



# Desenho de jornadas do cliente com base na arte do possível:

como aproveitar a orquestração da jornada para cultivar a lealdade à marca por meio de experiências omnicanal instantâneas, personalizadas para cada cliente.

**Perfil**

**James Khan**  
Email: james@bodea.com | Data de nascimento: 27/08/1994

**Notificação**

**VIAGEM DE SURFE**  
Reserve agora

# Reavalie a concorrência. Reinvente a jornada do cliente.

Talvez os concorrentes não sejam quem você pensava. Uma pesquisa da Adobe e da Concentrix aponta que o consumidor médio recebe 139 mensagens de marcas por semana em diferentes canais, e ignora aproximadamente **48%** delas. Seus concorrentes não se limitam apenas às empresas que oferecem os mesmos produtos ou serviços, mas também às marcas que disputam a limitada atenção do seu público.

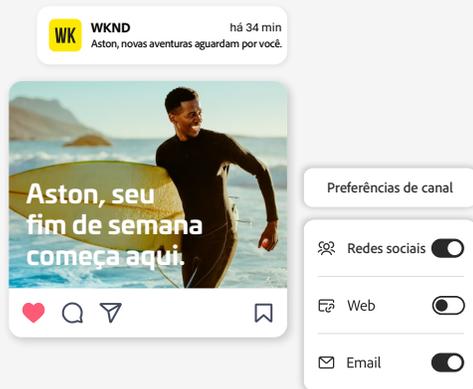
Nunca foi tão importante colocar o cliente em primeiro lugar no seu marketing. Com as mais recentes tecnologias de engajamento do cliente, as marcas estão desenvolvendo experiências hiper-relevantes, personalizadas até o nível de cada cliente individualmente. Pessoa certa. Mensagem certa. Hora certa. Canal certo. Para revitalizar o engajamento do cliente e aumentar o ROI de marketing, é hora de abandonar a abordagem de envio em massa e adotar a criação de jornadas personalizadas, impulsionadas por contexto em tempo real.

**“A personalização não é novidade. A inovação está em nossa abordagem para alcançar a personalização individual em grande escala, por meio de múltiplos canais. Com insights em tempo real sobre as compras dos clientes, podemos proporcionar ofertas personalizadas, experiências digitais e de aplicativos sob medida, além de comunicações altamente relevantes. Essas experiências perfeitamente sincronizadas promovem crescimento lucrativo, amor à marca e fidelidade.”**



**Bennett Fox-Glassman,**  
Vice-presidente sênior de  
jornadas do cliente,  
Macy's

# Seus clientes são únicos. Mas seus desafios de orquestração não são.



Seus clientes recentes. Seus clientes fiéis. Seus próximos clientes. Todos eles estão na própria jornada com sua marca: interagindo por meio de diferentes canais, com diversas motivações que direcionam o comportamento.

Uma pesquisa da Gartner revelou que os profissionais de marketing estão executando campanhas em uma média de 9 canais, mas os clientes frequentemente vivenciam experiências bastante distintas de um canal para outro. Nesse cenário genuinamente omnicanal, muitas marcas estão enfrentando desafios semelhantes ao tentar estabelecer conexões significativas com o público.

## Jornadas conectadas precisam de equipes conectadas.

Seguindo a Lei de Conway, as jornadas conectadas do cliente surgem de equipes interconectadas. No entanto, à medida que as empresas crescem, também crescem os silos de equipes com prioridades distintas. Em muitas organizações, cada equipe tem a própria cultura. Os próprios objetivos. Os próprios alvos. Fazer a transição de uma mentalidade de campanhas para jornadas de clientes personalizadas e conectadas exige parcerias multifuncionais em toda a organização. Todos precisam compreender a visão, o imperativo comercial e o contexto do cliente. Além disso, os KPIs devem ser adaptados para transformar a experiência do cliente em um verdadeiro indicador de sucesso.

## Jornadas conectadas precisam de dados de clientes conectados.

Para orquestrar jornadas omnicanal personalizadas, é essencial ter acesso a dados unificados do cliente. Resumidamente: deve haver uma fonte centralizada de informações do cliente para ativar jornadas personalizadas. No entanto, os dados dos clientes frequentemente estão armazenados em silos fragmentados, o que dificulta a extração rápida de insights valiosos.

**76% dos profissionais de marketing consideram a compreensão e os insights sobre o cliente como essenciais ou de alta prioridade para o sucesso.**

**Gartner**

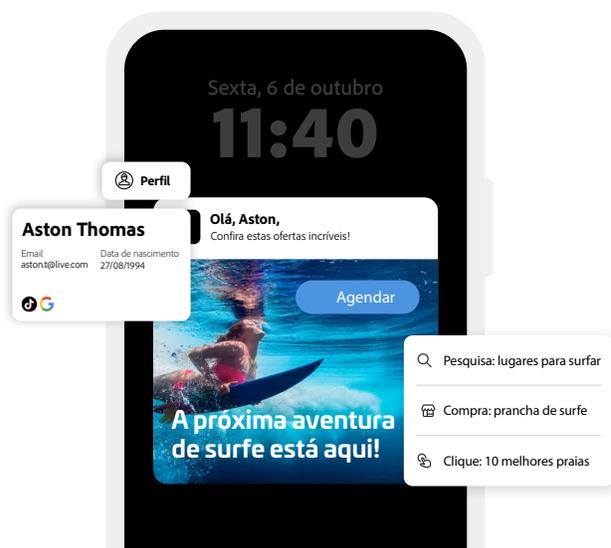
# Crie jornadas atraentes para cada cliente. Incentive uma profunda fidelidade à marca.

Os momentos são importantes. Cada interação afeta a maneira como sua marca é vista pelo público. Cada ponto de contato representa uma oportunidade de se destacar, agregar valor e estabelecer uma conexão mais profunda com o cliente, o que potencializa o engajamento, fortalece a fidelização e, por fim, gera mais receita para os negócios.

A tecnologia de orquestração de jornadas é a chave que permite projetar, executar e otimizar jornadas personalizadas do cliente em tempo real, em todos os canais. As marcas estão começando a perceber uma clara necessidade comercial de aprimorar as capacidades de orquestração.

**71% dos consumidores esperam interações personalizadas, e 78% afirmam que ofertas personalizadas aumentam a probabilidade de compra.**

McKinsey  
& Company



**80% dos consumidores consideram que experiências consistentes em diferentes canais online são "importantes" ou "essenciais" para atender às suas expectativas.**

**Adobe** | **Econsultancy**

Depois de décadas de campanhas de “distribuição em massa”, os consumidores passaram a ignorar as mensagens genéricas de marketing. As mensagens que realmente geram impacto são aquelas personalizadas e altamente contextuais. Elas mostram que você compreende o relacionamento do cliente com sua marca e está atento à intenção de compra.

Com a orquestração da jornada, é possível criar momentos memoráveis que tornam as interações com o cliente mais surpreendentes e agradáveis. Defina gatilhos que respondam aos sinais do cliente em tempo real. Use eventos externos para ativar novas jornadas de clientes.

Crie campanhas omnicanal que partam do relacionamento dos clientes com sua marca.

Após o design das jornadas, elas funcionam de maneira fluida, em segundo plano. Quando os clientes atendem aos critérios de seleção específicos, eles são automaticamente inseridos na jornada, fluindo de acordo com as interações e os comportamentos, acionando as próximas experiências mais relevantes. Equipes de marketing e produtos, com controles detalhados, podem ajustar essas jornadas com base em insights de dados em tempo real. Isso traz uma eficiência transformadora às operações de marketing.



## Tempo real é igual a engajamento no momento certo.

A tecnologia de orquestração de jornadas integra as ações mais recentes do cliente em todos os canais, garantindo que as interações sejam sempre relevantes, oportunas e alinhadas à intenção do cliente. Afinal, nenhum consumidor quer ver um anúncio da sua marca oferecendo desconto no mesmo produto que comprou de você duas semanas atrás. Se você cancelou seu voo, é frustrante receber notificações por push com informações de partida no dia em que deveria estar viajando.

Com a tecnologia de orquestração de jornadas, é possível criar trajetórias que se adaptam ao comportamento e à localização do cliente, além de eventos externos como clima, resultados esportivos e outros fatores.



**Comportamento do comprador.** Um varejista de cosméticos observa que um cliente adquire o mesmo hidratante mensalmente. Então, ele envia um SMS com um link para uma página de destino, destacando um esfoliante e um tônico da mesma linha, além de oferecer um desconto especial.



**Clima.** Como a previsão é de clima quente, a cafeteria local envia uma notificação por push aos usuários do seu aplicativo de fidelidade antes que saiam de casa, promovendo a linha de bebidas geladas.



**Geolocalização.** Um fã de futebol, no trajeto de volta para casa, recebe um e-mail informando sobre a disponibilidade de ingressos para seu time favorito. Ao passar pela loja do clube, ele recebe um SMS com um código de desconto para a nova camisa principal.



**Fidelidade.** Com a chegada do Natal, você oferece aos clientes mais fiéis 48 horas exclusivas para encomendar o peru de Natal, antes de liberar a disponibilidade para o restante da base de clientes.

# Tecnologia de orquestração de jornadas voltada para o futuro.

## E as oportunidades para sua marca.

A moderna tecnologia de orquestração de jornadas serve como o núcleo central para criar, ativar e aprimorar as jornadas do cliente e as experiências omnicanal. Veja os principais recursos que você deve procurar.



## Alcance qualquer canal, na hora certa.

As melhores plataformas de orquestração possibilitam o envio de mensagens para qualquer plataforma digital. Isso significa canais nativos de entrada e saída, como e-mail, in-app, SMS/MMS e web. Além disso, elas aproveitam a extensibilidade de terceiros para enviar mensagens para novas superfícies de saída, como caixas eletrônicos, quiosques, televisores inteligentes e painéis de publicidade digital. Se você consegue imaginar uma mensagem em um determinado canal, você deve ser capaz de enviá-la para lá.

Para tornar isso possível, é essencial contar com as bases de dados corretas: um perfil centralizado de dados do cliente que oferece um registro atualizado de cada interação, com identidades coesas do cliente sincronizadas. E, é claro, quando se trata de dados de clientes, a privacidade é uma preocupação crucial.

Uma infraestrutura robusta de privacidade e governança de dados deve ser integrada à sua plataforma de orquestração. Busque recursos como gerenciamento de consentimento, rotulagem de dados, controle de uso e criação de políticas de consentimento para garantir que os dados dos clientes estejam seguros e em conformidade em todas as áreas do negócio.

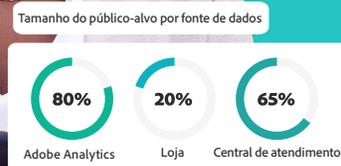
**91% dos consumidores afirmam que é importante ou extremamente importante ter a certeza de que suas informações pessoais estão sendo tratadas de maneira responsável e segura pelas marcas.**

**Adobe** | **Econsultancy**

**“A capacidade de reunir todas as informações dos nossos clientes em tempo real é fundamental para nos ajudar a interagir com os bilhões de consumidores da Coca-Cola no mundo inteiro.”**



**Keith Bartig,**  
Diretor de tecnologias  
de marketing de precisão,  
The Coca Cola Company



## Crie jornadas que funcionem melhor para o seu negócio.

Quanto mais personalizadas forem as jornadas, melhores se tornam os dados dos clientes. E quanto mais precisos forem os dados, mais eficaz será a personalização. A tecnologia de orquestração de jornadas deve permitir a visualização em tempo real do percurso dos clientes, com funcionalidades de relatórios e métricas ajustadas.

Isso significa acompanhar o desempenho em todas as jornadas ativas, proporcionando uma visão detalhada de quantos clientes estão ingressando, interagindo e saindo dessas jornadas. Isso significa monitorar quantos clientes atendem aos critérios para uma nova jornada e acompanhar quantos estão participando em tempo real. Além disso, envolve o uso de modelagem para ter insights sobre como uma nova jornada pode funcionar antes da ativação.

## Design de jornada intuitivo e criação rápida de conteúdo.

As principais tecnologias de orquestração de jornadas permitem criar jornadas do cliente com funcionalidades de arrastar e soltar, além de possibilitar a ativação dessas jornadas em tempo real em todos os canais. Evidentemente, orquestrar jornadas personalizadas é uma coisa; criar os ativos de marketing é outra. Por isso, busque a capacidade de criar conteúdo de maneira nativa, como designers WYSIWYG, interfaces de codificação e modelos de mensagens. A importação dos ativos da sua marca deve ser fluida, permitindo criar rapidamente conteúdo envolvente e otimizado para os canais que escolher.

Por fim, a integração perfeita com sua tecnologia de marketing, análise e dados de clientes é um aspecto fundamental.

## Um núcleo central para o engajamento do cliente.

O **Adobe Journey Optimizer** é um aplicativo individual para gerenciar campanhas omnicanal programadas e engajamento individual baseado em gatilhos, com decisões e insights inteligentes. Ele inclui melhorias inovadoras em IA, como o AI Assistant Content Accelerator, que permite criar conteúdo personalizado de maneira rápida e em grande escala. Transforme comandos simples e intuitivos em conteúdo de marketing de marca totalmente desenvolvido, pronto para ser usado em canais como email, notificação por push e SMS. Além disso, realize testes de divisão com variações de conteúdo para aprimorar o desempenho e impulsionar ainda mais a personalização. Uma pesquisa da Forrester revelou que as marcas que adotam o Journey Optimizer podem esperar um aumento de **20%** na eficiência da orquestração de campanhas e um ROI de **431%** em três anos.

# A IA está remodelando o que é possível fazer com a orquestração de jornadas.

A tecnologia de orquestração mais avançada integra IA para aprimorar a jornada do cliente. Use modelos que aprimorem a personalização e proporcionem definições de oferta. Crie rapidamente conteúdo de marca, com variações adaptadas para diferentes públicos.



## Coletar dados



Leu: A Surf Legend's Long Ride



Pesquisou: aulas de surfe perto de mim



## Anúncio personalizado



Sevoi Resorts



Automatize as melhores ações e ofertas de produtos personalizadas ou classifique automaticamente as jornadas e ofertas com base na capacidade de alcançar seus objetivos comerciais estratégicos.

As principais plataformas de orquestração também oferecem um assistente de IA nativo que responde a consultas em linguagem natural, permitindo que você faça perguntas sobre as tendências nos dados. Alguns assistentes de IA também auxiliam na integração de usuários, introduzindo gradualmente funcionalidades mais avançadas para garantir que a equipe aproveite ao máximo o conjunto completo de ferramentas de gerenciamento de jornadas.

TELMORE

## A Telmore é conhecida por sua excelência em comunicação.

A Telmore não é uma empresa de telecomunicações comum. Ela também é líder em vídeo, música e entretenimento na Dinamarca. Ela acumulou uma grande quantidade de dados de clientes. Infelizmente, muitos desses dados estavam fragmentados, o que tornava mais difícil para os profissionais de marketing mostrar aos clientes os pacotes ideais. Clientes que gostam de ouvir música veriam as mesmas ofertas que um espectador casual de TV ou um aficionado por mídia que desejasse ter acesso a todos os serviços de streaming. Graças à Adobe, a Telmore agora tem uma visão completa dos clientes, com dados online e offline de todos os sistemas. Tudo, desde assinaturas e pontuações de rotatividade até dados de comportamento em sites e aplicativos, foi unificado. Agora, quando os clientes acessam o site, o aplicativo ou navegam no Facebook, veem campanhas e ofertas consistentes, pois os profissionais de marketing da Telmore sabem o que é interessante para eles.

**21%**

de aumento nas vendas digitais.

**25%**

de aumento nas vendas cruzadas a clientes existentes.

**11%**

de aumento nas vendas resultantes de ofertas personalizadas classificadas com o uso de inteligência artificial.

**80%**

de taxa de abertura de email.

**“Estamos deixando de otimizar as experiências para os públicos e começando a dar a cada pessoa o que ela quer. Os clientes têm acesso a ofertas mais relevantes, o que os incentiva a adicionar serviços ou até mesmo mudar da concorrência.”**



Frederik Scholten,  
CMO da Telmore

Teste A/B



**Telmore music**  
Assinatura renovada

# Primeiros passos para liderar a orquestração da jornada.

Ao iniciar a orquestração de jornadas, é fácil perder de vista seus principais objetivos de negócios.

Por isso, embora as jornadas devam sempre ser centradas no cliente, elas também precisam estar alinhadas com suas metas estratégicas e comerciais em cada etapa do ciclo de vida do cliente, seja para aumentar a conversão, melhorar o sentimento do cliente, fortalecer a fidelidade ou atingir outros objetivos.

Dado o vasto potencial, identificar as primeiras jornadas a serem priorizadas pode parecer desafiador. No entanto, é quase sempre mais eficaz começar onde você já tem acesso fácil a dados confiáveis dos clientes. Dessa forma, você pode rapidamente demonstrar o impacto da orquestração da jornada. Com isso, você terá um caso de uso que mostra como se conectar melhor com os clientes, aumentar o engajamento de marketing e alcançar seus objetivos de negócios. Então, você pode ganhar impulso e, gradualmente, desenvolver jornadas do cliente mais dinâmicas e personalizadas.



## Análise da campanha

● Cliques

**865**

● Clientes potenciais

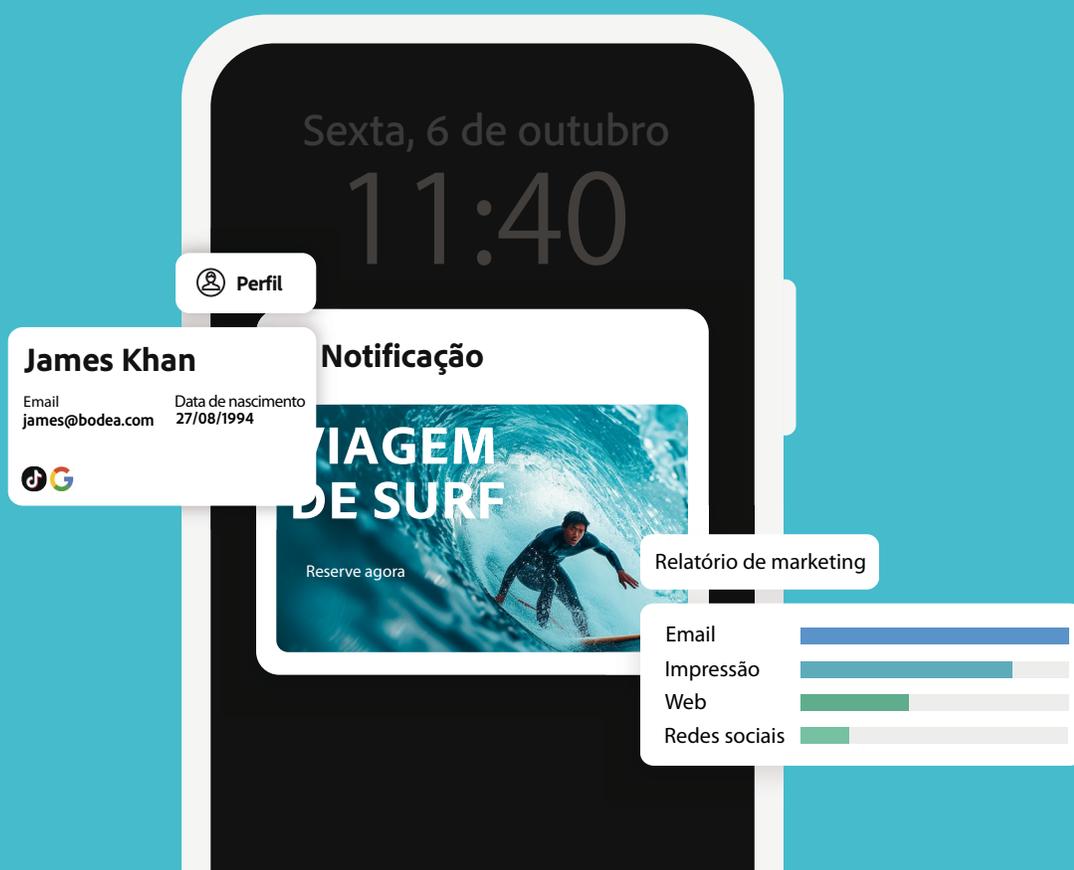
**52**

# Agora é o momento de criar conexões mais próximas com os clientes.

Ao aproveitar o poder de orquestrar jornadas personalizadas entregues no momento exato, as marcas têm uma oportunidade empolgante de aumentar o engajamento de marketing, fortalecer relacionamentos duradouros com os clientes e avançar de maneira decisiva em direção aos objetivos estratégicos.

Com as campanhas tradicionais de envio em massa perdendo força com o público, o sucesso futuro dependerá da capacidade de criar interações personalizadas que respondam ao comportamento do cliente em tempo real, veiculadas nos canais mais relevantes para cada cliente.

Tudo faz parte da jornada.



## **A jornada começa aqui.**

O **Adobe Journey Optimizer** permite que as marcas ajam com base em dados em tempo real para orquestrar jornadas personalizadas e omnicanal, garantindo consistência, contexto e entrega no momento certo. Ele possibilita a criação e entrega de jornadas individuais e em tempo real, além de campanhas de marketing programadas, em qualquer aplicativo, dispositivo, tela ou canal, tudo em uma única interface. O resultado são experiências de marca impactantes que aumentam a fidelização do cliente e o valor ao longo da jornada.

Saiba como

## Fontes.

["2024 Digital Trends"](#), Adobe e Econsultancy, 2024.

["How Macy's is growing brand love and customer loyalty with personalization at scale"](#), história do cliente da Adobe para a Macy's, 2024.

["Quadrante Mágico para hubs de marketing multicanal"](#), Gartner, 2023.

["Refreshing billions around the world"](#), história de cliente da Adobe para Coca-Cola, 2023.

["Transformação do gerenciamento da jornada do cliente: Conecte-se com os clientes do jeito deles"](#), Adobe e Concentrix, 2024.

["Telmore personalises customer marketing with AI and Adobe"](#), história do cliente Adobe para Telmore, 2024.

["Total Economic Impact da Adobe Real-Time Customer Data Platform, do Journey Optimizer e do Customer Journey Analytics: benefícios comerciais significativos e economia de custos para aplicativos nativamente integrados à Adobe Experience Platform"](#), Forrester Research, novembro de 2023.

["The value of getting personalization right—or wrong—is multiplying"](#), McKinsey, 2021.

