

**Adobe GenStudio**  
for Performance Marketing

# De la prueba de concepto a una solución de IA generativa ampliable

Cómo la Organización de marketing global de Adobe amplió la creación de contenido a escala con GenStudio for Performance Marketing.

Localize

Generate

Surreal 3D fish



Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10  
点を無料でお試  
いただけます。



# Índice de contenidos

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>Marketing empresarial a escala global</b>	<b>4</b>
Los desafíos a los que nos enfrentamos	5
<b>La IA generativa y la oportunidad de ampliación del contenido a escala en Adobe</b>	<b>6</b>
El primer paso: aumentar la productividad de los equipos creativos	6
El segundo paso: empoderar a los equipos de marketing para crear contenidos.	7
Validación de la IA generativa en nuestras operaciones de marketing	7
Creación de una solución ampliable a escala	8
<b>Cómo la IA generativa aborda nuestras lagunas</b>	<b>8</b>
1. Realizar pruebas a gran escala para campañas por correo y de redes sociales de pago	9
2. Actualizar y reutilizar el contenido rápidamente	10
3. Permitir a los equipos de marketing crear contenido nuevo y exclusivo para audiencias desconocidas	11
4. Facilitar el marketing y la capacidad de respuesta en tiempo real	12
5. Mejorar la localización y la agilidad de los equipos de marketing regionales	13
6. Aportar información al proceso creativo	14
<b>Gestión de cambios y adecuación organizativa</b>	<b>15</b>
1. Personas: funciones, habilidades y cultura en evolución	15
Nuevas funciones	15
Nuevas habilidades	16
Colaboración y cultura	16
2. Procesos: redefinir los flujos de trabajo	17
Establecer mecanismos de protección de marca sólidos	17
Rediseñar el proceso de revisión y aprobación	17
Confiar en partners de agencia	18
Optimizar la creación de contenido con análisis	18
3. Tecnología: una pila integrada para la adopción de la IA generativa	18
Integración con la pila tecnológica de marketing existente	18
Seguridad, cumplimiento normativo y ética de la IA generativa	18
<b>Tres factores de éxito fundamentales para la implementación de la IA generativa</b>	<b>19</b>
1. Empieza con la coordinación y el apoyo de la directiva	20
2. Prepara toda la organización para la transformación con la IA generativa	20
3. Comienza poco a poco y amplía a escala	20
<b>Es hora de que comiences tu andadura con GenStudio for Performance Marketing</b>	<b>21</b>
<b>Fuentes</b>	<b>21</b>

# Introducción



Existe una insaciable demanda de contenidos en todos los sectores, ya que la clientela espera que cada interacción con una marca sea personalizada. Los equipos de marketing se esfuerzan por producir el volumen de imágenes y textos necesarios para ofrecer campañas a mayor escala y velocidad para cada audiencia, canal y mercado. Justo cuando este desafío parecía insuperable, apareció la IA generativa, que ofrece a los equipos creativos y de marketing nuevas formas de seguir el ritmo de las exigencias de sus clientes y, a su vez, facilita la expansión de la marca”.

**Heather Freeland**

Directora de marca, Adobe



El contenido es la divisa de la economía digital para los equipos de marketing de rendimiento, pero trabajamos bajo presión para crear más contenidos a unos ritmos y volúmenes nunca antes vistos, sin recursos adicionales. En Adobe conocemos bien estos desafíos. Nuestra Organización de marketing global (Global Marketing Organization) tuvo dificultades para generar los activos suficientes, lanzar y actualizar nuevas campañas, reaccionar a las tendencias del mercado y llevar un seguimiento del rendimiento de los activos en tiempo real. Nuestra experiencia nos brinda una perspectiva más detallada y una motivación extra para salvar la brecha entre las exigencias de la clientela y las capacidades.

## IA generativa

Un derivado de la inteligencia artificial que puede crear nuevos contenidos (textos, imágenes, vídeos, audios o experiencias completas) a partir de entradas o indicaciones, un paso más allá de las capacidades de la IA tradicional para analizar datos y automatizar procesos.

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#) promete ser una innovación revolucionaria en el mundo del marketing. Es una aplicación con IA generativa que facilita la producción de contenido de gran impacto a un ritmo y una escala antes inconcebibles. Capacita a los equipos de marketing con el objetivo de crear contenidos de marca en varios canales para anuncios, correos electrónicos y campañas, todo ello mientras proporciona información en tiempo real a fin de optimizar el rendimiento del contenido. Lo probamos primero en nuestra organización y dio unos resultados espectaculares.

# Marketing empresarial a escala global

La Organización de marketing global (o GMO por sus siglas en inglés) de Adobe, con más de 1100 personas en su plantilla, gestiona los esfuerzos de marketing a gran escala de la empresa apoyándose en una sólida experiencia. GMO organiza campañas sofisticadas en varios canales y mercados, con una inversión anual en marketing de más de mil millones de dólares. Por poner un ejemplo de nuestro alcance, enviamos miles de millones de correos electrónicos cada año dirigidos a distintos segmentos de audiencias en todo el mundo y en más de 40 idiomas.



A pesar de nuestros impresionantes logros, hemos tenido que lidiar continuamente con el enorme volumen de contenido necesario para ofrecer un marketing personalizado, oportuno y eficaz a gran escala, sobre todo si consideramos el número de campañas que producimos anualmente. Por ejemplo, para nuestras promociones del Black Friday hay que crear decenas de miles de activos y variantes para distintas líneas de producto en todos los canales, las audiencias y los mercados mundiales. En 2023, generamos 52 000 activos únicamente para esta campaña. El tremendo esfuerzo precisó de muchos recursos de nuestro estudio y agencia y derivó en una falta de contenido en otros proyectos. La incapacidad de crear, ajustar o actualizar los contenidos rápidamente suponía a menudo que las campañas de marketing se quedaran obsoletas o que fueran menos eficaces, lo que reducía las interacciones de clientes y el ROI.

## Activo

Un documento, imagen, vídeo o audio en formato digital que puede tener numerosas variantes, derivados o capas.



## Los desafíos a los que nos enfrentamos

Como muchas otras organizaciones de marketing empresarial en el panorama actual, ávido de contenidos, nos topamos con innumerables desafíos. El mayor de todos era ampliar a escala la producción de activos rápidamente para satisfacer la creciente demanda de contenidos personalizados, a la vez que se reducían los costes. Nuestros métodos de producción tradicionales creaban cuellos de botella en los flujos de trabajo y ralentizaban todo el entorno de marketing.

### La incapacidad de generar suficiente contenido y variaciones tuvo como resultado estas limitaciones:

- Dificultad para realizar pruebas completas a gran escala y utilizar algoritmos de optimización sofisticados.
- Repercusión negativa en la eficacia de las campañas debido a la incapacidad para actualizar y reutilizar el contenido de forma oportuna.
- Incapacidad para atender distintos segmentos de audiencias por la falta de contenido pertinente y la escasez de recursos.
- Reducción de la capacidad de respuesta ante las dinámicas del mercado y la distribución de un marketing oportuno a escala por la constante escasez de contenidos.
- Ralentización del trabajo de localización debido a que los equipos locales dependían de activos en inglés.
- Dificultad para optimizar las campañas, ya que los datos carecían de información detallada sobre los activos para cuantificar el impacto.

## El 59 %

de los equipos de marketing afirman tener dificultades para crear contenidos debido a las abrumadoras exigencias de los equipos creativos.

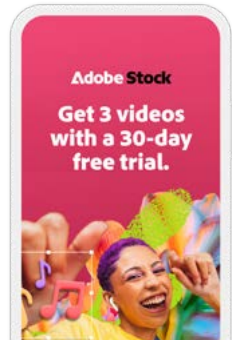
## El 41 %

de las empresas utilizan o tienen previsto utilizar la IA generativa para personalizar contenidos basándose en los datos de sus clientes.

Fuente: Adobe

## El 71 %

de la clientela espera interacciones con la marca personalizadas según sus intereses.



Nuestra investigación reveló que el 59 % de los equipos de marketing destacan problemas similares provocados por las abrumadoras demandas que recaen sobre los equipos creativos y la necesidad de pedirles cada nueva pieza o versión de contenido. Muchas personas buscamos soluciones a estos problemas y la mayoría de los caminos conducen a la IA generativa. En nuestro informe [Tendencias digitales de 2024](#), el contenido es el caso práctico principal en las estrategias de IA generativa ; un 41 % de empresas declaran que han implementado o implementarán la IA generativa en sus esfuerzos de personalización.



Los equipos de campañas de redes sociales y por correo electrónico precisan de un volumen y una variedad de contenidos únicos y que reflejen la marca en todos los canales de marketing para captar clientes y alcanzar sus objetivos empresariales. En pocas palabras, el contenido y las experiencias son ahora lo que impulsa el ROI del marketing”.

**Patrick Brown**

Vicepresidente de marketing de crecimiento e información, Adobe



## La IA generativa y la oportunidad de ampliación del contenido a escala en Adobe

El surgimiento de la IA generativa a finales de 2022 supuso un momento decisivo para nuestra organización de marketing global. Tras reconocer su potencial transformador para la creación de textos e imágenes mediante indicaciones con lenguaje natural, formamos un equipo interdisciplinar con personas responsables de marketing, creativas y expertas en la ciencia de datos, y les encargamos la integración de esta potente tecnología en nuestros procesos de creación de contenidos. Cuando desarrollamos nuevos productos, Adobe es suele ser el cliente cero, ya que probamos los productos en nuestros flujos de trabajo antes de hacerlos públicos. Esta iniciativa no se centraba solo en incorporar nuevas tecnologías, sino encaminarnos a una nueva era de agilidad de marketing que nos pudiera ayudar a redefinir las capacidades operativas y capacitar a nuestra clientela para que también pudiera hacerlo.

### Equipo de marketing de rendimiento

Un equipo de marketing que crea campañas por correo electrónico o para redes sociales de pago (plataformas de visualización, sociales y de vídeo) para impulsar el rendimiento, como el ROI, las ventas y la participación.

### El primer paso: aumentar la productividad de los equipos creativos

La integración de la IA generativa en los planes de Creative Cloud de Adobe, especialmente en productos insignia como Photoshop e Illustrator, propició un salto en la productividad. Funciones como [Relleno generativo en Photoshop](#) y [Generación de colores de reemplazo en Illustrator](#) reducen drásticamente el tiempo dedicado a tareas de edición tediosas y permiten abordar la constante escasez de contenidos que hemos sufrido. Agilizar el proceso creativo permitió a los equipos

creativos producir un mayor volumen de contenidos de gran calidad para satisfacer la creciente demanda de activos de marketing personalizados y oportunos, lo que en última instancia les permitió dedicar su tiempo a estrategias de mayor nivel que ayudan a impulsar la empresa.

## El segundo paso: empoderar a los equipos de marketing para crear contenidos

A pesar de los importantes avances en cuestiones de eficiencia y productividad, aún nos quedaba trabajo por hacer para cerrar la brecha de contenidos. A comienzos de 2023, proveímos a nuestros equipos de marketing con capacidades de creación de contenido por IA generativa. Antes, nuestro proceso de marketing implicaba largos ciclos de redacción de informes y espera de activos seguidos de la revisión y aprobación de los mismos.

Al desarrollar herramientas para que los equipos de marketing generaran sus propios activos ajustándose a las directrices de la marca, aceleremos nuestras estrategias de comercialización, mejoramos la agilidad

de las campañas y optimizamos la utilización de los recursos. Este enfoque redujo la brecha de contenidos aprovechando el potencial de nuestros equipos de marketing de rendimiento y dotándoles de funciones de IA generativa.



### Validación de la IA generativa en nuestras operaciones de marketing

Nuestro primer desafío era determinar si la IA generativa podía crear materiales de marketing que representaran fielmente los productos, mantuvieran la creatividad y se adhirieran al estilo de la marca. La marca de Adobe, refinada a través de décadas de innovación, es vital para el éxito empresarial. En esta transformación era fundamental que el contenido generado por la

IA generativa fuera fiel a la identidad de la marca, tanto para conservar la confianza de la clientela y la posición en el mercado como para generar una confianza interna en las herramientas de IA generativa. El resultado fue todo un éxito.

Aunque en los debates de las empresas también existía la preocupación por las “alucinaciones” de la IA (contenidos generados por la IA que son imprecisos) nuestros experimentos demostraron que estas no eran significativas y que incluso podían ser beneficiosas. Estos saltos creativos generados por la IA a menudo daban lugar a contenidos innovadores, al tiempo que mantenían la precisión en el producto. Lo que a menudo se considera una limitación de la IA generativa en otros ámbitos se convirtió en una clara ventaja en nuestras aplicaciones de marketing, donde la creatividad es un factor diferenciador clave.

## Creación de una solución ampliable a escala

Con el éxito que la IA generativa aportó a nuestros equipos creativos y de marketing, vimos la oportunidad de crear un producto que pudiera beneficiar a otras organizaciones similares. Nuestros equipos creativos trabajaron estrechamente con las herramientas de IA generativa para orientar y perfeccionar sus resultados, creando indicaciones a fin de producir contenidos que reflejaran la marca. Al tiempo que ganábamos confianza en la tecnología, pasamos a un enfoque más ampliable y pedimos a nuestros equipos creativos y de ingeniería que codificaran su experiencia en un sistema. Colaboramos de cerca con nuestros laboratorios de investigación y equipos de producto, desarrollando los componentes que posibilitan a los equipos de marketing la autogestión de la mayoría de sus requisitos de contenidos. Todo este trabajo culminó con un nuevo producto: Adobe GenStudio for Performance Marketing.

En lugar de aunar las funciones de varias aplicaciones, GenStudio for Performance Marketing es una única aplicación de autoservicio que permite a los equipos de marketing buscar, adaptar, crear y analizar contenidos para sus campañas. Todo ello en una modesta colaboración con los equipos creativos. La herramienta facilita cumplir con la demanda de experiencias personalizadas con contenidos de marca, campañas actualizadas para mantener el interés de la clientela y respuestas dinámicas a las tendencias del mercado. Con la información en tiempo real, los equipos de marketing pueden seguir optimizando el uso de los activos y las campañas para sacar el máximo impacto y rendimiento de estos.

## Cómo la IA generativa aborda nuestras lagunas

Una vez desarrollado GenStudio for Performance Marketing, su integración en nuestros flujos de trabajo precisó de un enfoque calculado. Analizamos nuestros desafíos y examinamos los casos prácticos específicos para mediar la repercusión de la IA generativa en cada uno. Esto es lo que descubrimos.



Adobe GenStudio for Performance Marketing es un cambio radical para los equipos de marketing digital modernos. Los equipos producen más activos de marca y a mayor velocidad para anuncios de redes sociales de pago y correos electrónicos de marketing. Esto significa mejores recorridos de cliente gracias a una mayor personalización y un aumento del ROI al reducir los esfuerzos y aumentar el volumen y la diversidad de contenidos en cada programa”.

**Patrick Brown**

Vicepresidente de marketing de crecimiento e información, Adobe



# 1. Realizar pruebas a gran escala para campañas por correo y de redes sociales de pago

**Reto:** A nuestros equipos de marketing les resultaba difícil realizar pruebas a gran escala de las campañas por correo electrónico y de redes sociales de pago, sobre todo por la falta de variaciones del contenido que podíamos generar dadas las limitaciones de presupuesto y tiempo. Al no poder optimizar el contenido en función de los datos de rendimiento, bajaron las tasas de interacción y las métricas de conversión. Cuando se podían realizar pruebas, solo podíamos probar dos versiones del mensaje de asunto y del antetítulo, pero no el mensaje completo. En cuanto a las redes sociales de pago, a menudo únicamente podíamos crear una o, en ocasiones, dos variaciones, por lo que aprovechar las increíbles opciones de segmentación que ofrecen las plataformas sociales era complicado.

## 8,5 % de aumento de la tasa de apertura

Con GenStudio for Performance Marketing, podemos cambiar y probar nuevos mensajes de asunto cada dos semanas, lo que ha aumentado las tasas de apertura en un 8,5 %.

**Solución:** Con cada indicación, GenStudio for Performance Marketing genera al menos cuatro variaciones de cada activo solicitado, con diferentes títulos, asuntos y cuerpos de texto en base a los productos y las personas objetivo. Ahora, podemos generar y probar rápidamente numerosas variaciones de contenido de correos electrónicos completos y anuncios para redes sociales de pago, respetando las directrices de la marca Adobe. En el caso del correo electrónico, realizamos pruebas A/B/n y análisis multivariantes de diferentes elementos de contenido, como mensajes de asunto, texto del cuerpo, imágenes y llamadas a la acción. En las redes sociales de pago, utilizamos los algoritmos de optimización de Facebook e Instagram para ofrecer el contenido adecuado al público apropiado.

**Impacto:** En una de nuestras primeras pruebas de correo electrónico con IA generativa, creamos y verificamos rápidamente cinco versiones de un correo electrónico para Adobe Photoshop, que generó un aumento de más del 10 % en la tasa de clics. En una prueba posterior en la que utilizamos la misma estrategia, conseguimos un asombroso aumento del 57 % en la tasa de clics en una campaña por correo electrónico para Adobe Illustrator. La velocidad de creación de contenidos también nos permitió probar nuevos mensajes de asunto cada dos semanas para una campaña activa, lo que se tradujo en un aumento del 8,5 % en las tasas de apertura. En cuanto a las redes sociales de pago, una campaña para Adobe Creative Cloud con cinco variaciones de contenido diferentes de imágenes y textos generó una mejora del ROI del 10 % en comparación con campañas anteriores similares. La escala y la velocidad de las pruebas transformaron el enfoque que teníamos de la optimización de contenidos, lo que mejoró considerablemente el rendimiento y la eficiencia de los procesos de marketing.

## Prueba A/B/n

Una extensión de las pruebas A/B en la que se comparan más de dos variaciones de contenido (como una página web, un correo electrónico o un activo digital) para comprender cuál es la mejor para impulsar los resultados empresariales.

# 57 % de aumento en la tasa de clics

En una prueba con IA generativa, una campaña por correo electrónico de Adobe Illustrator logró un aumento del 57 % en las tasas de clics en comparación con otras variantes.

1 **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 Vector Graphic turns it into a fully editable image.

2 **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.

3 **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.

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

5 **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. Actualizar y reutilizar el contenido rápidamente

**Reto:** Actualizar el contenido continuamente mejora el rendimiento de la campaña y reduce el esfuerzo. Por ejemplo, Meta recomienda actualizar los activos publicitarios cada tres o cuatro semanas. A causa de nuestras lagunas de contenido, no disponíamos del suficiente para actualizar con frecuencia nuestras campañas de redes sociales de pago. El contenido solía quedarse obsoleto porque solo éramos capaces de actualizarlo una vez al trimestre. Algunos activos estuvieron presentes en el mercado durante más de seis meses. A pesar de contar con una biblioteca inmensa de activos de gran calidad, aprobados y utilizados, reutilizar o fusionar contenido ya creado llevaba tanto tiempo como crear activos nuevos.

**Solución:** Al integrar nuestro sistema de gestión de activos digitales (DAM) con las funciones de la IA generativa, GenStudio for Performance Marketing nos permite generar versiones actualizadas de activos existentes partiendo de los diseños originales de los equipos creativos. Ahora, los equipos de marketing pueden acceder rápidamente, editar y combinar activos existentes autorizados. Por ejemplo, una imagen principal de una campaña de redes sociales se puede actualizar con una nueva serie de encabezados creados con IA generativa o reutilizarse para una campaña por correo electrónico.

**Impacto:** Permitir a los equipos de marketing reutilizar y actualizar los contenidos ha acortado considerablemente el tiempo de comercialización. Se ha comprimido el proceso de creación de correos electrónicos de dos a tres semanas a tan solo dos o tres días. Ahora podemos reutilizar fácilmente el contenido de correos electrónicos utilizando la misma imagen principal con un texto diferente para cada persona. En un ejemplo, una imagen principal de gran rendimiento que se creó para una campaña de Adobe Illustrator en 2023 se ha reutilizado para crear varias campañas por correo electrónico adicionales. Adaptar rápidamente elementos de alto rendimiento, como encabezados o las llamadas a la acción en las imágenes principales, ha mejorado en gran medida la agilidad de nuestras campañas. La escala y la velocidad de las pruebas transformaron el enfoque que teníamos de la optimización de contenidos, lo que mejoró considerablemente el rendimiento y la eficiencia de los procesos de marketing.

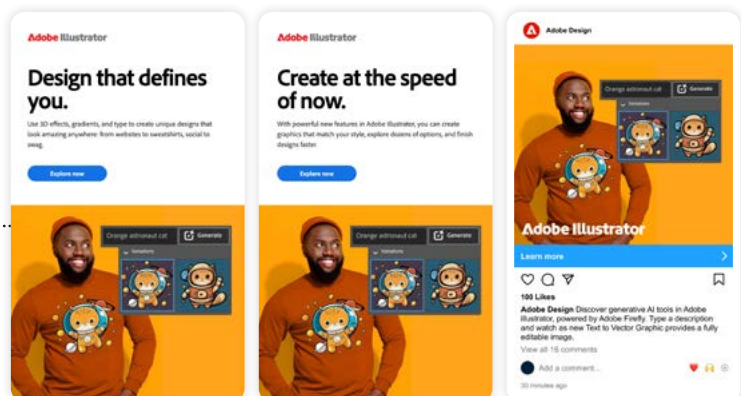
### De 3 semanas a 3 días

Agilización del proceso de creación de correos electrónicos y aumento de la productividad con la IA generativa.

Este activo que se creó con IA generativa...



y se convirtió en estos nuevos activos creados con GenStudio for Performance Marketing.



### 3. Permitir a los equipos de marketing crear contenido nuevo y exclusivo para audiencias desconocidas

**Retos:** La escasez de recursos dificultaba la creación de contenidos personalizados para distintos segmentos de audiencia, lo que provocaba la pérdida de oportunidades y que las interacciones de toda nuestra base de clientes fueran escasas. Por ejemplo, nuestro equipo de marketing de ciclo de vida intenta satisfacer 12 audiencias distintas con nuestros programas de captación en Norteamérica, pero la falta de contenido a menudo nos limitaba a llegar solo a 6 con regularidad. El equipo no podía dirigirse a audiencias y eventos específicos en redes sociales de pago por culpa de la falta de contenido. Podíamos anunciar 13 productos al público, pero carecíamos de activos específicos para cada perfil que nos permitieran crear mensajes y contenidos diferenciados en las plataformas sociales.

**Solución:** La velocidad y agilidad de la creación de contenidos impulsada por IA generativa permite a los equipos de marketing dirigirse a más audiencias con contenidos adaptados a sus intereses. GenStudio for Performance Marketing facilita la personalización de contenidos utilizando la misma indicación y cambiando la persona objetivo para crear variaciones coherentes con la marca en todos los canales para diferentes audiencias.

**Impacto:** Gracias al contenido pertinente, ahora atraemos a más clientes, y esto nos permite obtener mejores resultados de marketing en diferentes segmentos de audiencia. El equipo de marketing del ciclo de vida ha duplicado el número de experiencias de correo electrónico y de audiencias distintas que atienden con contenido personalizado para nuestras campañas de captación en Norteamérica. Ahora podemos llegar con regularidad a las 12 audiencias y agilizamos nuestros objetivos de ingresos. Para las redes sociales de pago, GenStudio for Performance Marketing nos permite crear el contenido suficiente para utilizar mejor los algoritmos de las plataformas sociales y ofrecer el contenido adecuado al público apropiado.

#### Equipo de marketing de ciclo de vida

Desarrolla y ejecuta las estrategias de marketing para atraer clientes en sus interacciones con una marca.

## Alcance del 100 % de las audiencias objetivo

El equipo de marketing de ciclo de vida ha duplicado tanto el volumen de experiencias por correo electrónico distintas que ofrece como el público que recibe contenidos personalizados.





## 4. Facilitar el marketing y la capacidad de respuesta en tiempo real

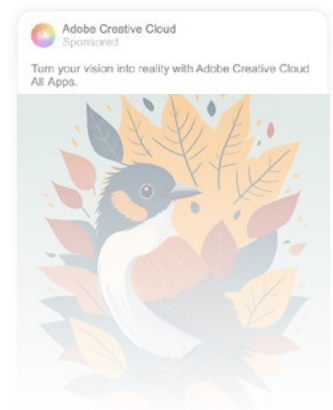
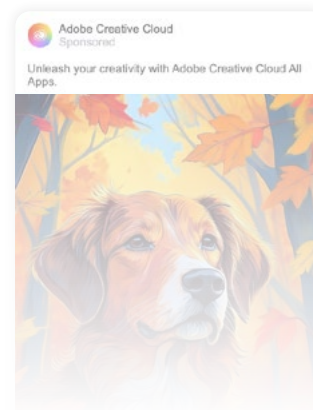
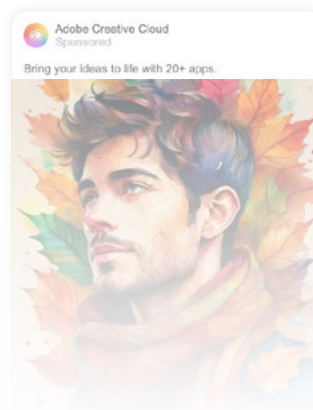
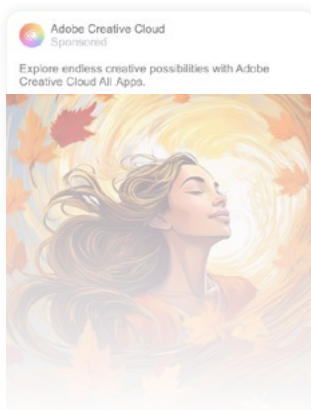
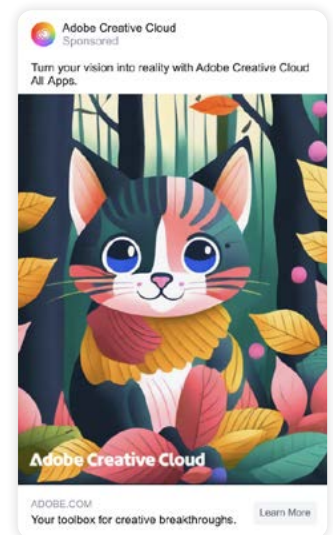
**Retos:** La incapacidad para producir contenido a tiempo para aprovechar eventos actuales y oportunidades de mercado tuvo como consecuencia una pérdida de ingresos y de relevancia en el mercado. Nuestros plazos de producción de tres semanas solían hacer que perdiéramos ventanas importantes para distribuir campañas oportunas, sobre todo cuando hablamos de eventos de temporada y tendencias emergentes.

**Solución:** GenStudio for Performance Marketing comprimió el proceso de creación de contenido de marca de semanas a días u horas, lo que nos permite reaccionar mejor ante eventos en tiempo real. Los equipos de marketing pueden crear contenido de forma independiente, lo que reduce en gran medida los periodos de espera de activos. Pueden buscar, crear y adaptar activos para interactuar con clientes y analizar los datos de rendimiento en tiempo real para actualizar campañas y mantener la sincronía con las tendencias del mercado.

**Impacto:** Con GenStudio for Performance Marketing, hemos podido crear y distribuir campañas que antes estaban fuera de nuestro alcance. Lanzamos con éxito nuestra primera campaña de redes sociales de pago con una temática otoñal para Adobe Creative Cloud en 2023, que generó un ROI un 9 % superior al de otras campañas similares. Hace poco, realizamos una campaña de los Juegos Olímpicos de verano para Creative Cloud. Esta la diseñamos rápidamente después de que nuestros resultados financieros semanales mostraran signos de fortaleza en un mercado extranjero. Esta nueva agilidad mejoró nuestra capacidad de respuesta ante la propensión del mercado y aumentó el rendimiento de nuestras campañas y la eficacia general de los procesos de marketing.

# 9 % de aumento del ROI

Gracias a la IA generativa, nuestra primera campaña de redes sociales de pago con una temática otoñal para Creative Cloud generó un ROI un 9 % superior al de otras campañas similares.





## 5. Mejorar la localización y la agilidad de los equipos de marketing regionales

**Reto:** Los cuatro equipos regionales de marketing de Adobe, que representan a más de 50 países, se esforzaban por crear contenidos culturalmente apropiados y dependían en gran medida de materiales localizados en inglés debido a las limitaciones presupuestarias. Este enfoque consumía mucho tiempo y el público local no se identificaba con los contenidos.

**Solución:** Las capacidades multilingües de GenStudio for Performance Marketing permiten a los equipos regionales crear sus propias campañas con contenido localizado de forma rápida e independiente en sus idiomas principales. Además, los equipos internacionales pueden localizar rápidamente campañas globales para tener en cuenta los matices culturales, manteniendo al mismo tiempo los estándares de la marca. Gracias a IA generativa, se pueden reutilizar activos y generar rápidamente docenas de variaciones de anuncios para cada región.

**Impacto:** Para Adobe, esta descentralización en la creación de contenidos ha aumentado la agilidad de los procesos de marketing en todos los mercados internacionales. Nuestro equipo de marketing japonés estaba entusiasmado con la posibilidad de crear contenido en su propio idioma para ampliar las pruebas a escala. Presentamos GenStudio for Performance Marketing al equipo y, en cuestión de días, crearon y probaron nuevos mensajes de asunto para una campaña por correo electrónico existente de Document Cloud. Esta prueba aumentó las tasas de clics en un 10 % con el mensaje de asunto de mayor rendimiento, y el equipo planea aumentar sus pruebas en las operaciones de marketing. Ahora estamos expandiendo esta capacidad a otros equipos regionales.



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

Before

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

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、並べ替えた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

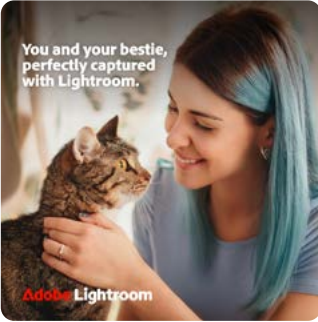
**10 %**  
de aumento en las tasas de clics de correo electrónico

Nuestro equipo de marketing en Japón creó y probó nuevos mensajes de asunto para una campaña por correo electrónico de Document Cloud. Así, logró aumentar la tasa de clics en un 10 % con el mensaje de asunto de mayor rendimiento.

## 6. Aportar información al proceso creativo

**Reto:** Los análisis de marketing tradicionales se basaban en gran medida en datos abstractos, lo que daba lugar a una falta de coherencia entre el contenido y las métricas de rendimiento. Nos costaba identificar los elementos de nuestras imágenes o textos con los que se identificaba el público, tales como los colores, las formas, los temas, las palabras clave o los estilos. En su lugar, a menudo confiábamos en la intuición, por lo que perdíamos oportunidades de mejora y éramos incapaces de repetir los procesos satisfactorios de forma coherente en las distintas iniciativas de marketing.

**Este anuncio tuvo un buen rendimiento. Pero ¿por qué?**



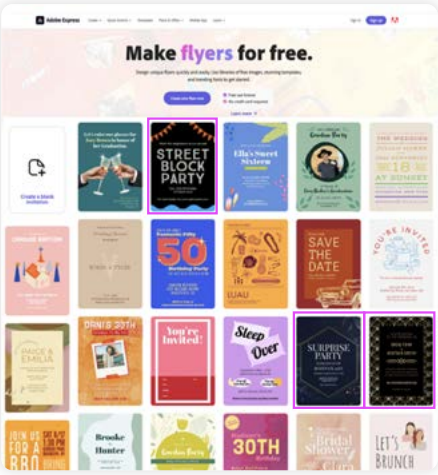
- Multicolor background
- Person on the right side
- Logo on bottom left
- Message
- White text
- Soft focus
- Mentions product
- depicts "tender moment"
- Person
- lots of blue
- Colored hair
- Cat
- Indoors
- Image is square
- contains word "bestie"
- bold typeface

**Solución:** GenStudio for Performance Marketing cambió nuestro enfoque de la creación de contenidos al situar la información en el corazón proceso. La aplicación toma cada activo de marketing publicado y lo ejecuta a través de servicios de caracterización de IA, extrayendo todos los atributos pertinentes, como los colores de fondo y el primer plano, los temas, los objetos, el estado de ánimo, el estilo, los formatos y mucho más. A continuación, se vinculan estas características con los datos de rendimiento de cada activo y, en conjunto, se pueden utilizar para responder a preguntas como: "¿Qué color de fondo genera las mayores interacciones para este producto o segmento de clientes en esta región o país?"

**Impacto:** La aplicación de un enfoque basado en los datos ha transformado nuestro proceso creativo en un ciclo iterativo de mejora continua, en el que los conocimientos aportan información para diseñar futuras estrategias y campañas más eficaces. En una ocasión, la aplicación de los datos a los activos de nuestro sitio web reveló que un color específico en nuestras páginas de plantillas de Adobe Express generaba unas mayores interacciones en las descargas de plantillas. Sabiendo esto, aumentamos el número de plantillas con ese color, lo que incrementó las descargas en un 35 %. Con decisiones creativas fundamentadas en la experiencia empírica, nos hemos situado a la vanguardia de la innovación en marketing basada en datos.

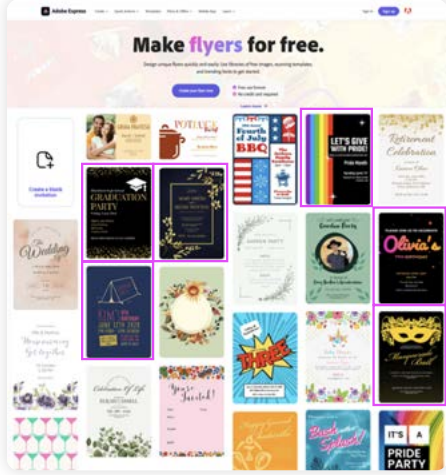
**Control**

Menos plantillas oscuras



**Prueba**

Más plantillas oscuras



**35 %**  
**de aumento en las descargas**

Aplicar los datos sobre el color de la plantilla más popular tuvo como consecuencia un aumento del 35 % en las descargas.

# Gestión de cambios y adecuación organizativa

La adopción de la IA generativa en los procesos de marketing tiene un potencial transformador, pero su efecto se verá severamente reducido si se fuerza su incorporación en estructuras organizativas y flujos de trabajo. Para desbloquear todo el potencial de esta tecnología, las organizaciones deben aplicar cambios importantes en el personal, los procesos y la tecnología.

## Gestión de cambios

El proceso mediante el cual una organización orienta al personal y los equipos a las nuevas formas de funcionamiento para conseguir una transición fluida con las mínimas interrupciones.

## 1. Personas: funciones, habilidades y cultura en evolución

Una gestión satisfactoria del cambio debería comenzar siempre con las personas de la organización.

### Nuevas funciones

La integración de la IA generativa precisa de la creación de nuevas funciones en la organización de marketing. La principal de ellas es la de un nuevo modelo de responsable de marketing con capacidad de IA generativa, que combina la perspicacia del marketing tradicional con el dominio de la IA y la comprensión de su potencial y sus límites.

Al fomentar el crecimiento de esta nueva generación de responsables de marketing, las empresas pueden aprovechar plenamente la IA generativa, impulsando una innovación, eficiencia y eficacia sin precedentes en sus iniciativas. Además, funciones como las del personal técnico creativo, de quienes crean con la ayuda de la IA generativa, del equipo de corrección de textos y del de diseño resultan vitales para mantener la integridad y el control de calidad de la marca.

### Funciones y responsabilidades principales en un entorno de IA generativa

#### Responsables de marketing de rendimiento

Deben tomar un enfoque actualizado de la creación de contenido y la gestión de campañas. En lugar de seguir la elaboración de informes y los ciclos creativos tradicionales que suelen llevar semanas, utilizan las funciones de IA generativa para crear campañas de gran rendimiento.

#### Responsables de creatividad con IA generativa

Definen y preservan unas directrices de marca integrales. Muestran al equipo de marketing de rendimiento cómo aplicar dichas directrices en la creación de contenido por IA para mantener la coherencia de marca en todos los productos.

#### Equipo de corrección de textos con IA generativa

Supervisa la revisión, edición y aprobación de los textos generados por IA. Trabaja estrechamente con las personas responsables de creatividad con IA generativa para establecer el estilo, los canales y otras directrices de marca.

#### Equipo de diseño con IA generativa

Utiliza herramientas de IA como [Adobe Firefly](#) y GenStudio for Performance Marketing para proporcionar una fuente regular de contenido visual. Elabora un rico repositorio de imágenes autorizadas con anterioridad, y revisa y aprueba los activos creativos generados por el equipo de marketing para controlar su calidad.

#### Responsables piloto de la IA generativa

Impulsan la implementación exitosa de iniciativas de IA generativa en toda la organización de marketing global y guían la mejora continua y la adopción de tecnologías de IA generativa en sintonía con el liderazgo ejecutivo.



Considero que Adobe GenStudio for Performance Marketing es una herramienta muy valiosa. Me ayuda a generar rápidamente contenidos para la clientela, al tiempo que reduce considerablemente los costes y el tiempo de desarrollo. Tengo más libertad y flexibilidad para crear variaciones de contenido que me permitan realizar experimentos y obtener información con mayor rapidez. Me entusiasma ver cómo la IA generativa puede ayudar también a una personalización más completa a través de los recorridos de la persona usuaria”.

**Sushmitha Komar**

Responsable sénior de marketing de ciclo de vida, Adobe



## Nuevas habilidades

Estas recientes funciones precisarán de nuevas habilidades que pueden requerir programas de formación sobre las prácticas recomendadas de indicaciones, generación de imágenes, adhesión a la marca y otros temas, así como el establecimiento de centros internos de excelencia de IA generativa. Durante nuestro propio recorrido, nos dimos cuenta de que los equipos de marketing necesitaban más formación sobre cómo escribir indicaciones para generar contenidos coherentes con la marca. Por ello, el equipo de tecnología creativa desarrolló una guía de IA generativa para ayudar a los equipos de marketing a optimizar el uso de GenStudio for Performance Marketing.



## Colaboración y cultura

La integración de la IA generativa precisa de formación, asistencia técnica y una colaboración más estrecha entre los equipos creativos y de marketing. Para sentar las bases de dicha colaboración se pueden comunicar las ventajas de la IA generativa como una herramienta para potenciar el trabajo creativo al tiempo que se reducen las tareas mundanas. Además, se puede establecer un sólido proceso de revisión y aprobación con un bucle de comentarios abierto. A medida que los equipos de marketing tienen la oportunidad de asumir un mayor control creativo de los proyectos, los equipos de marca pueden facilitar la gestión del cumplimiento y mantener los mecanismos de protección de la marca para impulsar la creación de contenidos. Estos equipos pueden realizar mejoras y comprobar el ROI antes de la transformación de toda la empresa. Fomentar una cultura de colaboración puede impulsar el éxito, la adopción de la IA generativa y la materialización del valor.

### Directrices de la marca

Las normas que rigen y definen el aspecto de una marca para elaborar una identidad que sea fácilmente reconocible entre la clientela de todas las plataformas. Por ejemplo, las directrices de marca recogen los códigos de color, los logotipos, las fuentes aprobadas, el estilo y el tono de escritura preferidos, etc.



## 2. Procesos: redefinir los flujos de trabajo

Con una revisión de esta magnitud, es indispensable examinar los procesos actuales y reestructurarlos según sea necesario.

### Establecer mecanismos de protección de marca sólidos

A medida que el volumen y la velocidad de creación de contenidos aumentan exponencialmente, las organizaciones deben asegurarse de preservar las directrices de marca. Estos mecanismos de protección sirven como un marco completo que mantiene el contenido generado por IA alineado con los valores fundamentales, la voz y la identidad visual. Es fundamental informar a las personas responsables sobre cómo conseguir que la IA generativa sea compatible con la marca, así como enseñarles la importancia de revisar y actualizar periódicamente las directrices para que evolucionen con ella y no queden obsoletas.

### Rediseñar el proceso de revisión y aprobación

Los equipos creativos deben revisar los contenidos que los de marketing producen con IA generativa para verificar que cumplen los estándares de más alta calidad de la marca. Estos comentarios ayudan a mejorar las directrices en herramientas como GenStudio for Performance Marketing. Dado que los equipos creativos tienen un profundo conocimiento de la identidad de la marca y la resonancia emocional, son esenciales para definir la dirección creativa, elaborar narrativas y añadir un toque humano que haga que el contenido no sea solo práctico, sino también impactante. En este nuevo paradigma, los equipos de marketing se encargan de sus propias necesidades de contenidos, mientras que los de creatividad se centran en la estrategia de alto nivel, la innovación y la selección de los contenidos generados por IA para garantizar que cumplen los más altos estándares de creatividad y eficacia.



Al codificar claramente nuestras directrices de marca y de estilo, pudimos crear plantillas y perfeccionar grandes modelos lingüísticos para ayudar a los equipos de marketing a crear contenidos fácilmente con Adobe GenStudio for Performance Marketing. Estas directrices ayudan a garantizar que este contenido refleje la marca y mantenga su coherencia e integridad en todos los canales. También agilizan las aprobaciones del equipo de marca, lo que nos permite salir al mercado más rápido".

**Heather Freeland**

Directora de marca, Adobe

#### Antes de la revisión

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

#### Después de la revisión

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

## Confiar en partners de agencia

En un entorno potenciado por la IA generativa, las organizaciones tienen que reinventar los procesos tradicionales de revisión y aprobación para gestionar el creciente volumen de contenidos. Creíamos que nuestro equipo interno podía gestionar el volumen de los nuevos contenidos producidos, pero pronto nos dimos cuenta de que esto creaba un cuello de botella en los flujos de trabajo. Los partners de agencia crearon una vía adicional para ampliar la creación de contenidos, convirtiéndose en una parte esencial de nuestra estrategia que nos permitió alcanzar los objetivos. Con esta colaboración, las empresas pueden sacar el máximo partido de las mejoras de productividad que ofrecen las herramientas de IA. Además, las operaciones de marketing pueden seguir siendo ágiles y adaptativas para hacer frente al rápido crecimiento de las necesidades de contenidos.

## Optimizar la creación de contenido con análisis

Con GenStudio Insights, los análisis avanzados del rendimiento del contenido en tiempo real ayudan a los equipos de marketing a determinar con exactitud dónde y cómo se debe mejorar. El etiquetado automático e inteligente de contenidos puede también exponer los atributos específicos de los mensajes con los que mejor se identifica el público. Estos detalles posibilitan una toma de decisiones pormenorizada que da comienzo a un bucle creativo en el cual los datos de rendimiento se utilizan para futuras estrategias de contenido, lo que aumenta las interacciones y la conversión. Al incluir estos datos en las decisiones creativas, los equipos de marketing pueden crear procesos que mejoren continuamente la eficacia de sus contenidos. Las empresas deberían incorporar estos conocimientos al proceso de concepción de cada nueva campaña, aprovechando al máximo estas nuevas capacidades.

## 3. Tecnología: una pila integrada para la adopción de la IA generativa

La incorporación de la IA generativa de forma estratégica y meditada garantiza que mejore los procesos establecidos en lugar de interrumpirlos, manteniendo así la coherencia en todas las operaciones de marketing.

### Integración con la pila tecnológica de marketing existente

Adobe, al igual que muchas otras empresas, disponía de una suite completa de herramientas para dar asistencia al ciclo de vida de la creación de contenidos. Cualquier herramienta de IA generativa que se añada a una pila tecnológica de marketing debe integrarse con las herramientas y los flujos de trabajo existentes para proporcionar ventajas adicionales. Por ejemplo, GenStudio for Performance Marketing nos permite introducir contenidos de marca autorizados previamente con facilidad directamente desde [Adobe Experience Manager Assets](#), la base a partir de la cual se generan después variaciones. También podemos aprovechar los flujos de trabajo de revisión de [Adobe Workfront](#) en GenStudio for Performance Marketing a fin de garantizar la conexión con las campañas de la organización y para optimizar las revisiones y las aprobaciones.

### Seguridad, cumplimiento normativo y ética de la IA generativa

La adopción de las plataformas con IA, que son de uso comercial seguro, precisa de una consideración minuciosa de la ética y la responsabilidad, la privacidad de los datos, el cumplimiento normativo y unas medidas de seguridad sólidas.

Nuestro enfoque de la innovación responsable de la IA en cuanto a las aplicaciones de creación de contenido proporciona un marco para abordar estas cuestiones:

- **Privacidad y gobernanza de datos:** garantizar que las herramientas de IA generativa se adhieren a estándares de protección de datos estrictos, con políticas claras sobre el uso y almacenamiento de estos y especial atención al uso de los datos de cada cliente en los contenidos y las indicaciones.
- **Imparcialidad e inclusividad:** evaluar periódicamente los modelos de IA para detectar posibles sesgos en la creación de contenidos visuales y garantizar que producen resultados imparciales para distintos grupos de personas usuarias.
- **Fiabilidad y seguridad:** establecer protocolos de pruebas rigurosos para verificar la fiabilidad y la seguridad de los contenidos generados por IA antes de su lanzamiento.
- **Seguridad y sesgos perjudiciales:** desarrollar un modelo de IA generativa que promueva la diversidad, la equidad y la representación en los textos de marketing y respetar una política de tolerancia cero ante cualquier contenido perjudicial o tendencioso, estableciendo medidas de protección y filtros.
- **Supervisión humana:** crear un proceso de revisión y aprobación integrado en el que las personas se impliquen para tomar decisiones vitales y, a su vez, emplear la IA para potenciar la productividad sin renunciar al juicio humano.

La adhesión a estos principios permite a las organizaciones aprovechar el poder de la IA generativa y, al mismo tiempo, mantener los estándares éticos y el cumplimiento de los requisitos normativos, mitigar los riesgos y fomentar la confianza de la clientela y las partes implicadas.

## Tres factores de éxito fundamentales para la implementación de la IA generativa

“ A medida que la tecnología de IA generativa avanzaba rápidamente, Adobe se dio cuenta de que el panorama del marketing evolucionaría en función de las opciones que ofrecía. Pero limitarse a incorporar la tecnología de diferentes maneras en varios equipos no sería suficiente para alcanzar el éxito. Necesitábamos sincronizar nuestros equipos creativos, de marketing y de ingeniería con la visión general de las oportunidades que ofrecía GenStudio for Performance Marketing. Conseguir esta alineación estratégica propició un rápido progreso y unos resultados sólidos”.

**Patrick Brown**

Vicepresidente de marketing de crecimiento e información, Adobe

## **1 Empieza con la coordinación y el apoyo de la directiva**

El éxito de la adopción de la IA generativa se basa en una fuerte coordinación y respaldo de la directiva. Esta debe reconocer que su función va más allá de simplemente asignar recursos, y que también deben convertirse en defensores del cambio cultural necesario para lograr una adopción satisfactoria al esgrimir una visión clara de cómo la IA generativa transformará las operaciones de marketing. Promover un entorno que acepte la innovación y que tolere la curva de aprendizaje que viene con el uso de nuevas tecnologías.

**En los mensajes de la gestión del cambio:**

- Sé transparente acerca de los objetivos y las limitaciones de alto nivel.
- Subraya la importancia de la integridad de la marca durante esta transición.
- Aborda las preocupaciones, cuestiona el pensamiento tradicional e inspira a los equipos para que acojan esta nueva era del marketing.

## **2 Prepara toda la organización para la transformación con la IA generativa**

La IA generativa debería implementarse por fases, siendo la última de ellas la transformación de toda la empresa. En primer lugar, asegúrate de que se han definido las funciones adecuadas para respaldar la adopción e implementación de la IA generativa. Aquí se incluye establecer las responsabilidades de los nuevos puestos y cómo cooperarán con las funciones ya existentes.

Desarrolla e incorpora nuevos procesos que se adapten a la velocidad y el volumen de los contenidos de IA generativa. Renueva los procesos de revisión y aprobación e instaure unas directrices de marca claras para el uso de la IA. Por último, integra las herramientas de IA generativa sin interrupciones en las pilas de tecnología de marketing y los flujos de trabajo de content supply chain para mejorar las operaciones actuales con una interrupción mínima.

## **3 Comienza poco a poco y amplía a escala**

Para transitar toda una organización hacia una nueva forma de operar, empieza poco a poco. Identifica a una persona defensora de la IA generativa para liderar la transformación. A continuación, reúne a un equipo de especialistas en marketing de rendimiento que ofrezcan grandes resultados de forma sistemática. Incorpora equipos de corrección y diseño que traduzcan la identidad de la marca en directrices de IA generativa y revisen y aprueben el contenido que crean los equipos de marketing. Esto permite una rápida iteración y una mejora de los procesos en un entorno controlado, sin perder de vista el control de calidad y la integridad de la marca.



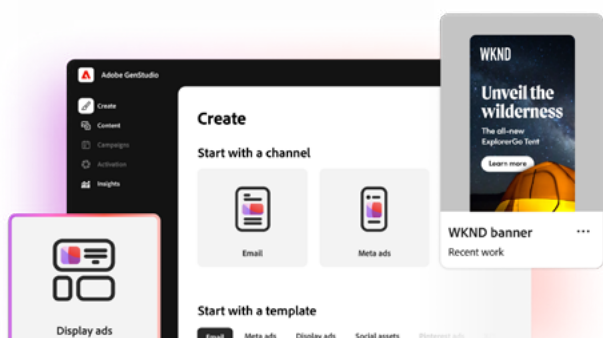
Supervisar los indicadores clave de rendimiento, como el aumento de la eficiencia, la calidad de los contenidos y la dinámica del equipo, mientras se desarrollan programas de formación para ampliar la iniciativa más allá de este equipo piloto. Aunque al principio observes un declive en la calidad del contenido que se envía a revisión, la formación de los equipos de marketing para que dominen las indicaciones derivará en una mejora constante de la calidad. Utiliza a tu equipo inicial de pruebas de marketing como orientación para que las siguientes incorporaciones adquieran estas habilidades. Este enfoque controlado preserva los niveles de calidad, facilita una transición fluida y maximiza el impacto a largo plazo de esta tecnología transformadora.

Las dificultades iniciales son una consecuencia secundaria natural del cambio. Aprende de ellas para fomentar una cultura que favorezca los riesgos calculados, y demuestra tu compromiso con la innovación y la mejora continua para impulsar la transformación. El desarrollo de estos valores dará lugar a una organización ágil que acogerá con los brazos abiertos los cambios futuros.

## Es hora de que comiences tu andadura con GenStudio for Performance Marketing

Aunque nuestra experiencia con la IA generativa ha resultado ser transformadora, no soluciona todos los problemas de marketing. Nuestra IA generativa está evolucionando y seguiremos trabajando para mejorar la coherencia de sus resultados en todos los canales y casos prácticos. También estamos explorando formas de hacer que la tecnología comprenda mejor los matices estilísticos de cada marca y las complejas narrativas de producto.

No tenemos todas las respuestas, pero creemos que compartir nuestras experiencias y puntos de vista es una oportunidad de colaboración y creación conjunta que puede hacer avanzar a todo el sector del marketing. Al hablar de nuestros éxitos, desafíos y preguntas actuales, esperamos fomentar un diálogo en toda la comunidad que dé forma al futuro del marketing. Invitamos a otras organizaciones, líderes de opinión y profesionales a unirse a esta causa.



Descubre cómo GenStudio for Performance Marketing te ayuda a crear contenidos dinámicos para campañas a gran escala y, además, aporta velocidad y agilidad a tus equipos de marketing.

[Comenzar](#)

# Adobe

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.

## Fuentes

“Tendencias digitales de 2024”,  
Adobe y Econsultancy, 2024.