lägga till och modifiera allt från behållare och innehållsblock till bakgrundsfärger, kantlinjer, typsnitt, länkar, bilder och erbjudanden. Användarna kan göra ändringar som sätter stil utan att behöva jobba med den underliggande koden. Tekniska marknadsförare och produktchefer har möjlighet att ändra webbsidekomponenter i en HTML-designer med full kontroll över HTML, JavaScript och CSS.

Komponentredigering

Att skapa övertygande webbupplevelser genom personalisering är snabbt och enkelt när man kan infoga komponenter – till exempel sektionsavgränsare, HTML-block, bilder, rubriker, länkar och foton – på en webbsida. Du kan ändra eller skapa innehåll för en viss komponent direkt på sidan genom att ange till exempel en rubriktext, byta ut bilder eller lägga till länkar och personalisering. De tillgängliga redigeringsalternativen uppdateras kontextuellt baserat på den valda komponenten. Om du till exempel väljer en behållare visas alternativ som ger möjlighet att byta bakgrundsbild eller ändra behållarens storlek.

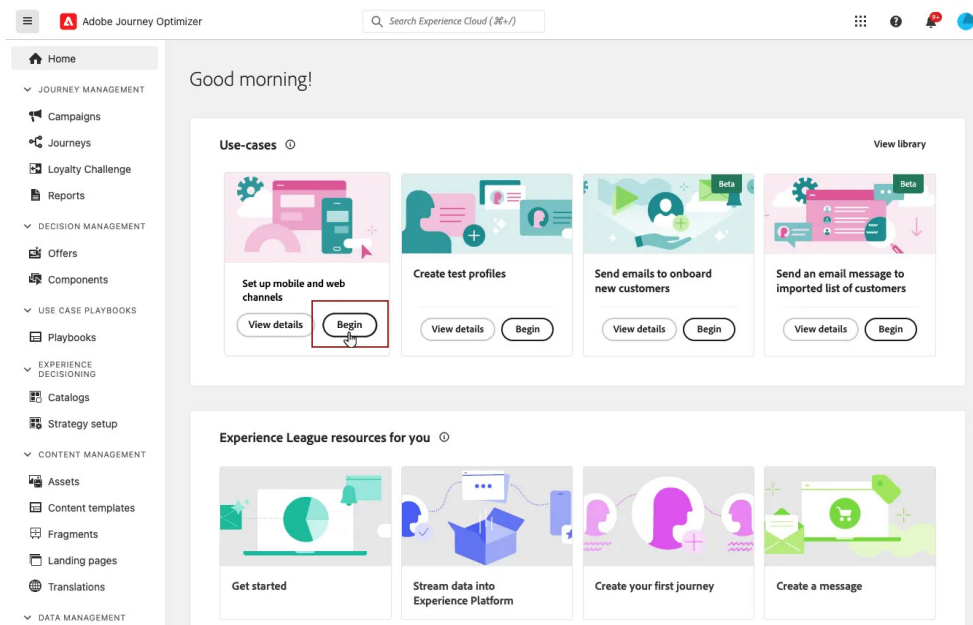
En HTML-redigerare som är tillgänglig med ett enda klick ger dessutom möjlighet att ändra den underliggande koden för en viss komponent.



Med webbredigeraren kan marknadsförare och webbteam infoga nya webbplatskomponenter på en sida och redigera dem direkt via kontextuella alternativ, eller öppna och använda HTML-designern för att redigera den underliggande koden.

Smidig integrering

[Guidad kanalinställning](#) ger varumärken möjlighet att konfigurera engagemangskanaler som används med Journey Optimizer. För webbkanaalen specificerar ett guidat arbetsflöde alla de tekniska parametrar som behövs för att leverera ett meddelande eller en upplevelse till en specifik webbsida, till exempel startsidan eller en uppsättning av sidor. Den guidade kanalinställningen automatiserar den inledande konfigurationen av en kanal i Journey Optimizer, vilket sparar in utvecklingstid. Dessutom tillhandahålls kvalitetssäkringsverktyg som validerar och felsöker implementeringen.



Den guidade kanalinställningen snabbar upp och förenklar konfigurationen av ett varumärkes webbkanaal, så att marknadsförarna kan ändra, personalisera och testa upplevelser med Journey Optimizer.

Bläddrings- och redigeringsläge

Den visuella redigeraren kan växla mellan bläddrings- och redigeringsläge, så att man kan navigera till exakt den webbsida som ska redigeras eller personaliseras. Bläddringsläget är mycket användbart för sidor som kräver autentisering, till exempel sidan Mitt konto. Detta läge stöder typiska åtgärder för webbplatsbläddring, till exempel navigering för att bläddra till en viss sida. Redigeringsläget öppnar webbdesignern, som ger marknadsförarna möjlighet att göra snabba ändringar på webbsidor med hjälp av den visuella redigeraren eller HTML-designern för direkt omkodning.

Enhetsspecifik förhandsvisning

Webbdesignern erbjuder möjligheten att förhandsvisa webbupplevelser baserat på de olika enheter som används av varumärkets kunder, till exempel dator, surfplatta och mobila enheter. Dessutom erbjuds alternativet att ändra zoominställningen för att säkerställa att upplevelsen visas med korrekt zoomnivå på kundernas enheter. Med dessa alternativ visas webbupplevelserna på ett perfekt sätt för varje kund, oavsett vilken enhet som används.

Användning av kodbaserade upplevelser för icke-visuell redigering.

Marknadsförare kan driftsätta webbupplevelser på serversidan eller headless med kodbaserade upplevelser. Det kodbaserade kanalarbetsflödet erbjuder ett icke-visuellt gränssnitt för infogning och redigering av specifika element på enskilda och mer specifika platser i apparna eller på webbsidorna, oavsett vilka typer av applikationer som används, snarare än att ändringar görs i alla innehållselement. Kodbaserade upplevelser stöder både JSON- och HTML-kodning och är även användbara när det finns begränsningar för laddning av webbläsarinsticksprogram eller för webbplatser som inte laddas i visuellt redigeringsläge.

Redigering med single page-applikationer

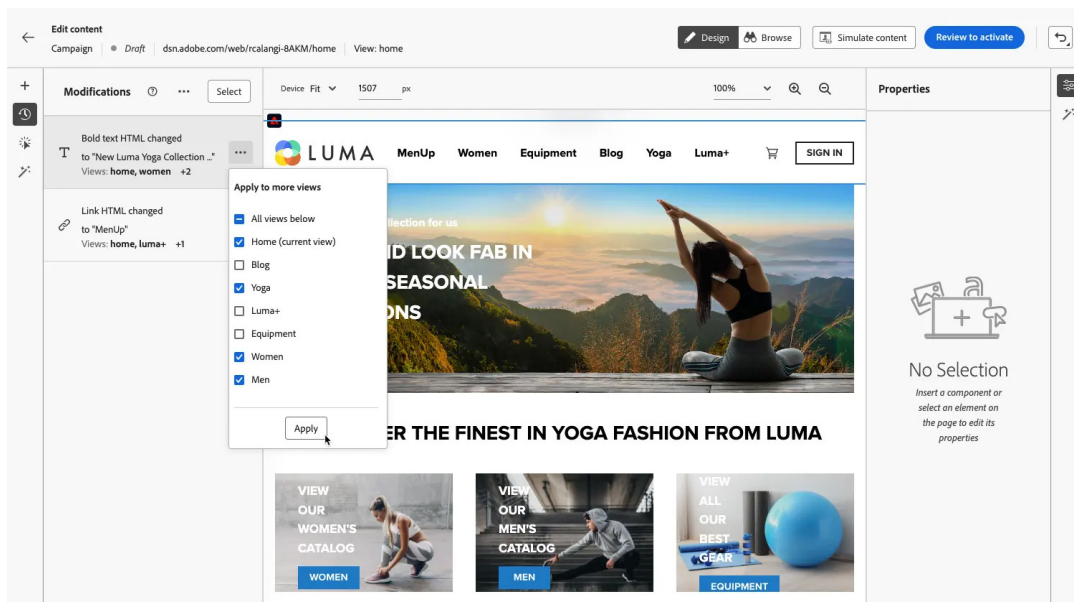
Single page-applikationer (SPA:er) skiljer sig från traditionella webbsidor genom att uppdatera delar av eller hela webbplatsen utan att en fullständig webbläsaruppdatering krävs för hämtning av nytt innehåll. Marknadsförare och webteam kan redigera och personalisera SPA:er med hjälp av samma WYSIWYG-redigeringsverktyg som skulle ha använts för en vanlig webbsida.

Visningsbaserad personalisering

I en SPA kan en webbsida uppdateras delvis eller i sin helhet med hjälp av vad som brukar kallas "view" eller "wiewstate". Webbdesignern ger redigerarna möjlighet att välja och tillämpa personalisering på specifika SPA-vyer – från hela webbplatsen till en grupp av visuella element, till exempel startsidan eller alla produktsidor. Personaliseringen kan tillämpas på valfri nivå i en vy, inklusive alla produktsidor och ända ner till fraktalternativrutan på en kassasida. Varumärken kan definiera vyerna i sin webbimplementering på alla sätt som reflekterar SPA-designen.

Flexibel redigering

Från webbdesignern kan teamen granska ändringar i listan över gjorda ändringar, och med ett par klick kan man tillämpa dem på en enda, flera eller alla vyer i en SPA. Denna kodningsfria redigering kan till exempel användas till att uppdatera rubrikstilen i en hel SPA eller för att lägga till en bannerbild i en uppsättning relaterade vyer. Till exempel kan en butik med friluftsutrustning lägga till en bannerbildannons om 20 % rabatt på tält i alla visningar i campingkategorin.



Marknadsförare kan tillämpa ändringar som är gjorda för en vy på flera andra vyer för snabba SPA-uppdateringar.

Personalisera och optimera webbupplevelser med A/B-testning.

Journey Optimizer förser marknadsförarna med robusta verktyg för personalisering av webbupplevelser och meddelanden i webbläsaren, samt för tillägg av experiment som testar och optimerar upplevelse- och budskapsvarianter.

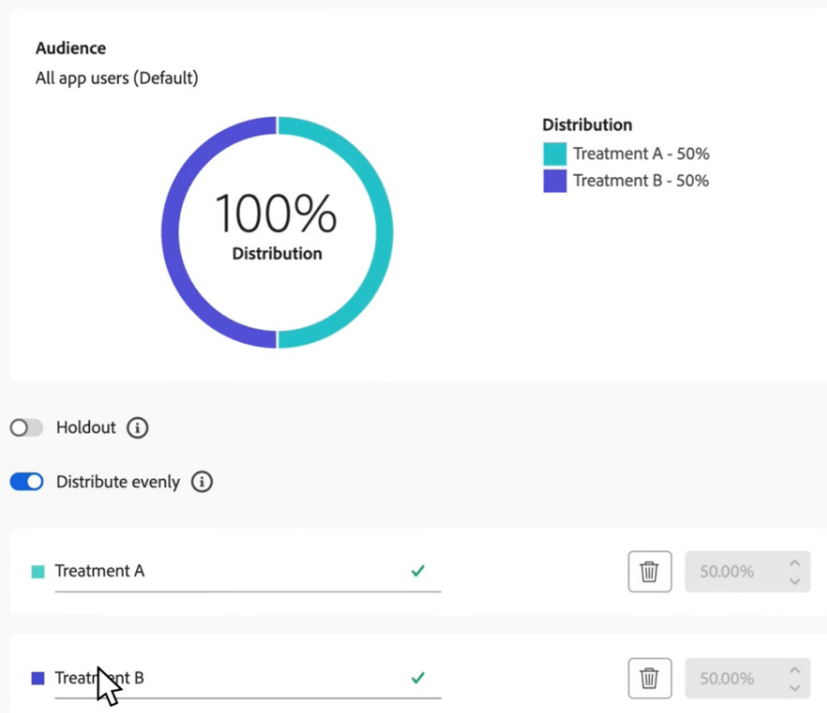
Personalisering

Personaliseringsredigeraren stöder skräddarsydda webbupplevelser på individnivå med hjälp av anpassade profilattribut, till exempel förnamn, efternamn och bonusnivå. Marknadsförare kan ha ett enkelt {profile.value} tokensystem som ersätter alla innehållselement dynamiskt. Marknadsförare kan till exempel leverera ett överlägg med ett erbjudande till bonusmedlemmar på guldnivå, hälsa dem med deras namn och nämna att erbjudandet är en förmån för guldnivåmedlemmar. Genom att simulera en personifierad upplevelse med testprofiler kan marknadsförarna se hur det personifierade innehållet visas för webbplatsens besökare innan experimentet startas.

Dynamiskt innehåll

Marknadsförare kan personalisera ytterligare genom att ange villkor som skräddarsyr webbupplevelsorna baserat på profilattribut, kontextuella händelser eller målgrupper. Webbelement som kan personaliseras dynamiskt för att leverera rätt meddelande till rätt kund är bland andra copytext, länkar och erbjudanden. Det dynamiska innehållet i webbupplevelsen anpassas efter varje kund. Om kunden bor i till exempel San Francisco skulle bakgrundsbilden automatiskt uppdateras så att den visar Golden Gate-bron.

Audience distribution



Experiment med webbupplevelser och olika varianter av meddelanden i webbläsaren hjälper marknadsförarna att upptäcka och leverera varianter med copytexten, bilderna, layouten, erbjudandena och de övriga elementen som presterar bäst.

A/B-tester

Att köra A/B-tester av upplevelsevarianter med olika copytext, bilder, erbjudanden, layouter och andra olika element visar vilka varianter som presterar bäst baserat på klick, intäkt, konverteringsgrad och engagemang. För att avgöra om den variant som presterar bäst är bättre än den aktuella upplevelsen kan en del av målgruppen få den aktuella varianten som en kontroll som de nya varianterna kan jämföras med.

För att få inspiration till flera innehållsvarianter att experimentera med kan varumärkena generera innehåll med hjälp av AI. Med [AI-assistenten för innehållsgenerering](#) använder varumärkena originalinnehåll som bas för att skapa helt nytt innehåll med hjälp av prompter med naturligt språk.

Om Adobe Journey Optimizer.

Adobe Journey Optimizer bygger på den branschledande plattformen Adobe Experience Platform och ger varumärken möjlighet att hantera schemalagda omnikanalskampanjer och enskilda ögonblick för miljontals kunder med en enda molnbaserad lösning, så att hela kundresan kan optimeras med intelligent beslutsfattande och intelligenta insikter.

Upptäck hur Adobe Journey Optimizer kan hjälpa er att personalisera och optimera upplevelserna på webbsidorna som en del av en helt anpassad kundresa.

Ta reda på mer

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 och Adobes logotyp är antingen registrerade varumärken eller varumärken som tillhör Adobe i USA och/eller andra länder.