

Adobe GenStudio
for Performance Marketing

Da prova de conceito a uma solução dimensionável de IA generativa.

Como a organização de marketing global da Adobe dimensionou a criação de conteúdo com o GenStudio for Performance Marketing.

Gerar

Peixe 3D surrealista

Localizar

Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10点を無料でお試しください。

Índice

Introdução.	3
Marketing corporativo em escala global.	4
O desafio que enfrentamos.	5
IA generativa e a oportunidade de dimensionamento de conteúdo na Adobe.	6
A primeira etapa: aumentar a produtividade dos profissionais de criação.	6
A segunda etapa: capacitar o marketing a criar conteúdo.	7
Validação da IA generativa em nossas operações de marketing.	7
Criação de uma solução dimensionável.	8
Como a IA generativa solucionou nossas necessidades não atendidas.	8
1. Testar em escala para conteúdo por email e pago nas redes sociais.	9
2. Atualizar e reutilizar conteúdo com rapidez.	10
3. Permitir ao marketing criar conteúdo inédito para públicos inexplorados.	11
4. Possibilitar o marketing e a capacidade de resposta em tempo real.	12
5. Melhorar a localização e a agilidade para equipes de marketing regionais.	13
6. Integrar insights ao processo criativo.	14
Gerenciamento de alterações e preparação organizacional.	15
1. Pessoas: evolução de funções, habilidades e cultura.	15
Novas funções.	15
Novas habilidades.	16
Colaboração e cultura.	16
2. Processos: redefinição de fluxos de trabalho.	17
Estabeleça medidas robustas de proteção da marca.	17
Reformule o processo de revisão e aprovação.	17
Conte com agências parceiras.	18
Otimize a criação de conteúdo com análise.	18
3. Tecnologia: uma pilha integrada para a adoção de IA generativa.	18
Integração à pilha de martech existente.	18
Segurança, conformidade e ética da IA generativa.	18
Três fatores de sucesso importantes para a implementação da IA generativa.	19
1. Comece com o alinhamento e a adesão da diretoria.	20
2. Prepare toda a organização para uma transformação com IA generativa.	20
3. Comece pequeno e expanda.	20
É a sua vez de iniciar a jornada com o GenStudio for Performance Marketing.	21
Fontes.	21

Introdução.



Em todos os setores, há uma demanda insaciável por conteúdo à medida que os clientes esperam contatos personalizados com a marca. As equipes de marketing não conseguem acompanhar o volume de conteúdo de imagem e de texto necessário para distribuir campanhas em maior velocidade e escala a diferentes públicos, canais e mercados. Quando esse desafio parecia insuperável, a IA generativa surgiu para apresentar às equipes de criação e de marketing uma nova maneira de atender às demandas do cliente, além de conduzir suas marcas rumo ao sucesso.”

Heather Freeland

Diretora de marca da Adobe



Para equipes de marketing de desempenho, conteúdo é o que move a economia digital. Mas estamos sendo pressionados a produzir mais em ritmo e volume inéditos sem poder recorrer a novos recursos. Na Adobe, conhecemos bem esses desafios. Nossa organização de marketing global teve dificuldades para gerar ativos suficientes, lançar e atualizar novas campanhas, reagir a tendências do mercado e monitorar em tempo real o desempenho do conteúdo. Essa experiência em primeira mão nos deu uma perspectiva mais ampla e maior motivação para reduzir a distância entre demanda do cliente e recursos.

IA generativa

Um subcampo da inteligência artificial que pode criar conteúdo (texto, imagens, vídeo, áudio ou experiências completas) a partir de entradas ou comandos, superando a capacidade da IA tradicional de analisar dados e automatizar processos.

O [Adobe GenStudio for Performance Marketing](#) promete ser uma inovação revolucionária no mundo do marketing. Trata-se de um aplicativo focado em IA generativa que permite a produção de conteúdo impactante em velocidade e escala até então inimagináveis. Ele capacita equipes de marketing a criar conteúdo multicanal consistente com a marca para anúncios, emails e campanhas, além de oferecer insights em tempo real para otimizar o desempenho do conteúdo. Primeiro testamos na nossa própria organização, e os resultados foram incríveis.

Marketing corporativo em escala global.

Com mais de 1.100 funcionários, a Global Marketing Organization (GMO) da Adobe conduz os esforços de marketing em grande escala da empresa com conhecimento de alto nível. Somando mais de US\$ 1 bilhão em gastos de marketing por ano, a GMO orquestra campanhas sofisticadas para diferentes canais e mercados. Para exemplificar nosso alcance, enviamos bilhões de emails todos os anos direcionados a diferentes segmentos de público no mundo todo em mais de 40 idiomas.



Por mais impressionantes que sejam nossas conquistas, o volume enorme de conteúdo necessário para fornecer marketing personalizado, oportuno e eficaz em escala é um obstáculo constante, especialmente com a quantidade de campanhas que produzimos anualmente. Por exemplo, nossas ofertas da Black Friday exigem a criação de milhares de ativos e variações para diferentes linhas de produto destinados a vários canais, públicos e mercados globais. Em 2023, geramos 52 mil ativos somente para essa campanha. Esse esforço enorme consumiu muitos dos recursos de nossa agência e estúdio e provocou uma escassez de conteúdo em outros projetos. Muitas vezes, a falta de capacidade de criar, ajustar ou atualizar rapidamente o conteúdo fazia com que campanhas de marketing ficassem estagnadas ou menos efetivas, o que levava à redução do engajamento dos clientes e do retorno do investimento (ROI).

Ativo

Um documento ou arquivo de imagem, vídeo ou áudio digital que pode ter diferentes variações, subativos ou camadas.

O desafio que enfrentamos.

Como muitas outras organizações de marketing corporativo no mundo que demandam conteúdo atual, enfrentamos uma infinidade de desafios. O principal deles era dimensionar rapidamente a produção de ativos para atender à demanda crescente por conteúdo personalizado e reduzir os custos no processo. Nossos métodos tradicionais de produção criavam gargalos nos fluxos de trabalho e atrasavam todo o ecossistema de marketing.

A falta de capacidade de gerar conteúdo e variações suficientes resultava nas limitações a seguir:

- O teste abrangente e em escala e o uso de algoritmos de otimização sofisticados continuou sendo um desafio.
- A impossibilidade de atualizar e reutilizar conteúdo em tempo hábil afetou a eficácia de nossas campanhas.
- Vários segmentos de público não podiam ser atendidos devido à falta de conteúdo relevante e à limitação de recursos.
- A falta constante de conteúdo diminuía nossa capacidade de responder à dinâmica do mercado e fornecer marketing oportuno em escala.
- Os esforços de localização eram atrasados devido à dependência de ativos em inglês por parte das equipes regionais.
- Os insights não possuíam dados granulares sobre ativos para quantificar o impacto do conteúdo, dificultando a otimização de campanhas.

59%

das equipes de marketing relatam desafios na criação de conteúdo devido às demandas esmagadoras sobre as equipes de criação.

41%

das empresas usam ou planejam usar IA generativa para personalizar conteúdo a partir de dados do cliente.

Fonte: Adobe



Nossa pesquisa revelou que 59% das equipes de marketing relatam desafios semelhantes devido às demandas esmagadoras sobre as equipes de criação e a necessidade de solicitar cada novo conteúdo ou atualização à criação. Muitos de nós buscamos soluções para esses problemas, e a maioria dos caminhos leva à IA generativa. Em nosso [relatório sobre tendências digitais de 2024](#), o conteúdo surgiu como o principal caso de uso para estratégias de IA generativa, com 41% das empresas revelando que estão adotando ou pretendem adotar a IA generativa em seus esforços de personalização.

“ Equipes de mídia e de email precisam de volume e de uma variedade de conteúdo de marca exclusivo em canais de marketing para engajar os clientes e atingir suas metas comerciais. Ou seja, conteúdo e experiências são o que movem o ROI do marketing atualmente.”

Patrick Brown

Vice-presidente de marketing de crescimento e insights, Adobe



IA generativa e a oportunidade de dimensionamento de conteúdo na Adobe.

O surgimento da IA generativa no final de 2022 foi um divisor de águas para nossa organização de marketing global. Cientes do seu potencial transformador para a criação de texto e imagens a partir de comandos de linguagem natural, formamos uma equipe multifuncional de profissionais de marketing, criativos e cientistas de dados com a missão de integrar essa tecnologia poderosa aos nossos processos de criação de conteúdo. Quando desenvolvemos novos produtos, a Adobe costuma não envolver os clientes: eles são testados em nossos próprios fluxos de trabalho antes de serem lançados ao público. Essa iniciativa não se tratava apenas da adoção de nova tecnologia. Era sobre abrir as portas para uma nova era em agilidade de marketing que pudesse nos ajudar a redefinir nossos recursos operacionais e capacitar os clientes a fazer o mesmo.

Marketing de desempenho

Cria campanhas de email e mídia paga, como plataformas de exibição, redes sociais e vídeo, para gerar desempenho, como ROI, vendas e engajamento.

A primeira etapa: aumentar a produtividade dos profissionais de criação.

A integração da IA generativa à Creative Cloud da Adobe, principalmente em grandes produtos como o Photoshop e o Illustrator, marcou um salto significativo em produtividade. Recursos como o [Preenchimento generativo no Photoshop](#) e a [Recoloração generativa no Illustrator](#) reduziram consideravelmente o tempo gasto por profissionais de

criação em tarefas de edição monótonas, além de ajudar a solucionar a falta de conteúdo que enfrentávamos. Acelerar o processo criativo permitiu que as equipes produzissem um volume maior de conteúdo de alta qualidade para atender à demanda cada vez maior por ativos de marketing personalizados e oportunos, o que por sua vez deixa as equipes de criação livres para se dedicar a estratégias mais importantes que contribuem para o avanço da empresa.

A segunda etapa: capacitar o marketing a criar conteúdo.

Apesar dos grandes avanços em eficiência e produtividade, ainda havia trabalho a fazer para eliminar a falta de conteúdo. No começo de 2023, equipamos nosso marketing com recursos de criação de conteúdo por IA generativa. Anteriormente, nosso processo de marketing envolvia ciclos demorados que consistiam em abrir briefings, esperar por ativos e encaminhá-los às etapas de revisão e aprovação.

Ao desenvolver ferramentas para o marketing gerar seus próprios ativos em conformidade com as diretrizes da marca, nós aceleramos nossas estratégias de entrada no mercado, aumentamos a agilidade de campanhas e otimizamos o uso de recursos. Essa abordagem reduziu a falta de conteúdo ao apostar no potencial das nossas equipes de marketing de desempenho e capacitá-las com recursos de IA generativa.



Validação da IA generativa em nossas operações de marketing.

Nosso primeiro desafio era determinar se a IA generativa seria capaz de criar materiais de marketing que representassem nossos produtos com precisão, preservassem a criatividade e aderissem à voz da marca. A marca da Adobe, cultivada ao longo de décadas de inovação, é essencial para o sucesso da empresa. Nessa transformação, era fundamental que o conteúdo de IA generativa permanecesse fiel à identidade da marca para manter a confiança do cliente e a posição da marca no mercado, além de fomentar confiança interna em ferramentas de IA generativa. O resultado foi um sucesso.

Embora houvesse preocupação entre as empresas acerca de alucinações de IA (conteúdo gerado por IA cujo conteúdo não corresponde aos fatos), nossos experimentos revelaram que esses casos não eram substanciais e poderiam inclusive ser benéficos. As invenções criativas geradas por IA muitas vezes resultavam em conteúdo inovador sem abrir mão da precisão do produto. O que geralmente é uma limitação da IA generativa em outras áreas passou a ser uma vantagem distinta em nossos usos para marketing, nos quais a criatividade é um diferencial importante.

Criação de uma solução dimensionável.

Com o sucesso trazido pela IA generativa às nossas equipes de criação e de marketing, vimos uma oportunidade de criar um produto que poderia beneficiar organizações como a nossa. Nossas equipes de criação trabalharam lado a lado em ferramentas de IA generativa para orientar e refinar os resultados e criar comandos que produzissem conteúdo de marca. À medida que ganhamos confiança no uso da tecnologia, passamos para uma abordagem mais dimensionável e pedimos às equipes de criação e engenharia para codificar o conhecimento delas em um sistema. Trabalhamos de perto com nossos laboratórios de pesquisa e equipes de produto para desenvolver os componentes que possibilitam ao marketing criar a maioria do conteúdo de que precisa por conta própria. Esse trabalho culminou em um novo produto: o Adobe GenStudio for Performance Marketing.

Em vez de combinar os recursos de vários aplicativos, o GenStudio for Performance Marketing é um aplicativo único e autônomo que permite ao marketing encontrar, adaptar, criar e analisar conteúdo para suas campanhas com o mínimo de auxílio das equipes de criação. A ferramenta ajuda a atender à demanda por experiências personalizadas com conteúdo de marca, atualizar campanhas para manter clientes engajados e responder a tendências dinâmicas do mercado. Com insights em tempo real, as equipes de marketing de desempenho podem continuar otimizando campanhas e o uso de ativos para maximizar o impacto e o desempenho.

Como a IA generativa solucionou nossas necessidades não atendidas.

Após o desenvolvimento do GenStudio for Performance Marketing, a integração aos nossos fluxos de trabalho se deu de maneira calculada. Exploramos desafios e examinamos casos de uso específicos para avaliar o impacto da IA generativa em cada um deles. Confira o que descobrimos.



O Adobe GenStudio for Performance Marketing revoluciona o trabalho do profissional de marketing digital moderno. Nossas equipes de marketing produzem mais ativos de marca com mais rapidez para anúncios pagos nas redes sociais e emails de marketing. O resultado são jornadas do cliente melhores graças à maior personalização e aumento do ROI ao reduzir a fadiga e aumentar o volume e a variedade de conteúdo em cada programa.”

Patrick Brown

Vice-presidente de marketing de crescimento e insights, Adobe

1. Testar em escala para conteúdo por email e pago nas redes sociais.

Desafio: era difícil para nossa equipe de marketing realizar testes em larga escala de campanhas por email e pagas nas redes sociais, principalmente devido à falta de variações de conteúdo que era possível gerar dentro dos limites de orçamento e de tempo. A incapacidade de otimizar conteúdo a partir de dados de desempenho resultou em taxas de engajamento e métricas de conversão menores. Quando o teste era viável, ele se limitava a duas versões do assunto e do cabeçalho, mas não o email inteiro. Para mídia paga, geralmente era possível criar duas variações no máximo, o que dificultava o aproveitamento dos recursos de direcionamento incríveis das redes sociais.

8,5%

de aumento na taxa de abertura

Com o GenStudio for Performance Marketing, podemos mudar e testar novos assuntos de email a cada duas semanas, gerando um aumento de 8,5% na taxa de abertura.

Testes A/B/n

Uma extensão de testes A/B nos quais mais de duas variações de conteúdo (como página da Web, email ou ativo digital) são comparadas para descobrir qual delas tem mais capacidade de gerar resultados comerciais.

Solução: para cada comando, o GenStudio for Performance Marketing gera no mínimo quatro variações de cada ativo solicitado, com diferentes títulos, assuntos e corpos de texto de acordo com as personas e os produtos em questão. Agora, podemos gerar e testar rapidamente diversas variações de anúncios pagos nas redes sociais e emails completos sem abrir mão das diretrizes da marca da Adobe. Para emails, realizamos análises A/B/n e multivariadas sobre diferentes elementos do conteúdo, incluindo assunto, corpo de texto, imagens e chamadas para ação. Para conteúdo pago nas redes sociais, usamos os algoritmos de otimização do Facebook e do Instagram para direcionar o conteúdo certo ao público certo.

Impacto: em um dos nossos primeiros testes de email viabilizados por IA generativa, criamos e testamos rapidamente cinco versões de um email do Adobe Photoshop, que gerou um aumento de mais de 10% no índice de click-through. Em outro teste usando a mesma estratégia, observamos um aumento impressionante de 57% nas taxas de cliques em uma campanha de email do Adobe Illustrator. A velocidade da criação de conteúdo também permitiu testar novos assuntos para uma campanha em andamento a cada duas semanas, resultando em uma taxa de abertura 8,5% maior. Para conteúdo pago nas redes sociais, uma campanha da Adobe Creative Cloud com cinco variações de texto e imagem gerou uma melhoria de 10% no ROI comparado a campanhas anteriores semelhantes. A escala e a velocidade dos testes transformaram nossa abordagem à otimização de conteúdo, melhorando significativamente a eficiência e o desempenho do marketing.

57% de aumento na taxa de cliques

Em um teste viabilizado por IA generativa, uma campanha de email do Adobe Illustrator teve um aumento de 57% na taxa de cliques comparado a outras variações.

1

2

3

4

5

Fast-track your designs with generative AI.
Discover what you can do with generative AI tools in Adobe Illustrator, powered by Adobe Firefly. Type a description and watch as new Text to Vector Graphic turns it into a fully editable image.

Generative AI. Your shortcut to stunning illustrations.
Transform your ideas into rich, editable images with Text to Vector Graphic in Adobe Illustrator. Just type a description and Adobe Firefly generative AI does the rest.

Accelerate from idea to art with generative AI.
Unleash the power of Adobe Firefly generative AI in Adobe Illustrator. Transform simple text prompts into stunning, editable art with Text to Vector Graphic.

Generative AI. Your creative partner in illustration.
With new Text to Vector Graphic in Adobe Illustrator, your ideas can become rich, editable images. Just type a description and the magic happens. It's all powered by Adobe Firefly generative AI.

Bring your ideas to life with AI in Illustrator.
Transform your text prompts into stunning, editable images with Text to Vector Graphic in Adobe Illustrator. It's all powered by Adobe Firefly generative AI.

2. Atualizar e reutilizar conteúdo com rapidez.

Desafio: atualizar constantemente o conteúdo melhora o desempenho de campanhas e reduz a fadiga publicitária. Por exemplo, a Meta recomenda atualizar ativos publicitários a cada três ou quatro semanas. Devido às necessidades de conteúdo não atendidas, não tínhamos conteúdo suficiente para atualizar nossas campanhas de mídia paga regularmente. Como a atualização do conteúdo era possível apenas trimestralmente, ele muitas vezes ficava obsoleto, com alguns ativos permanecendo no mercado por mais de seis meses. Apesar da vasta biblioteca de ativos de alta qualidade aprovados e usados à nossa disposição, reaproveitar ou transformar conteúdo existente era tão demorado quanto criar novos ativos.

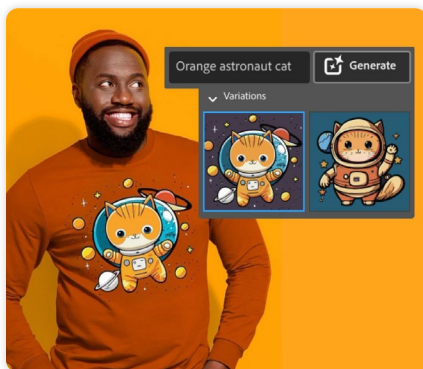
Solução: ao integrar nosso sistema de gerenciamento de ativos digitais (DAM) a recursos de IA generativa, o GenStudio for Performance Marketing nos capacita a gerar versões atualizadas de ativos existentes com base em designs originais das nossas equipes de criação. Agora, o marketing pode acessar, editar e transformar rapidamente ativos existentes aprovados. Por exemplo, uma imagem principal bem-sucedida de uma campanha nas redes sociais pode ser atualizada com um novo conjunto de assuntos criados por IA generativa ou reaproveitada para criar uma nova campanha de email.

Impacto: permitir ao marketing reutilizar e atualizar conteúdo reduziu bastante o prazo para comercialização, encurtando o processo de criação de emails de duas a três semanas para uma média de dois a três dias. Agora podemos reutilizar conteúdo de email com facilidade, usando a mesma imagem principal com diferentes textos para diferentes personas. Em um exemplo, uma imagem principal de alto desempenho criada para uma campanha de 2023 do Adobe Illustrator foi reaproveitada para criar várias outras campanhas de email. A adaptação rápida de elementos de alto desempenho, como títulos ou chamadas para ação em imagens principais, aumentou bastante a agilidade de nossas campanhas. A escala e a velocidade dos testes transformaram nossa abordagem à otimização de conteúdo, melhorando significativamente a eficiência e o desempenho do marketing.

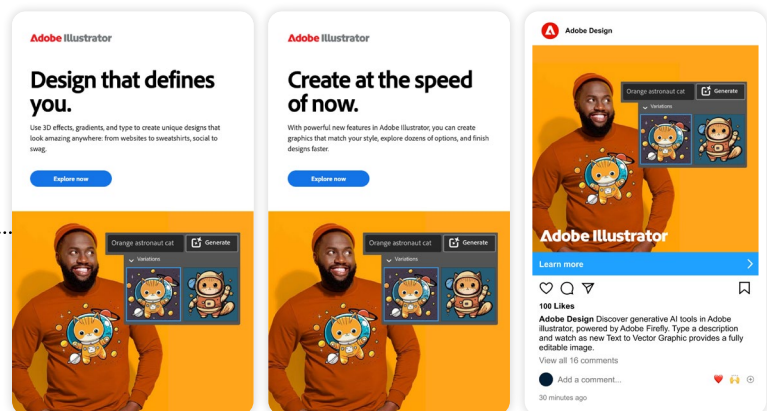
De 3 semanas para 3 dias

Processo acelerado de criação de emails e maior produtividade com IA generativa.

Este ativo criado por um designer com IA generativa...



Deu origem a estes dois ativos criados com o GenStudio for Performance Marketing.



3. Permitir ao marketing criar conteúdo inédito para públicos inexplorados.

Desafio: os recursos limitados dificultavam a criação de conteúdo personalizado para segmentos de público diferenciados, resultando em perda de oportunidades e baixo engajamento entre toda a nossa base de clientes. Por exemplo, a equipe de marketing de ciclo de vida tenta atender 12 públicos distintos em nossos programas de aquisição na América do Norte, mas a falta de conteúdo muitas vezes fazia com que fosse possível atender somente seis com regularidade. Não era possível para a equipe abordar públicos e eventos específicos em mídia paga devido à falta de conteúdo. Embora pudéssemos fazer propaganda de 13 produtos de maneira generalizada, não tínhamos ativos específicos por persona para criar mensagens e conteúdo diferenciados para cada persona nas redes sociais.

Solução: a velocidade e a agilidade da criação de conteúdo viabilizadas pela IA generativa permitem ao marketing alcançar mais públicos com conteúdo adaptado às preferências de cada um. O GenStudio for Performance Marketing facilita a personalização do conteúdo ao permitir usar o mesmo comando e alterar a persona-alvo para criar variações consistentes com a marca entre canais para diferentes públicos.

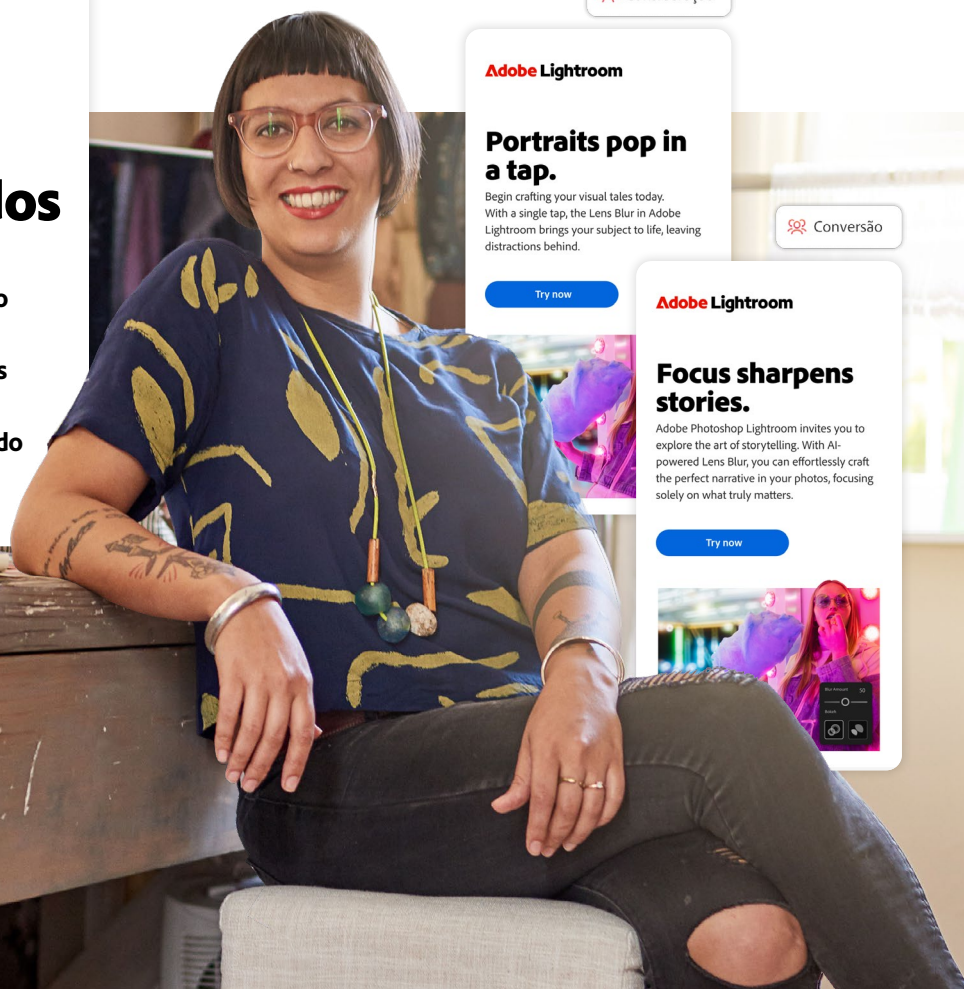
Impacto: ampliamos o engajamento da nossa base de clientes com conteúdo relevante, promovendo resultados de marketing superiores entre diferentes segmentos de público. Nossa equipe de marketing de ciclo de vida dobrou o número de experiências de email e públicos distintos que ela atende com conteúdo personalizado em nossas campanhas de aquisição na América do Norte. Agora, podemos alcançar regularmente todos os 12 públicos, o que acelera nossas metas de receita. No caso de mídia paga, o GenStudio for Performance Marketing nos permite criar conteúdo suficiente para utilizar melhor os algoritmos das redes sociais e fornecer o conteúdo certo ao público certo.

Marketing de ciclo de vida

Desenvolve e executa estratégias de marketing para engajar clientes ao longo da jornada com a marca.

100% dos públicos- alvo alcançados

A equipe de marketing de ciclo de vida dobrou o volume de experiências de email distintas que distribui, assim como os públicos que recebem conteúdo personalizado.



4. Possibilitar o marketing e a capacidade de resposta em tempo real.

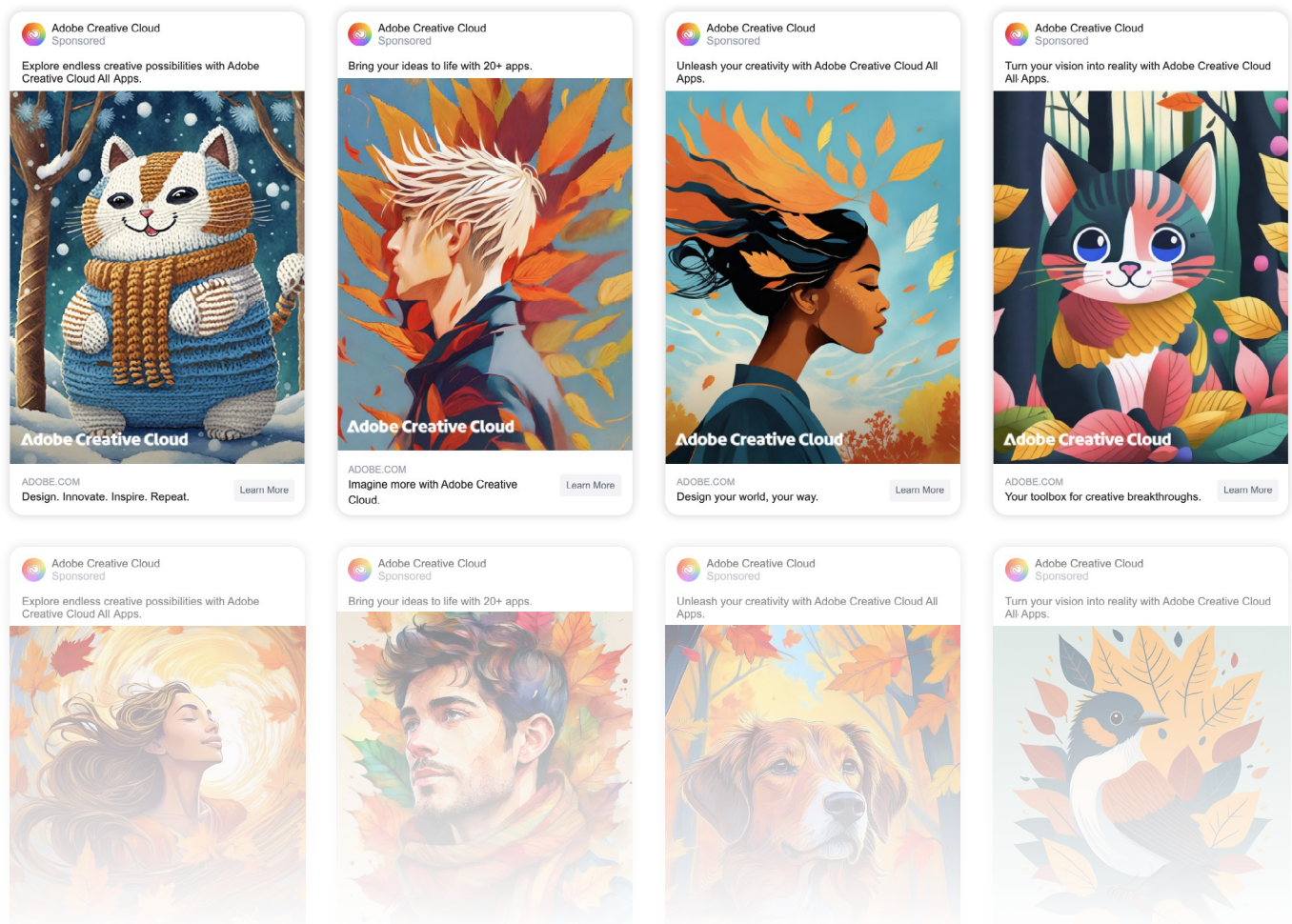
Desafio: a incapacidade de produzir conteúdo em tempo hábil para capitalizar sobre eventos e oportunidades de mercado atuais resultava em perda de receita e relevância de mercado reduzida. Nosso período de produção de três semanas muitas vezes fazia com que perdêssemos janelas importantes para campanhas oportunas, principalmente envolvendo datas especiais e tendências emergentes.

Solução: o GenStudio for Performance Marketing encurtou nosso processo de criação de conteúdo consistente com a marca de semanas para dias ou horas, o que nos permite reagir melhor a eventos em tempo real. O marketing pode criar conteúdo por conta própria, o que reduz consideravelmente o período de espera por ativos. A equipe pode encontrar, criar e adaptar ativos para engajar clientes, além de analisar dados de desempenho em tempo real para atualizar campanhas e permanecer alinhada às tendências do mercado.

Impacto: com o GenStudio for Performance Marketing, é possível criar e distribuir campanhas que anteriormente estavam fora de nosso alcance. Executamos nossa primeira campanha de outono paga nas redes sociais com sucesso para a Adobe Creative Cloud em 2023, o que gerou 9% mais ROI comparado a campanhas semelhantes. Mais recentemente, realizamos uma campanha de Olimpíadas para a Creative Cloud, criada logo após nossos resultados financeiros semanais mostrarem sinais de fortalecimento no mercado estrangeiro. Essa nova agilidade melhorou nossa capacidade de resposta ao mercado, assim como o desempenho de campanhas e a eficiência geral do marketing.

9% de aumento no ROI

Com a IA generativa, nossa primeira campanha de outono paga nas redes sociais para a Creative Cloud gerou 9% mais ROI comparado a campanhas semelhantes.



5. Melhorar a localização e a agilidade para equipes de marketing regionais.

Desafio: as equipes de marketing da Adobe, espalhadas por quatro regiões e representando mais de cinquenta países, tinham dificuldade para criar conteúdo culturalmente relevante, dependendo principalmente de materiais em inglês devido a limites de orçamento. Essa abordagem era demorada e não tinha muito impacto sobre públicos locais.

Solução: com os recursos para vários idiomas do GenStudio for Performance Marketing, as equipes regionais podem criar suas próprias campanhas com velocidade e autonomia usando conteúdo localizado em seu idioma principal. Além disso, equipes internacionais podem localizar rapidamente campanhas globais para comportar nuances culturais sem abrir mão dos padrões da marca. A IA generativa permite reutilizar ativos e gerar rapidamente dezenas de variações de anúncios para cada região.

Impacto: para a Adobe, a descentralização da criação de conteúdo aumentou a agilidade de marketing em mercados internacionais. Nossa equipe de marketing japonesa ficou empolgada com a possibilidade de criar conteúdo em seu próprio idioma para ampliar os testes. Dias depois de apresentarmos o GenStudio for Performance Marketing à equipe, ela criou e testou novos assuntos para uma campanha de email existente da Document Cloud. Esse teste aumentou o índice de click-through em 10% a partir do assunto de maior desempenho, e a equipe pretende expandir os testes em operações de marketing. No momento, estamos ampliando essa capacidade a outras equipes regionais.

Localize

Adobe Creative Cloud

AIで写真の可能性を広げよう

Adobe Photoshopの「生成拡張」機能を活用して、画像のキャンバスを自然に広げ、新しい内容を加えましょう。AIの力で、創造性をさらに引き出します。無料トライアルで、この革新的な機能を体験してください。

試してみる

Antes

Adobe Document Cloud

Adobe Acrobatのプランと価格についてオンラインで比較しましょう。

プランと価格を比較する

再開発等促進区を定める地区計画選

第1 総則

● 目的

PDF 並べ替え後のページ番号の修正

必要なページを抜粋したり、並べ替え後のページ番号の処理、どのようにしていますか？ Acrobatならページ編集後のページ番号の修正も簡単に処理できます。せっかくなら細部まで気を配った資料を作成しましょう。

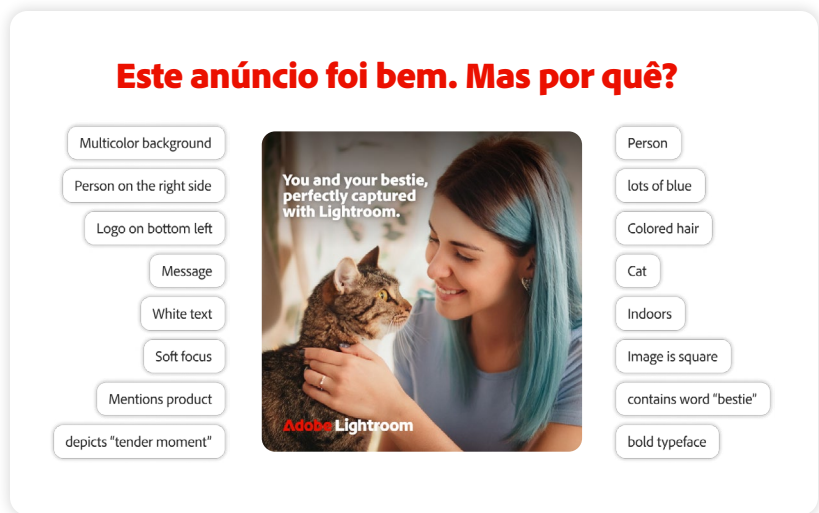
詳しく見る

10%
de aumento no índice de click-through em emails

Nossa equipe de marketing no Japão criou e testou novos assuntos para uma campanha da Document Cloud e aumentou o índice de click-through em 10% com o assunto de maior desempenho.

6. Integrar insights ao processo criativo.

Desafio: a análise tradicional de marketing dependia principalmente de dados abstratos, criando incoerência entre métricas de conteúdo e de desempenho. Era difícil identificar quais elementos de nossas imagens ou textos, como cores, formas, assuntos, palavras-chave ou tom de voz, geravam repercussão entre os públicos. Em vez disso, era comum seguirmos a intuição, o que fazia com que perdêssemos oportunidades de melhorar e nos impedia de reproduzir casos de sucesso com consistência entre diferentes iniciativas de marketing.



Solução: o GenStudio for Performance Marketing modificou nossa abordagem à criação de conteúdo ao colocar os insights na ponta do processo. O aplicativo reúne todos os ativos de marketing publicados e os submete à análise de serviços de caracterização por IA, extraindo todos os atributos relevantes deles, como cores de fundo e de primeiro plano, temas, objetos, estilo, tom de voz, formatos e muito mais. Em seguida, essas características são vinculadas aos dados de desempenho de cada ativo, podendo ser usadas para responder a perguntas como: "Qual cor de fundo gera maior engajamento para esse produto ou segmento de cliente em tal região ou país?"

Impacto: a adoção de uma abordagem pautada por dados transformou nosso processo criativo em um ciclo iterativo de melhoria contínua, com insights que informam estratégias futuras e campanhas mais eficazes. Em um exemplo, aplicar insights a ativos em nosso site revelou que uma cor específica nas páginas de modelos do Adobe Express gerou maior engajamento com o download de modelos. Sabendo disso, nós aumentamos a quantidade de modelos com aquela cor, o que aumentou os downloads em 35%. Ao usar evidência empírica para sustentar nossas decisões criativas, assumimos uma posição de destaque na inovação do marketing orientado por dados.

Controle

Menos modelos escuros

Teste

Mais modelos escuros

35% de aumento nos downloads

Aplicar insights sobre a cor mais popular de modelo resultou em 35% de aumento nos downloads.

Gerenciamento de alterações e preparação organizacional.

A adoção da IA generativa no marketing tem um potencial transformador enorme, mas caso ela seja espremida para se adequar a estruturas e fluxos de trabalho organizacionais existentes, grande parte desse potencial será perdido. Para aproveitar ao máximo essa tecnologia, as organizações precisam fazer mudanças significativas que envolvem pessoas, processos e tecnologia.

Gestão de mudanças

O processo de alinhar o pessoal e as equipes às novas maneiras de operar para garantir uma transição suave com o mínimo de interrupção.

1. Pessoas: evolução de funções, habilidades e cultura.

Uma gestão de mudanças bem-sucedida deve sempre começar pelas pessoas da organização.

Novas funções.

A integração da IA generativa pede a criação de novas funções dentro da organização de marketing. Dentre elas, destaca-se um novo modelo de profissional de marketing focado em IA generativa, que combina o tino tradicional de marketing com proficiência em IA e uma compreensão do potencial e dos limites da tecnologia.

Ao fomentar o crescimento dessa nova geração de profissionais, as empresas podem aproveitar ao máximo a IA generativa, promovendo inovação e eficiência inéditos em suas iniciativas. Além disso, funções como tecnologistas criativos, diretores de criação de IA generativa, revisores e designers passam a ser fundamentais para manter a integridade e o controle de qualidade da marca.

Principais funções e responsabilidades em um ambiente viabilizado por IA generativa.

Profissionais de marketing de desempenho devem adotar uma nova abordagem em relação à criação de conteúdo e ao gerenciamento de campanhas. Em vez de seguir os ciclos tradicionais de resumo e de criação que costumam levar semanas, eles assumem as rédeas da IA generativa para criar campanhas de alto desempenho.

Diretores de criação de IA generativa estabelecem e mantêm as diretrizes gerais da marca. Eles mostram ao marketing de desempenho como aplicar essas diretrizes na criação de conteúdo por IA para manter a consistência de marca entre todos os resultados.

Revisores de IA generativa supervisionam a revisão, a edição e a aprovação de texto gerado por IA. Eles trabalham lado a lado com diretores de criação de IA generativa para estabelecer o tom de voz, os canais e outras diretrizes da marca.

Designers de IA generativa usam ferramentas de IA, como o [Adobe Firefly](#) e o GenStudio for Performance Marketing, para fornecer um fluxo constante de conteúdo visual. Eles montam um amplo repositório de imagens pré-aprovadas e revisam e aprovam ativos de criação gerados pelo marketing para fazer o controle de qualidade.

Líderes do piloto de IA generativa promovem a implementação bem-sucedida de iniciativas de IA generativa em toda a organização de marketing e coordenam a melhoria e a adoção contínuas das tecnologias de IA generativa em concordância com a diretoria.



O Adobe GenStudio for Performance Marketing é uma ferramenta valiosa para mim. Ele ajuda a gerar rapidamente conteúdo voltado ao cliente e reduz bastante os custos e o tempo de desenvolvimento. Tenho mais liberdade e flexibilidade para criar variações de conteúdo, o que agiliza a experimentação e a obtenção de insights. Estou ansiosa para descobrir como a IA generativa também pode aprofundar a personalização ao longo das jornadas do usuário.”

Sushmitha Komar

Profissional de marketing de ciclo de vida sênior, Adobe



Novas habilidades.

Novas funções exigem novas habilidades. Isso pode envolver programas de treinamento sobre práticas recomendadas ao escrever comandos, geração de imagens, aderência à marca e outros tópicos, assim como o estabelecimento de centros de excelência internos de IA generativa. Durante nossa jornada, percebemos que a equipe de marketing carecia de treinamento sobre como escrever comandos para gerar conteúdo de marca, portanto a equipe de tecnologia criativa desenvolveu um guia de IA generativa para ajudá-la a otimizar o uso do GenStudio for Performance Marketing.



Colaboração e cultura.

A integração da IA generativa requer aprendizado, suporte e uma aliança maior entre as equipes de criação e de marketing. Comunicar as vantagens da IA generativa como uma ferramenta que aumenta o trabalho criativo enquanto reduz tarefas rotineiras e estabelecer um processo sólido de revisão e aprovação com um ciclo de feedback aberto pode moldar a base dessa parceria. À medida que as equipes de marketing exercem maior controle criativo sobre os projetos, as equipes de marca podem ajudar a gerenciar a conformidade e estabelecer medidas de proteção da marca para melhorar a criação de conteúdo. Essas equipes podem fazer ajustes e comprovar o ROI antes da transformação completa da empresa. Promover uma cultura de colaboração pode aumentar o sucesso, a adoção da IA generativa e a percepção de valor.

Diretrizes da marca

As regras que governam e definem a identidade visual de uma marca para que ela seja facilmente reconhecível entre clientes de diferentes plataformas. Por exemplo, as diretrizes da marca descrevem os códigos de cor, os logotipos, as fontes aprovadas, o estilo e o tom de escrita recomendados e muito mais.

2. Processos: redefinição de fluxos de trabalho.

Com uma mudança dessa magnitude, é fundamental examinar os processos atuais e reestruturá-los conforme necessário.

Estabeleça medidas robustas de proteção da marca.

Com o aumento exponencial do volume e da velocidade da criação de conteúdo, as organizações precisam garantir o cumprimento das diretrizes da marca. As medidas de proteção são como uma estrutura abrangente que mantém o conteúdo gerado por IA alinhado aos principais valores, à voz e à identidade visual da marca. É essencial ensinar líderes de marca sobre como a IA generativa pode ser usada em conformidade com a marca e a importância de rever e atualizar regularmente as diretrizes para que evoluam com a marca e permaneçam relevantes.

Reformule o processo de revisão e aprovação.

A equipe de criação precisa revisar o conteúdo produzido pelo marketing com IA generativa para verificar se a qualidade corresponde aos altos padrões da marca. Esse feedback ajuda a refinar as diretrizes da marca em ferramentas como o GenStudio for Performance Marketing. Com seu amplo conhecimento em identidade de marca e conexão emocional, profissionais de criação são essenciais para definir a direção criativa, desenvolver narrativas e acrescentar um toque humano capaz de transformar um conteúdo funcional em algo impactante. Nesse novo paradigma, o marketing cuida das próprias necessidades de conteúdo, enquanto a criação se concentra em estratégias de alto nível, inovação e curadoria do conteúdo gerado por IA para garantir que corresponda aos mais altos padrões de eficiência e criatividade.



Ao codificar claramente nossas diretrizes de tom e de marca, conseguimos montar modelos e refinar grandes modelos de linguagem para ajudar o marketing a criar facilmente conteúdo usando o Adobe GenStudio for Performance Marketing. Essas diretrizes ajudaram a garantir a consistência do conteúdo com a marca e manter a consistência e a integridade em todos os canais. Elas também simplificaram as aprovações à equipe de marca, o que acelerou a comercialização.”

Heather Freeland

Diretora de marca, Adobe

Antes da revisão

Adobe Illustrator

Shape your ideas into editable graphics.

Discover Illustrator's Text to Vector graphic feature and transform your text prompts into compelling graphics.

Get started

Depois da revisão

Adobe Illustrator

Turn your ideas into editable graphics.

Discover the Text to Vector graphic feature in Illustrator and transform your text prompts into compelling graphics.

Get started

Conte com agências parceiras.

Em um ambiente impulsionado por IA generativa, as organizações precisam reformular os processos de revisão e aprovação para lidar com o volume elevado de conteúdo. Achamos que nossa equipe interna poderia lidar com o volume de novo conteúdo produzido, mas logo percebemos que isso criava gargalos nos fluxos de trabalho. Nossas agências parceiras criaram um caminho alternativo para dimensionar a criação de conteúdo, tornando-se parte essencial da estratégia que nos permitiu alcançar nossas metas. A partir dessa colaboração, as empresas podem aproveitar ao máximo os ganhos de produtividade oferecidos por ferramentas de IA, e a equipe de operações de marketing pode continuar ágil e responsiva diante das necessidades cada vez maiores de conteúdo.

Otimize a criação de conteúdo com análise.

Com o GenStudio Insights, a análise avançada de desempenho do conteúdo em tempo real ajuda o marketing a determinar exatamente onde e como fazer melhorias. A marcação de conteúdo inteligente e automática pode inclusive revelar os atributos de mensagem específicos que geram maior repercussão entre os públicos. Esses detalhes permitem uma tomada de decisões granular que dá início a um ciclo criativo no qual os dados de desempenho são a base direta das próximas estratégias de conteúdo, aumentando o engajamento e a conversão. Ao incluir esses dados em decisões criativas, as equipes de marketing podem criar processos que aumentam constantemente a eficácia do conteúdo. Empresas devem integrar esses insights ao processo de ideação de cada nova campanha para tirar o máximo de proveito desses novos recursos.

3. Tecnologia: uma pilha integrada para a adoção de IA generativa.

Adicionar IA generativa de maneira refletida e estratégica garante a melhoria dos processos estabelecidos sem correr o risco de prejudicá-los, mantendo a consistência entre todas as operações de marketing.

Integração à pilha de martech existente.

Como muitas outras empresas, a Adobe tem um conjunto completo de ferramentas disponíveis para auxiliar no ciclo de vida de criação de conteúdo. Toda ferramenta de IA generativa adicionada à pilha de martech pode ser integrada às ferramentas e aos fluxos de trabalho existentes para oferecer ainda mais vantagens. Por exemplo, o GenStudio for Performance Marketing permite assimilar rapidamente conteúdo de marca pré-aprovado diretamente do [Adobe Experience Manager Assets](#) como a base para gerar outras variações. Também é possível utilizar fluxos de trabalho de revisão existentes do [Adobe Workfront](#) no próprio GenStudio for Performance Marketing para estabelecer uma conexão às campanhas da organização e simplificar os processos de revisão e aprovação.

Segurança, conformidade e ética da IA generativa.

A adoção de plataformas de IA para uso comercial requer a reflexão cuidadosa acerca de questões como ética e responsabilidade, privacidade de dados, conformidade com regulamentos e medidas robustas de segurança.

Nossa abordagem à inovação responsável com IA dentro do âmbito da criação de conteúdo oferece uma estrutura para sanar essas preocupações:

- **Privacidade e governança de dados:** garanta que as ferramentas de IA generativa respeitem padrões rígidos de proteção de dados, com políticas claras sobre o uso e o armazenamento de dados e atenção especial ao uso dos dados do cliente em conteúdo e comandos.
- **Justiça e inclusão:** avalie regularmente os modelos de IA para identificar possíveis preconceitos na criação de conteúdo visual e garantir que os resultados produzidos sejam justos para com os diferentes grupos de usuários.
- **Confiabilidade e segurança:** estabeleça protocolos de teste rigorosos para verificar a confiabilidade e a segurança do conteúdo gerado por IA antes da implantação.
- **Segurança e preconceitos nocivos:** desenvolva um modelo de IA generativa que promova diversidade, equidade e representatividade em conteúdo de marketing e siga uma política de tolerância zero contra qualquer tipo de conteúdo nocivo ou preconceituoso por meio da adoção de medidas de proteção e filtros.
- **Supervisão humana:** crie um processo integrado de revisão e aprovação para manter a participação humana em decisões importantes e use a IA como uma ferramenta para ampliar a produtividade em vez de substituir o bom senso humano.

Ao aderir a esses princípios, organizações podem aproveitar o poder da IA generativa sem deixar de seguir padrões éticos e manter conformidade com requisitos regulatórios, reduzindo os riscos e solidificando a confiança entre clientes e colaboradores.

“Conforme a IA generativa avançava rapidamente, a Adobe percebeu que o cenário de marketing evoluiria diante das possibilidades oferecidas pela tecnologia. Mas a mera adoção da tecnologia de maneira diferente para cada equipe seria insuficiente para alcançar o sucesso. Era preciso alinhar as equipes de criação, de marketing e de engenharia em relação a tudo aquilo que o GenStudio for Performance Marketing poderia oferecer. Esse alinhamento estratégico abriu portas para o progresso rápido e resultados sólidos.”

Patrick Brown

Vice-presidente de marketing de crescimento e insights, Adobe

Três fatores de sucesso importantes para a implementação da IA generativa.

1 Comece com o alinhamento e a adesão da diretoria.

O sucesso da adoção da IA generativa depende de um alinhamento e de uma adesão fortes da diretoria. Os executivos precisam reconhecer que o trabalho deles não se limita à alocação de recursos, tornando-se defensores ativos da mudança cultural necessária para uma adoção bem-sucedida ao articular uma visão clara de como a IA generativa transformará as operações de marketing. Promova um ambiente que abrace a inovação e seja tolerante à curva de aprendizado associada a novas tecnologias.

Em comunicações de gestão de mudanças:

- Seja transparente sobre as metas e as restrições mais importantes.
- Reitere a importância de manter a integridade da marca durante a transição.
- Aborde preocupações, desafie ideias tradicionais e inspire as equipes a abraçar essa nova era de marketing.

2 Prepare toda a organização para uma transformação com IA generativa.

A IA generativa deve ser implementada em fases, culminando na transformação de toda a organização. Primeiro, estabeleça as funções necessárias para auxiliar na adoção e na implementação da IA generativa. Isso inclui a definição clara das responsabilidades dos novos cargos e a maneira como interagem com funções existentes.

Desenvolva e implemente novos processos que acomodem a velocidade e o volume de conteúdo gerado por IA. Atualize os processos de revisão e de aprovação e estabeleça diretrizes da marca claras em relação ao uso de IA. Por fim, integre ferramentas de IA generativa às pilhas de tecnologia de marketing e aos fluxos de trabalho da cadeia de suprimento de conteúdo existentes com tranquilidade para aprimorar as operações atuais com o mínimo de interrupção.

3 Comece pequeno e expanda.

Para migrar toda a organização a uma nova maneira de operar, comece pequeno. Identifique um defensor de IA generativa para comandar a transformação. Em seguida, monte uma equipe dedicada de profissionais de marketing de desempenho para produzir sempre os melhores resultados. Reúna redatores e designers para traduzir a identidade da marca em diretrizes de IA generativa e revisar e aprovar o conteúdo gerado pelo marketing. Isso permite a iteração e o refinamento velozes de processos em um ambiente controlado, além da supervisão sobre o controle de qualidade e a integridade da marca.

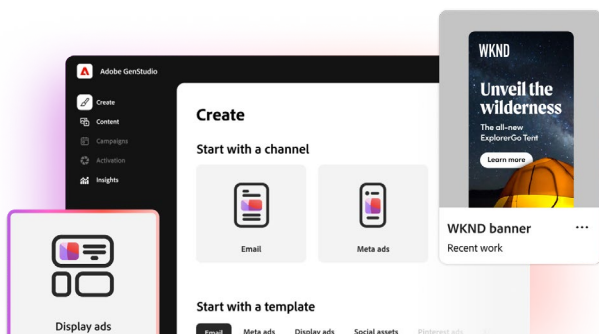
Monitore os indicadores principais de desempenho, como ganhos de eficiência, qualidade do conteúdo e dinâmica da equipe, e desenvolva programas de treinamento para expandir a iniciativa a outras equipes além da piloto. Embora a princípio uma queda na qualidade do conteúdo enviado para revisão possa ser observada, treinar a equipe de marketing para transformá-la em especialistas em comandos de IA fará com que a qualidade aumente rapidamente. Use a equipe de teste de marketing inicial como mentora daqueles cotados para treinar em seguida. Essa abordagem calculada mantém os padrões de qualidade, possibilita uma transição suave e maximiza o impacto a longo prazo dessa tecnologia inovadora.

Dificuldades iniciais são um efeito colateral natural da mudança. Aprenda com elas para fomentar uma cultura que incentive a tomada calculada de riscos. Demonstre compromisso com a inovação e o aprimoramento constante para promover a transformação. A criação desses valores cultivará uma organização ágil e receptiva a mudanças no futuro.

É a sua vez de iniciar a jornada com o GenStudio for Performance Marketing.

Embora nossa experiência com IA generativa tenha sido inovadora, ela não é a solução para todo desafio de marketing. Nossa jornada com IA generativa está em evolução, e continuaremos trabalhando para melhorar a consistência de nossos resultados em diferentes canais e casos de uso. Também estamos buscando maneiras de aprimorar a compreensão da tecnologia acerca de nuances no tom da marca e narrativas de produto complexas.

Não afirmamos ter todas as respostas, mas acreditamos que compartilhar nossos insights e experiências é uma oportunidade de colaboração e cocriação que pode contribuir para o avanço do setor de marketing como um todo. Ao discutir nossos acertos, desafios e dúvidas que surgirem, esperamos promover um diálogo entre toda a comunidade capaz de definir o futuro do marketing. Convidamos outras organizações, líderes de ideias e profissionais a nos acompanharem.



Descubra como o GenStudio for Performance Marketing ajuda a criar conteúdo dinâmico para campanhas em escala, além de aumentar a velocidade e a agilidade das equipes de marketing.

[Começar](#)

Adobe

Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe nos Estados Unidos e/ou outros países.

Fontes

[“2024 Digital Trends”](#), Adobe x Econsultancy, 2024.