

Adobe

# Transformação do engajamento móvel:

encante os clientes e incentive o crescimento com uma orquestração de jornada personalizada.

Gerar

Ativo

- Instagram
- Email
- Desktop

Engajar o público-alvo

Notificação

**PROMOÇÃO DE VERÃO**  
COMPRE SEU NOVO TELEFONE

2:33

Linha de assunto  
Compre seu novo telefone

Reescrever

## **A porta de entrada para os clientes é móvel.**

Conectar-se com clientes e conquistar novos tem se tornado cada vez mais desafiador. Uma pesquisa da Gartner revelou que os profissionais de marketing estão executando campanhas em uma média de 9 canais, mas os clientes frequentemente vivenciam experiências bastante distintas de um canal para outro.

A solução para superar essas discrepâncias está no gerenciamento da jornada do cliente: tratar da criação, análise e otimização das interações que os consumidores têm com a marca durante todo o ciclo de vida. Em vez de focar apenas a conversão, como as campanhas tradicionais em massa, o gerenciamento da jornada do cliente busca aprimorar a experiência como um todo.

O objetivo é agregar mais significado, personalização e valor para cada cliente individualmente, e os canais móveis se apresentam como uma excelente oportunidade para isso. Por meio deles, é possível começar a criar jornadas personalizadas de maneira que favoreçam resultados rápidos e significativos, impactando positivamente a aquisição, retenção e fidelização de clientes. Tudo isso enquanto estabelece uma base sólida para aprimorar as jornadas em todo o cenário de marketing.

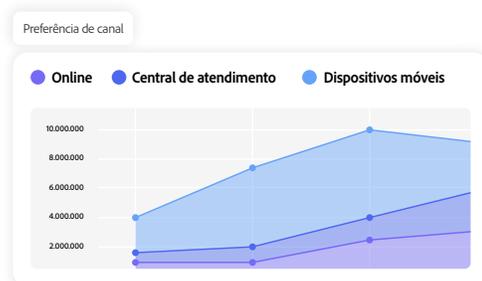
Está na hora de reimaginar o engajamento móvel.

# Os clientes são móveis. Sua marca também deve ser.

Dar prioridade ao celular permite que você se conecte ao momento presente. Os smartphones se tornaram itens essenciais na rotina diária dos consumidores. Isso oferece às marcas uma oportunidade única de alcançar os clientes em tempo real, seja por meio de SMS/MMS, notificações por push ou interações in-app. Além disso, com a tecnologia adequada, as possibilidades de personalização são infinitas.

A **Prada**, por exemplo, proporciona aos clientes experiências de compra personalizadas nas lojas, com base nos produtos que foram buscados na Internet. Da mesma forma, o **Real Madrid C.F.** oferece aos usuários de seu aplicativo conteúdo de vídeo personalizado, adaptado ao histórico de visualizações e às preferências em relação ao time.

O celular tem múltiplos pontos de contato ao longo de toda a jornada do cliente. Em um mercado cada vez mais voltado para a aquisição de novos clientes, é importante lembrar que é muito menos dispendioso focar em inspirar a fidelidade dos clientes já conquistados. Jornadas móveis personalizadas e fortalecer os relacionamentos já estabelecidos. Dessa forma, elas permitem que você tenha mais agilidade e foco na fidelização, superando as limitações das campanhas tradicionais em massa.



**De acordo com pesquisas, 63% dos consumidores optam por usar um aplicativo para dispositivo móvel em vez de outros canais para interagir ou acessar os produtos e serviços das marcas favoritas, destacando a facilidade de uso e a conveniência como os principais motivos para essa preferência.**

**Adobe | concentrix**

**Os dispositivos móveis estão evoluindo a um ritmo nunca visto antes. Enquanto isso, as marcas enfrentam dificuldades para acompanhar essa velocidade.**

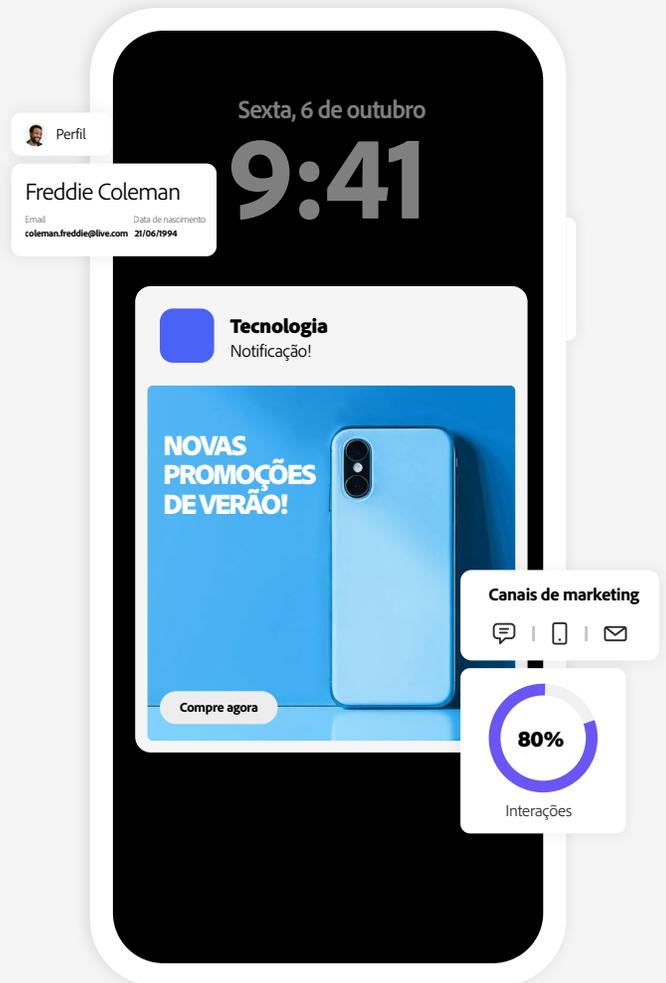
Embora todos os canais de marketing sejam rápidos, nenhum é tão ágil quanto o celular. Avanços rápidos no desenvolvimento de aplicativos nativos da nuvem e o uso de metodologias ágeis aceleraram a implantação de novos produtos e serviços móveis pelas marcas.

Nesse contexto, as equipes de produto e engenharia têm se envolvido cada vez mais no design de experiências in-app. No entanto, as equipes de análise e engenharia de dados estão encontrando desafios para integrar os diferentes silos de dados dos clientes. Enquanto isso, o marketing se esforça para manter a consistência da marca em todos os canais.

Com recursos internos limitados, uma abordagem mais integrada se faz necessária — e com urgência.

**80% dos consumidores consideram que experiências consistentes em diferentes canais online são “importantes” ou “essenciais” para atender às expectativas de experiência do cliente.**

**Adobe | ● Econsultancy**



# Um relacionamento mais gratificante com os clientes.

**A nova era do gerenciamento da jornada do cliente.**

Ao priorizar a ativação de canais móveis, as marcas estão criando um relacionamento mais exclusivo, personalizado e lucrativo com os clientes. Um relacionamento que responde ao comportamento individual do cliente, antecipa as intenções e abre caminho para jornadas de cliente inovadoras. No entanto, o sucesso na entrega dessas experiências depende de três pilares fundamentais.



## **1. Equipes conectadas, conduzindo jornadas conectadas.**

As marcas precisam fomentar a flexibilidade entre as equipes, promovendo colaboração e fluxos de trabalho compartilhados: diferentes equipes convergindo em torno do celular com o cliente no centro. Profissionais de marketing, designers, gerentes de produto, desenvolvedores móveis, analistas de dados e estrategistas de crescimento devem atuar de maneira colaborativa.

Esse trabalho conjunto gera ciclos de feedback positivos, em que todas as equipes se beneficiam de uma estratégia móvel unificada, com acesso aos dados corretos do cliente para aquisição, engajamento e retenção. Por exemplo: as jornadas de marketing podem influenciar o design do produto, assim como o envolvimento com o produto pode fortalecer a estratégia de marketing. Equipes colaborativas e multifuncionais geram decisões empresariais mais assertivas. E esse modelo de colaboração pode ser estendido dos canais móveis para aprimorar a orquestração das jornadas em outros canais, como web, e-mail, redes sociais e até mesmo nas lojas físicas.

## 2. Uma imaginação para momentos inesquecíveis.

Os canais móveis, por sua natureza, são dinâmicos. Isso cria oportunidades únicas para iniciar jornadas personalizadas com base na geolocalização e no comportamento do cliente em tempo real. Imagine uma cafeteria que oferece descontos personalizados em seu café gelado favorito para clientes fiéis, assim que eles se aproximam da loja em um dia quente. Ou um parque temático que orienta os visitantes conforme seus brinquedos preferidos e os tempos de espera nas filas. Com a segmentação e ativação baseadas em geolocalização, as possibilidades de engajamento são imensas.

**"Na Marriott, colocamos a personalização no coração de nossa interação com os clientes, com o objetivo de criar experiências de viagem intuitivas e perfeitas."**

**Chris Zheng,**  
VP, Ativação de dados e estratégia de público, Marriott International

## 3. Uma única fonte de informações confiáveis sobre o cliente.

As marcas estão cada vez mais conscientes da necessidade de compreender profundamente o comportamento do cliente, buscando fechar a lacuna de contexto entre a atividade móvel dos consumidores e os objetivos estratégicos da empresa como um todo. O acesso em tempo real aos dados unificados do cliente permite reagir ao comportamento do consumidor de maneira individualizada, criando jornadas altamente personalizadas, guiadas pela intenção do cliente. Com os consumidores sendo constantemente bombardeados por comunicações de marketing, a capacidade de enviar mensagens relevantes nos momentos certos certamente gerará uma percepção positiva em relação à sua marca.

**Mais de dois terços dos consumidores (69%) sentem que recebem excessivamente mensagens e notificações das marcas.**

**Adobe | concentrix**



## O TSB atrai mais clientes por meio de dispositivos móveis.

O TSB descobriu que mais de 300.000 clientes não conseguiram configurar pagamentos de débito automático em seus cartões de crédito, o que os deixava expostos ao risco de encargos por atraso no pagamento. Utilizando o Adobe Journey Optimizer, o TSB se conectou com esses clientes por meio de notificações direcionadas em seu aplicativo bancário, orientando-os a configurar os pagamentos por débito automático. Na primeira semana, mais de 3.000 clientes se inscreveram para débito automático, um aumento significativo em comparação com apenas dez nos seis meses anteriores. E essa não é a única métrica positiva que o TSB alcançou com o auxílio do Journey Optimizer.

### 11x

a mais de aumento na receita extra do que o esperado usando recursos de dados em tempo real.

### 300%

de aumento nas vendas de empréstimos entre usuários de dispositivos móveis.

### 75%

do total de vendas com solicitações de empréstimo in-app; um aumento de **24%** em relação ao período anterior.

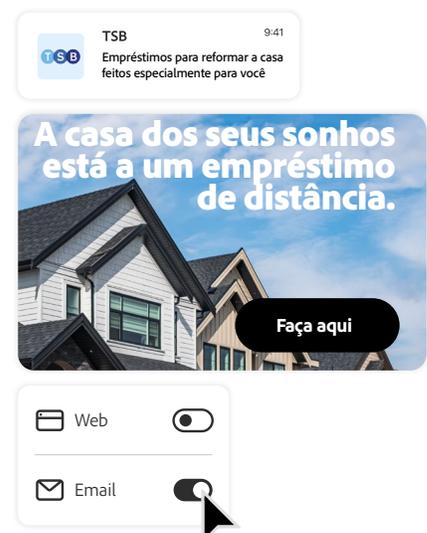
### 90%

de redução na latência desde a assimilação até a aplicação de dados de clientes.

**"O setor bancário é, por sua natureza, altamente pessoal e tem um impacto mais profundo nos clientes do que muitos outros setores. Experiências digitais personalizadas, como as proporcionadas pela nossa parceria com a Adobe, nos permitem estabelecer conexões mais profundas e significativas com aqueles que confiam a nós a administração de seu dinheiro. Isso vai além de vendas. Nosso objetivo é fazer com que os clientes se sintam valorizados e reconhecidos, permitindo-lhes vivenciar os momentos mais marcantes de suas vidas."**



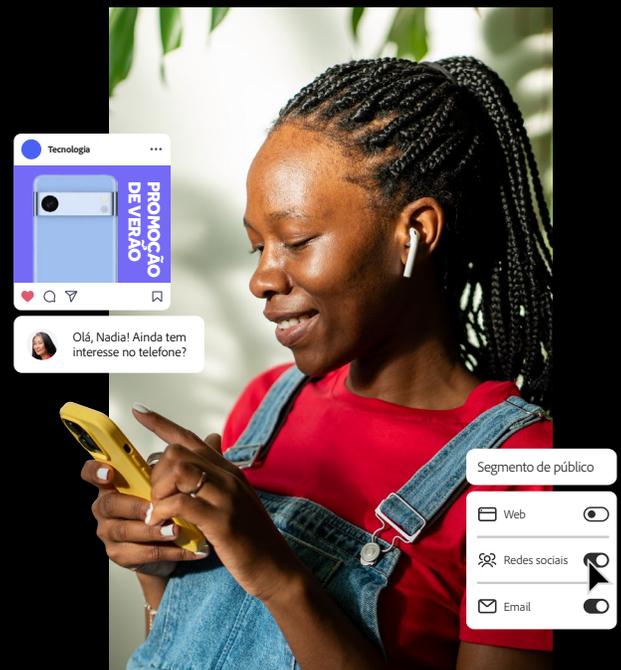
Emma Springham,  
CMO, TSB



# Tecnologia de gerenciamento da jornada do cliente:

## capacidades móveis e oportunidades para sua marca.

As novas tecnologias de jornada do cliente oferecem recursos móveis poderosos, permitindo que as marcas criem mensagens personalizadas e jornadas orquestradas que se destacam do ruído das abordagens tradicionais de “distribuição em massa”. Com a tecnologia adequada, as marcas podem traçar um caminho rumo a maior engajamento, fidelidade e geração de receita. Então, quais capacidades você deve procurar?



**“Profissionais de marketing multicanal, ao iniciarem a jornada de orquestração, se deparam com recursos limitados e pilhas de tecnologia complexa. Eles precisam de um melhor gerenciamento de dados, mas também de inovações que ajudem a lidar com a crescente carga de trabalho imposta pela orquestração, para que não fiquem sobrecarregados ao tentar manter as jornadas constantemente ativas.”**

**Gartner**

## Um único sistema para engajamento móvel.

Muitas marcas já têm grandes conjuntos de tecnologia. Uma plataforma de gerenciamento da jornada do cliente, com uma visão futurista, deve integrar todos os recursos móveis em uma única interface: SMS/MMS, notificações por push, mensagens in-app, suporte para web móvel e, claro, uma integração perfeita com os aplicativos. Para otimizar as experiências no aplicativo em tempo real, a plataforma precisa permitir a ativação de notificações ou a criação de conteúdo dinâmico personalizado, independentemente de onde o aplicativo esteja hospedado ou como foi desenvolvido. E tudo isso sem que o cliente precise atualizar o aplicativo.

## Enriqueça as jornadas com o contexto do cliente.

A base das jornadas personalizadas do cliente são dados confiáveis. Busque uma integração nativa com sua plataforma de dados de clientes, capaz de capturar dados online e offline de diversas fontes, criando perfis em tempo real que mostrem as interações atuais e passadas de cada cliente com a marca em todos os canais.

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

**Gartner**

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



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

## Transforme insights de dados em engajamento móvel significativo.

O insight do cliente só é valioso quando transformado em ação. As plataformas de gerenciamento de jornada do cliente mais avançadas oferecem a capacidade de acionar jornadas com base no comportamento de navegação, geolocalização, histórico de compras, taxas de abertura de aplicativos e muito mais. Além disso, você deve ter a opção de ativar experiências automatizadas de "próxima melhor experiência", utilizando modelos de otimização inteligentes, com todos os dados necessários processados em milissegundos. Isso permite experiências do cliente que se ajustam automaticamente ao momento.

**60% dos consumidores ficam frustrados com marcas que sabem muito sobre eles, mas não levam essas preferências em consideração.**

**Adobe** | **Econsultancy**

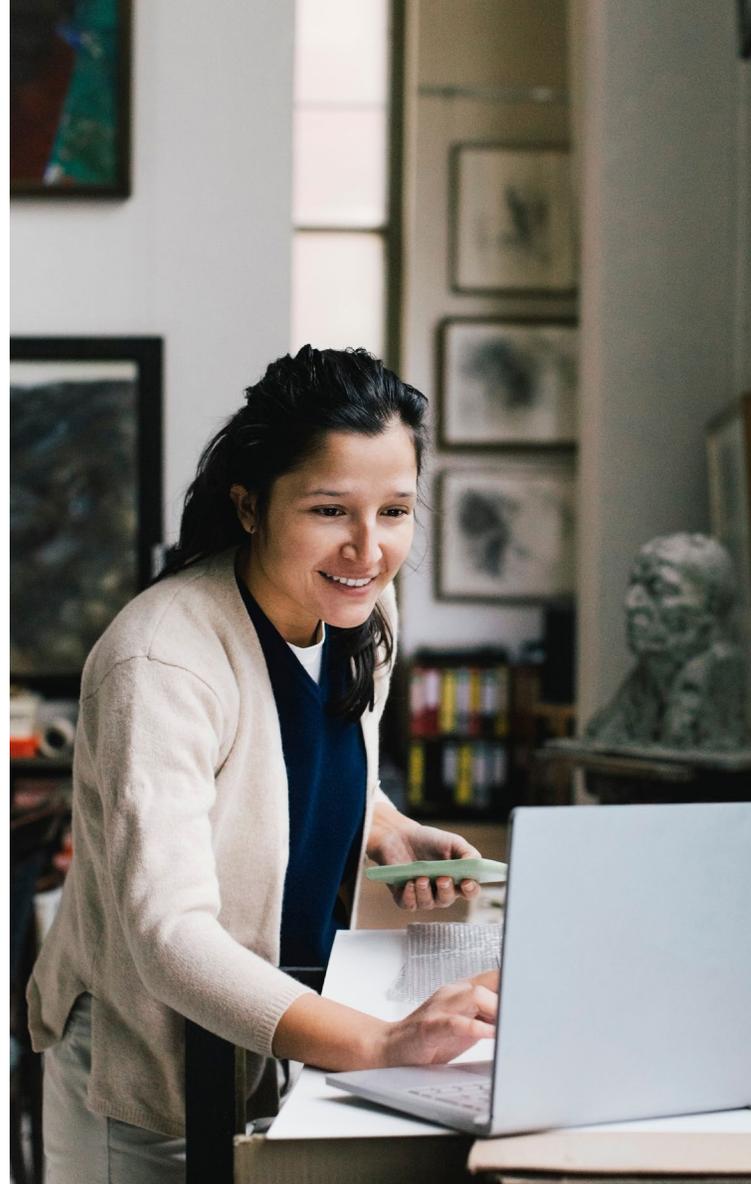
## Otimize o desempenho das jornadas móveis.

Para melhorar a conversão e o engajamento, é essencial ter a capacidade de medir o desempenho das jornadas dos clientes. As plataformas de gerenciamento de jornada do cliente mais eficientes monitoram o desempenho de todas as jornadas ativas em tempo real, utilizando KPIs como assinaturas, click-throughs, aberturas de aplicativos e taxas de rejeição. Isso permite identificar segmentos específicos de público com bom desempenho em uma jornada e entender onde os abandonos estão ocorrendo, até mesmo no nível de cada cliente.

## Crie experiências móveis perfeitas.

Projetar jornadas do cliente altamente personalizadas pode ser tão simples quanto utilizar uma interface de arrastar e soltar. Assim que um cliente atende aos critérios da jornada, ele é automaticamente inserido e segue o fluxo de maneira totalmente automatizada. Com controles detalhados, equipes de marketing e produto podem ajustar as jornadas em tempo real, utilizando gatilhos predefinidos que ativam jornadas individuais e as melhores experiências, com base no comportamento do cliente. Isso traz uma eficiência transformadora para as operações de marketing e para os objetivos comerciais.

Uma plataforma ideal deve incluir recursos e modelos nativos para criar conteúdo in-app, notificações por push ou SMS/MMS, como um designer de mensagens WYSIWYG, além de ferramentas de desenvolvedor integradas para configurar e validar canais móveis com segurança técnica. Dessa forma, você pode criar, testar e implementar rapidamente conteúdo de marca, tudo em uma única plataforma. Por fim, é essencial buscar interoperabilidade, optando por uma plataforma que se integre perfeitamente à sua pilha de tecnologia.



## Envolvimento personalizado do cliente em todos os momentos, em qualquer canal.

O [Adobe Journey Optimizer](#) é um aplicativo individual para gerenciar campanhas entre canais programadas e jornadas individuais do cliente em tempo real, com decisões e insights inteligentes. Uma pesquisa da Forrester revelou que as marcas que adotam o Journey Optimizer podem esperar um aumento de **20%** na eficiência da orquestração e **431%** no ROI em três anos.

# A IA está remodelando a experiência do cliente.

As marcas agora têm a capacidade de usar mecanismos avançados de tomada de decisão, com personalização orientada por IA, para aprimorar as experiências do cliente em grande escala. Automatize as ações mais eficazes em conteúdo, públicos, canais ou caminhos de jornada. E teste cada experiência usando fórmulas de classificação e modelos de IA para avaliar a probabilidade de alcançar seus objetivos estratégicos de negócios.

As melhores plataformas de gerenciamento da jornada do cliente também incluem um assistente de IA nativo, capaz de responder a

consultas em linguagem natural. Dessa forma, você pode fazer perguntas sobre tendências nos dados e entender quais comportamentos móveis estão gerando resultados.

Alguns assistentes de IA também auxiliam na integração de usuários, introduzindo de maneira gradual funcionalidades mais avançadas.

Com o tempo, a experiência se desenvolve à medida que sua equipe aprende a utilizar todo o conjunto de ferramentas de gerenciamento de jornadas, em vez de se limitar aos recursos superficiais.



## O Real Madrid C.F. obtém grandes vitórias com jornadas do cliente personalizadas.

O **Real Madrid C.F.** utiliza uma combinação de ferramentas, incluindo o Adobe Journey Optimizer, para se conectar com os momentos e jornadas significativas de torcedores, criando experiências personalizadas em tempo real. Canais de comunicação digital, como navegador, aplicativo para dispositivos móveis, notificações em carteiras digitais e mensagens por WhatsApp, iMessage e SMS, permitem que o clube interaja diretamente com os fãs a qualquer momento. Esses canais também facilitam a comunicação bidirecional, fortalecendo o relacionamento humano. As experiências na web e nos aplicativos são mais personalizadas quando o usuário faz login, com vídeos sugeridos com base em visualizações anteriores e seções de conteúdo inteiras ajustadas aos perfis pessoais segmentados.

**2,2x**

ganho de receita anual por meio do comércio eletrônico.

**2,5x**

ganho de receita ano a ano por meio do comércio eletrônico.

**73%**

de redução no CPA.

**60%**

de melhoria na conversão.

# Momentos móveis personalizados que aproximam os clientes.

O investimento em engajamento estratégico em dispositivos móveis está acelerando a transição de um gerenciamento de jornada centrada em campanhas para uma gestão de jornada focada no cliente. Com as expectativas dos consumidores cada vez mais voltadas para experiências personalizadas, começar seus esforços de orquestração de jornada com dispositivos móveis permite testar e implementar rapidamente casos de uso que demonstram o valor das jornadas personalizadas, tanto em termos de engajamento de marketing quanto no crescimento da empresa.

Mais importante ainda, uma abordagem mobile-first bem-sucedida cria a base para orquestrar jornadas personalizadas em todos os outros canais do seu mix de marketing, permitindo oferecer mais experiências personalizadas com contexto em tempo real, agregando mais valor a cada interação.

Está na hora de reimaginar o engajamento móvel.



## **A jornada começa aqui.**

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

Saiba como

## Fontes.

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

["How Real Madrid is Transforming the Fan Relationship — S814"](#), Adobe Summit, 2023.

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

["Personalization at scale is the future of guest experience"](#), história de cliente da Adobe para Marriott International, 2024.

["Prada Group partners with Adobe to reimagine in-store and digital experiences in real time"](#), Prada Group, 2023.

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

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

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

["TSB's partnership with Adobe is elevating digital banking experiences and boosting money confidence for millions"](#), história de cliente da Adobe para o TSB.

