



# Creación de recorridos de comercio personalizados

Personaliza a escala desde la interacción hasta la transacción.



## Tus clientes están listos para la personalización.

Tantos los clientes B2B como los B2C esperan recibir una experiencia de compra totalmente segura y sencilla en cada paso. Conoce quiénes son y dales lo que quieren, cuándo y dónde lo quieren, sin que resulte intrusivo.



Consumidores que son más propensos a comprar en marcas que personalizan.

Fuente: McKinsey & Company

## Un recorrido de comercio personalizado ofrece valor en cada momento.

Ve más allá de lo básico y ofrece las experiencias que más desean los clientes.

Recomendaciones relevantes	67%
Mensajes adaptados a sus necesidades	66%
Oferta de promociones dirigidas	65%
Celebración de hitos	61%
Envío de comunicados oportunos relacionados con los momentos clave	59%
Seguimiento después de la compra	58%
Envío de desencadenantes basados en el comportamiento	53%

Fuente: McKinsey & Company

## Se parte por un perfil de cliente integrado.

Recopila datos sobre el comportamiento y las transacciones de todas las interacciones en cada canal y recópilalos para crear perfiles en tiempo real.

## Y todo se basa en los datos.

Los datos de comercio electrónico más sofisticados ayudan a personalizar cada interacción.

### Con uso de datos



Hola de nuevo, Sara:

Aquí tienes algo pensado especialmente para ti.

71% Clientes que esperan recibir un contenido personalizado.

### Sin uso de datos



¿Quién eres?

Aquí tienes una experiencia de comercio electrónico única para todos los usuarios.

76% Clientes que se frustran cuando su experiencia no está personalizada.

Fuente: Forrester

## Lo que los datos te ofrecen:



### Mejores análisis

Encuentra maneras más eficaces de conectar y convertir, y descubre lo que debe mejorar.



### Mejores experiencias

Incrementa la tasa de conversión y el valor promedio de los pedidos en todos los puntos de contacto.



### Mejores recorridos

Expande las oportunidades para vender en un amplio rango de recorridos del cliente.

78%

Clientes que sostienen que hay más probabilidades de que recomienden a un amigo un contenido personalizado.

Fuente: McKinsey

320%

Aumento en las tasas de conversión por recomendaciones de productos personalizadas.

Fuente: Barilliance

60%

Clientes que afirman que comprarán de nuevo tras una experiencia de compra personalizada.

Fuente: Twilio

## Los resultados hablan por sí solos

En 2021 las organizaciones que invirtieron en tecnología de experiencia de cliente superaron al resto.

1,7 veces

Aumento de la rapidez del crecimiento

2,3 veces

Aumento del valor del ciclo de vida del cliente

“La personalización potencia el rendimiento y mejora los resultados de tus clientes. Las empresas que crecen más rápido obtienen un 40% más de ingresos que las empresas que crecen más lentamente, todo gracias a la personalización”.

McKinsey & Company



## Tienes lo que quieren, ¡dáselo!

## Empieza en el comercio personalizado

La integración perfecta de datos, recorridos, contenido y comercio ofrecerá a los clientes las experiencias que desean para obtener los resultados que tú quieres.

## Conoce tus desafíos

### Desafío 1:

Los datos del comercio electrónico están dispersos por varias aplicaciones, por lo que es difícil interpretarlos. Así, grandes volúmenes de datos quedan atrapados en unidades aisladas, pero no todos son útiles.



### Desafío 2:

El gran volumen de datos y su calidad dificulta la toma de decisiones.

### Desafío 3:

Los datos de fuentes terciarias están desapareciendo y muchas organizaciones no pueden capturar ni utilizar en su totalidad los datos de fuentes primarias y secundarias.



Datos de menor valor	Datos de fuentes terciarias	Datos de fuentes secundarias	Datos de fuentes primarias	Datos de primera mano	Datos de mayor valor
Datos agregados de fuentes públicas y privadas para los que el cliente puede no haber dado su consentimiento.	Datos de fuentes primarias que intercambian empresas con permiso contractual para su uso.	Datos recopilados directamente por una empresa cuando el cliente interactúa con su marca.	Datos que los clientes comparten de forma activa y libre con una marca.		

## Supera los desafíos con un enfoque de datos integrados

### Conoce a las personas que hay detrás de los datos.

Creación de perfiles de cliente de datos que se actualicen en tiempo real con cada interacción.

### Presta atención a la información.

Perfecciona la experiencia de cliente con la información sobre sus acciones y transacciones.

### Mejora la personalización a medida que avances.

Realiza pruebas multivariadas y A/B para saber qué funciona mejor y para quién.

### Aumenta el ROI.

Destaca los productos con amplios márgenes y disfruta de tasas de conversión mayores.



Flujo de comercio personalizado	Adquisición	Interacción	Conversión	Retención
Cómo puede ayudar Adobe	Creación de segmentos más rápida Gobernanza/Activación	Mejor experiencia futura Orientación/Toma de decisiones/Arbitraje	Orquestación omnicanal Online/Offline	Análisis y optimización multicanales
Valor	Aumento del ROI de marketing	Incremento de la conversión	Incremento de ventas e ingresos	Incremento de fidelidad y NPS

## Hazlo con Adobe

Recopila datos del navegador, el servidor y los eventos de lote.

Añadir al carrito

Pedido realizado

Estado del pedido

Catálogo de productos

Úsalos para crear perfiles de cliente más sofisticados.

Emily Johnson  
Edad: 28  
Durante el ciclo de vida: 125 USD

Productos:  
Pantalón Bikram | Camiseta Radiant

Segmentación:  
Mujer | Running | Usuario de la aplicación

Eventos de experiencia:  
Consulta de pantalones | Adición al carrito | Descarga de la aplicación

Actívalos para personalizar mejor a escala.

Recomendación de productos (que pueden gustarte)

Avisos de disponibilidad (notificaciones push)

Campaña de la campaña (un gráfico que refleja el uso de los análisis)

## Unifica datos y actúa a partir de esa información en tiempo real

### Adobe Customer Journey Analytics

Entiende el comportamiento de los compradores, el rendimiento de la tienda y las oportunidades de optimización de todo el recorrido del cliente, tanto de manera online como offline.

### Adobe Analytics

Descubre cuáles son los movimientos digitales del cliente (y por qué los hace) con paneles listos para usar.

### Adobe Real-Time Customer Data Platform

Combina datos de comercio con datos de varios canales para así completar los perfiles de cliente y facilitar la toma de decisiones.

## Ofrece experiencias de contenido sofisticadas que no se puedan ignorar

### Adobe Experience Manager

Creación, distribución y optimización de experiencias de contenido que harán generar dinero al comercio.

### Adobe Commerce

Haz que el comercio forme parte de cada experiencia conectándolo con contenido.

## Creación de contenido personalizado siempre y en cualquier parte con Adobe

### Target

Ventas cruzadas e incrementales y aumento del valor promedio de los pedidos con la automatización de pruebas multivariadas y A/B.

### Customer Journey Analytics

Maximiza tus datos a través de un amplio conjunto de puntos de contacto y optimiza los canales con mejor rendimiento.

### Commerce

Búsqueda y recomendaciones de productos basados en la IA.

## La apariencia de un comercio personalizado

Sara es una visitante recurrente de la web LumaSmart. Los datos de comportamiento anteriores muestran que es corredora, así que se le da la bienvenida con contenido relevante desde el primer momento.



Incluso la barra de navegación se ajusta a sus intereses.



El comercio personalizado actualiza el carrusel dinámico con promociones de las que se puede beneficiar. Además, se presentan productos populares basados en sus intereses, sus exigencias orgánicas y el inventario actual.

Pasa al siguiente nivel de la transformación digital

Las cifras no mientan.

Pasa de lo básico a la personalización individualizada.



Clientes que creen que la experiencia de la empresa es igual de importante que sus productos o servicios.

Fuente: Insider Intelligence

10x mayor tasa de conversión

8x más ingresos por visitante

9x más de valor promedio de los pedidos

## Empieza tu recorrido de comercio personalizado con Adobe

Descubre cómo los datos de Adobe Commerce potenciarán las experiencias de comercio personalizado que aumentarán tus ventas.

Ver cómo



Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países. © 2023 Adobe. All rights reserved.