

Adobe

Omdefiniera mobilt engagemang:

Locka kunderna och få fart på tillväxten med personifierade resor.

Generera

Resurs

- SOMMARREA Instagram
- SOMMARREA E-post
- SOMMARREA Dator

Engagera målgrupper

Avisering

SOMMARREA
SKAFFA EN NY MOBIL

Avisering
Skaffa en ny mobil **Skriv om**

Nyckeln till kunderna är mobilen.

Att få kontakt med kunder – och nå ut till nya – blir allt mer krävande. Forskning från Gartner har visat att marknadsförare distribuerar kampanjer över i genomsnitt nio kanaler och att kunder ofta har olika upplevelser i de olika kanalerna.

Nyckeln till att åtgärda detta är hantering av kundresorna: att utforma, analysera och optimera hur en kund interagerar med ert varumärke under kundens hela livscykel. I stället för att fokusera på konverteringar med massmarknadsföring bör ni optimera hanteringen av kundresorna för att skapa upplevelser.

Målet är att skapa mening, personalisering och värde på individuell kundnivå. Och mobila kanaler är en bra utgångspunkt. Här kan ni samordna personaliserade resor på ett sätt som ger snabba vinster när det gäller kundvärvning, kundretention och kundlojalitet. Allt medan ni lägger grunden för att förbättra resorna över hela ert marknadsföringslandskap.

Det är dags att omdefiniera mobilt engagemang.

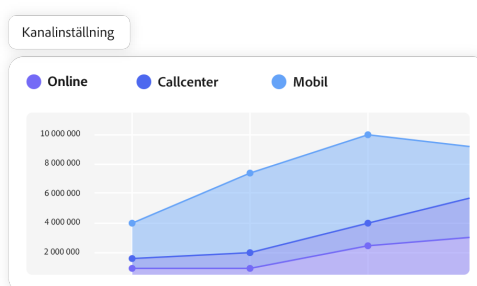
Kunderna är mobila. Det bör ert varumärke också vara.

Genom att prioritera mobilt engagemang kan ni fånga ögonblicket. Smartmobiler är en oundgänglig del av konsumenternas vardag. Det ger varumärken ett sätt att nå kunderna i realtid – oavsett om det är via SMS/MMS, push-meddelanden eller i en app. Och med rätt teknisk lösning är möjligheterna till personliggöring oändliga.

Prada erbjuder till exempel kunderna personliggjorda shoppingupplevelser i butikerna baserat på produkter de har tittat på online.

Real Madrid C.F. ger appanvändarna personliggjord videoinnehåll baserat på tidigare webbvisningar och laginställningar.

På mobilerna finns en mängd kontaktpunkter under kundens hela livscykel. Och i en kommersiell värld som är besatt av kundvärvning är det värt att komma ihåg att det kräver färre resurser att skapa lojalitet hos befintliga kunder. Kontextdrivna, personliggjorda mobila kundresor är det perfekta sättet att stärka befintliga relationer. Det hjälper er i sin tur att vara mer dynamiska och lojalitetsfokuserade än vad som är möjligt i traditionell massmarknadsföring.



63% av konsumenterna föredrar att använda en mobilapp för att engagera sig i eller nå sitt favoritvarumärkes produkter och tjänster. Lätta använda och praktiska anges som de vanligaste skälen till detta.

Adobe | concentrix

Mobilmarknadsföringen utvecklas snabbare än någonsin. Varumärkena kämpar för att hålla takten.

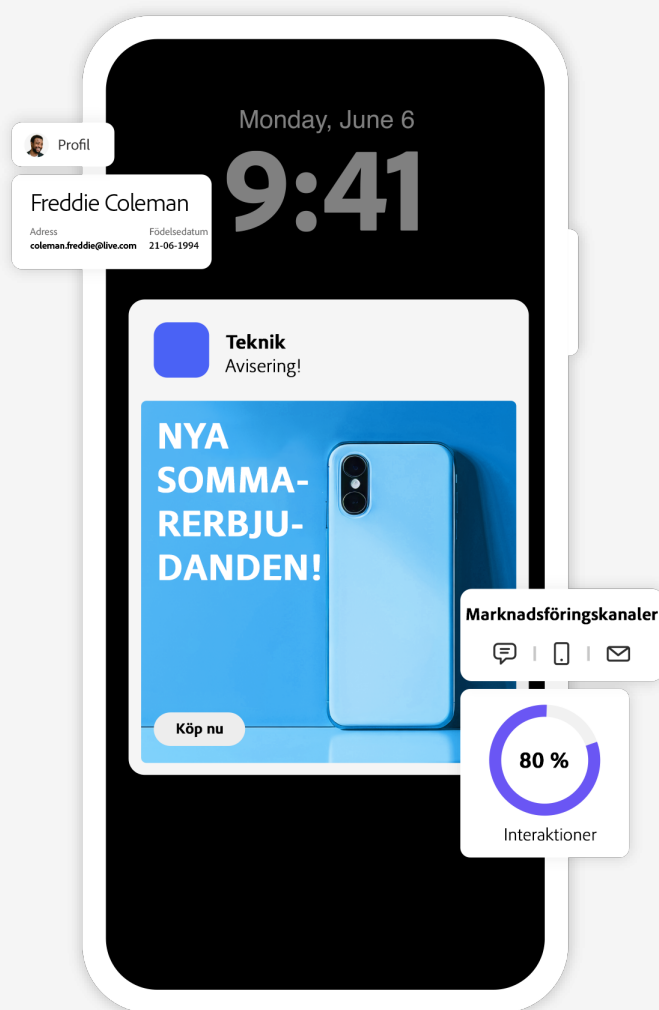
Alla marknadsföringskanaler utvecklas snabbt, men den mobila marknadsföringen är snabbast av alla. Stora framsteg inom molnbaserad apputveckling och agila metoder har gjort att varumärken snabbt upp driftsättningen av nya mobilbaserade produkter och tjänster.

Det gör att produkt- och teknikteam dras in i utformningen av upplevelser i appen. Analys- och datateknikteam kämpar för att förena isolerade kunddatalager. Samtidigt som marknadsföringsteamerna desperat försöker se till att varumärkesimagerna är enhetliga över kanaler.

Med ansträngda interna resurser krävs ett mer samordnat tillvägagångssätt – och det snabbt.

80% av konsumenterna anser att enhetliga upplevelser i olika onlinekanaler är "viktiga" eller "mycket viktiga" för att uppfylla deras förväntningar.

Adobe | ● **Econsultancy**



För givande kundrelationer.

En ny era för hantering av kundresorna.

Genom att fokusera på aktivering i mobila kanaler bygger varumärken en mer nyanserad, personlig och lönsam relation med sina kunder. En som reagerar på individuella kundbeteenden, förutser kundernas avsikter och banar väg för nyskapande kundresor. Men tillhandahållandet av sådana upplevelser är beroende av tre grundpelare.

1. Samordnade team som organiserar samordnade resor.

Varumärken bör sträva efter flexibilitet, samarbete och delade arbetsflöden mellan olika team: team som fokuserar på mobila upplevelser med kunden i centrum. Marknadsförare, formgivare, produktchefer, mobilutvecklare, dataanalytiker och tillväxtstrateger bör alla arbeta i harmoni.

Det skapar positiv återkoppling där alla team drar nytta av en central, delad mobilstrategi och har tillgång till rätt kunddata för värkning, engagemang och retention. Till exempel: marknadsföringsresor kan inspirera produktdesign och engagemang i produkten kan inspirera marknadsföringsstrategin. Tvärfunktionella team som samarbetar leder till bättre affärsbeslut. Och detta tankesätt kan gå från mobila kanaler till att inspirera samordning över webben, e-post, sociala medier och till och med butiker.



2. Föreställ dig meningsfulla interaktioner.

Mobila kanaler är till sin natur mobila.

Det ger spännande möjligheter att aktivera personaliserade resor baserade på geolokalisering och kundbeteenden i realtid. Föreställ dig ett kafé som pingar lojala kunder med personaliserade rabatter för deras favoritkaffe när de närmar sig lokalen en varm dag. Eller nöjesparken som guidar besökare baserat på vilken typ av åkturer de gillar och aktuella kötider. Med aktivering och segmentering som baseras på geolokalisering är möjligheterna till engagemang stora.

"På Marriott sätter vi personalisering i centrum för hur vi interagerar med våra kunder i vår strävan att skapa smidiga, intuitiva reseupplevelser."

Chris Zheng,

VP, Data Activation & Audience Strategy,
Marriott International

3. En enda samlad informationskälla.

Varumärken blir allt mer medvetna om behovet av detaljerad information om kundernas beteende, behovet av att minska gapet mellan kundernas mobila aktiviteter och företagets strategiska mål. Tillgång till enhetliga kunddata i realtid gör att ni kan reagera på kundbeteenden på individnivå och skapa personaliserade resor som drivs av kundernas intentioner. Konsumenterna översköls av marknadsföringskommunikation och er förmåga att nå ut med relevanta budskap i rätt tid framkallar positiva känslor för ert varumärke.

Över två tredjedelar av konsumenterna (69%) anser att de får för många meddelanden och aviseringar från varumärken.

Adobe | concentrix



TSB engagerar fler kunder via mobilen.

TSB upptäckte att mer än 300 000 kunder inte kunde lägga upp autogireringar för kreditkort och riskerade därför att drabbas av förseningsavgifter. Med Adobe Journey Optimizer engagerade TSB dessa kunder i sin mobila bankapp med riktade uppmaningar som vägledde kunderna att ställa in autogireringar. Under den första veckan registrerade sig över 3 000 kunder för autogirobetalningar, jämfört med bara tio under de föregående sex månaderna. Och det är inte det enda framgångsmåttet som TSB uppnådde med Journey Optimizer.

11x

högre inkrementella intäkter från realtidsdata än förväntat.

300%

ökning av låneförsäljningen bland mobila användare.

75%

av den totala försäljningen kom från låneansökningar i appen, jämfört med 24 % tidigare.

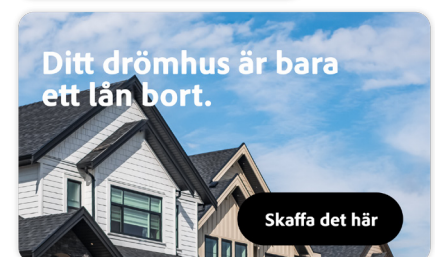
90%

minskning av latensen från inhämtning till användning av kunddata.

"Bankärenden är personliga och har en djupare inverkan på kunderna än många andra sektorer. Personaliserade digitala upplevelser, till exempel de som möjliggörs av vårt samarbete med Adobe, hjälper oss att bygga djupare och mer meningsfulla kontakter med kunderna som litar på oss för att hantera sina pengar. Det handlar om mer än försäljning. Det handlar om att få våra kunder att känna sig uppskattade och att göra det möjligt för dem att förverkliga viktiga milstolpar i sina liv."



Emma Springham,
CMO, TSB



Teknik för hantering av kundresor:

Mobila funktioner och möjligheter för ert varumärke.

Ny teknik för kundresor ger spännande mobila möjligheter och gör att varumärken kan ta fram personifierade meddelanden och samordnade resor som sticker ut bland bruset. Med rätt tekniklösning kan varumärken planera en strategi som ökar engagemanget, lojaliteten och intäkterna. Vilka funktioner ska du leta efter?



"Flerkanalsmarknadsförare börjar sitt samordningsarbete med begränsade resurser och komplexa teknikstackar. De behöver bättre datahantering, men de behöver också innovationer som hjälper till att hantera den växande arbetsbelastningen som samordningen innebär så att de inte överväldigas av uppgiften att alltid ta fram anpassade kundresor."

Gartner.

Ett enda system för mobilt engagemang.

Många varumärken har redan stora teknikstackar. En framåtblickande plattform för hantering av kundresor bör ha alla mobila funktioner i ett gränssnitt: SMS/MMS, push-meddelanden, appmeddelanden, stöd för mobilwebben och – naturligtvis – smidig appintegrering. För att underlätta appupplevelser i realtid bör plattformen göra så att ni kan aktivera aviseringar eller ta fram inbäddat, personifierat och dynamiskt innehåll – oavsett var appen finns och hur den utvecklades. Allt utan att kunden behöver köra en appuppdatering.

Förhöj kundresorna med sammanhang.

Grunden för personaliserade kundresor är tillförlitliga data. Leta efter inbyggda integreringar med er kunddataplattform, förmågan att samla in online- och offlinedata från flera källor och bygga realtidsprofiler som avslöjar kundernas nuvarande och föregående interaktioner med ert varumärke över flera kanaler.

76 % av marknadsförarna rankar kundförståelse och insikter som avgörande eller som en hög prioritet för att lyckas.

Gartner

"Förmågan att föra samman all vår konsumentinformation – i realtid – är avgörande för att vi ska kunna interagera med miljarder av Coca-Cola-konsumenter runt om i världen."



Keith Bartig,
Director of Marketing Technologies,
The Coca-Cola Company

Förvandla datainsikter till meningsfulla mobila interaktioner.

Kundinsikter är inte värda någonting utan åtgärder. De bästa plattformarna för hantering av kundresor har funktioner för att aktivera resor baserat på kundernas surfbeteende, geolokalisering, köphistorik, hur ofta appen öppnas och så vidare. Ni bör också kunna aktivera automatiserade alternativa upplevelser baserade på intelligenta optimeringsmodeller, allt med hjälp av kunddata som bearbetas på millisekunder. För kundupplevelser som automatiskt anpassar sig till nuet.

60 % av konsumenterna blir frustrerade över varumärken som vet mycket om dem men inte tar hänsyn till deras preferenser.

Adobe | ● Econsultancy

Optimera prestandan för era mobila resor.

För att förbättra konvertering och engagemang behöver ni mäta hur kundresorna presterar. De bästa plattformarna för hantering av kundresor spårar resultatet av alla resor i realtid över KPI:er som prenumerationer, klick, appstarter och studsfrekvenser. Identifiera specifika målgruppssegment som presterar bra under en resa och se var bortfallet sker – ända ner på individuell kundnivå.

Samordna smidiga mobila upplevelser.

Att ta fram nyanserade kundresor kan vara så enkelt som att använda ett dra-och-släpp-gränssnitt. När en kund uppfyller kriterierna för en resa, aktiveras resan för kunden och resan sköts helt automatiskt. Marknadsförings- och produktteam kan finjustera resor baserat på realtidsdata med detaljerade inställningar och fördefinierade triggers som aktiverar enskilda resor och alternativa upplevelser beroende på kundens beteende. Det ger marknadsföringsåtgärderna och affärsmålen en transformativ effektivitet.

En bra plattform bör ha inbyggda funktioner och mallar för att ta fram innehåll i appar, push- eller SMS/MMS-innehåll, till exempel en WYSIWYG-meddelandedesigner samt inbyggda utvecklarverktyg för att konfigurera och validera mobila kanaler tekniskt. Då kan ni snabbt ta fram, testa och distribuera varumärkesinnehåll – allt på en plattform. Till sist är det viktigt att leta efter driftskompatibilitet, att hitta en plattform som smidigt kan integreras med er teknikstack.



Personaliserat kundengagemang hela tiden, i alla kanaler.

Adobe Journey Optimizer är ett program för hantering av schemalagda flerkanalskampanjer och kundresor i realtid – med intelligent beslutsfattande och insikter. Forskning från Forrester fann att varumärken som använder Journey Optimizer kan förvänta sig **20 %** effektivare samordning och **431 %** ökning av ROI inom tre år.

AI förändrar kundupplevelsen.

Varumärken kan nu använda sofistikerade motorer för beslutsfattande och AI-driven personalisering för att förbättra kundupplevelsorna i stor skala. Automatisera alternativa åtgärder för innehåll, målgrupper, kanaler eller kundresor. Och testa alla upplevelser med rankningsformler och AI-modeller för att bedöma sannolikheten att ni uppnår era strategiska affärsmål.

Ledande plattformar för kundreshantering har också en inbyggd AI-assistent för frågor

på naturligt språk. Ni kan ställa frågor om datatrender och förstå de mobila beteenden som ger resultat.

Vissa AI-assistenter hjälper också till med onboarding av användare och introducerar gradvis mer avancerade funktioner. Med tiden växer kunnandet i teamet när användarna lär sig använda hela verktygsuppsättningen för kundreshantering i stället för att bara använda grundfunktionerna.



Real Madrid C.F. vinner stort med personaliserade kundresor.

Real Madrid C.F. använder en kombination av verktyg, bland annat Adobe Journey Optimizer, för att utnyttja viktiga kundögonblick och resor och kör personaliserade upplevelser i realtid med sina supportrar. Digitala kommunikationskanaler – som webbläsare, mobilappar och aviseringar om digitala plånböcker samt meddelandekanaler som WhatsApp, iMessage och SMS – gör att de kan interagera direkt med supportrarna när som helst. Kanalerna tillåter också tvåvägskommunikation som förstärker den människoliknande relationen. Webb- och appupplevelser är utformade för att vara mer personaliserade när användaren är inloggad, till exempel med videor som valts beroende på tidigare visningar och hela innehållsavsnitt baserade på segmentella personliga profiler.

2,2x

årlig intäktsökning genom e-handel.

2,5x

intäktsökning jämfört med föregående år via mobilappen.

73%

minskning av CPA.

60%

högre konverteringsgrad.

Personaliserade mobila ögonblick som för era kunder närmare er.

Investeringar i strategiskt mobilt engagemang driver på övergången från kampanjcentrerad till kundcentrerad resehantering. Konsumenternas förväntningar på personaliserade upplevelser ökar och om ni börjar ert samordningsarbete på mobilen kan ni snabbt testa och driftsätta användningsfall som visar värdet av personaliserade kundresor – både när det gäller marknadsföringsengagemang och affärstillväxt.

Viktigast av allt är att ett framgångsrikt mobilt tillvägagångssätt lägger grunden för att samordna personaliserade resor över alla andra kanaler i er marknadsföringsmix så att ni kan skräddarsy fler kundupplevelser med realtidskontext och ge varje ögonblick mervärde.

Det är dags att omdefiniera mobilt engagemang.



Resan börjar här.

Med **Adobe Journey Optimizer** kan varumärken agera utifrån realtidsdata för att samordna personaliserade flerkannelsresor som är enhetliga, sammanhangsbaserade och levereras vid rätt tidpunkt. De kan skapa och leverera individanpassade kundresor – och schemalagda marknadsföringskampanjer – i realtid för alla appar, enheter, skärmar och kanaler från en och samma arbetsyta. Slutresultatet är meningsfulla varumärkesupplevelser som ökar kundlojaliteten och höjer livstidsvärdet.

[Se hur det går till](#)

Källor:

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

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

["Magic Quadrant for Multichannel Marketing Hubs"](#), Gartner, 2023.

["Personalization at scale is the future of guest experience"](#), Adobe-kundberättelse om 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"](#), Adobe-kundberättelse om Coca-Cola, 2023.

["Reimagining customer journey management: connecting with customers on their terms"](#), Adobe & Concentrix, 2024.

["The Total Economic Impact Of Adobe Real-Time Customer Data Platform, Journey Optimizer, And Customer Journey Analytics Business Benefits And Cost Savings Of Applications Natively Powered By Adobe Experience Platform"](#), Forrester Research, november 2023.

["TSB's partnership with Adobe is elevating digital banking experiences and boosting money confidence for millions"](#), Adobe-kundberättelse om TSB.

