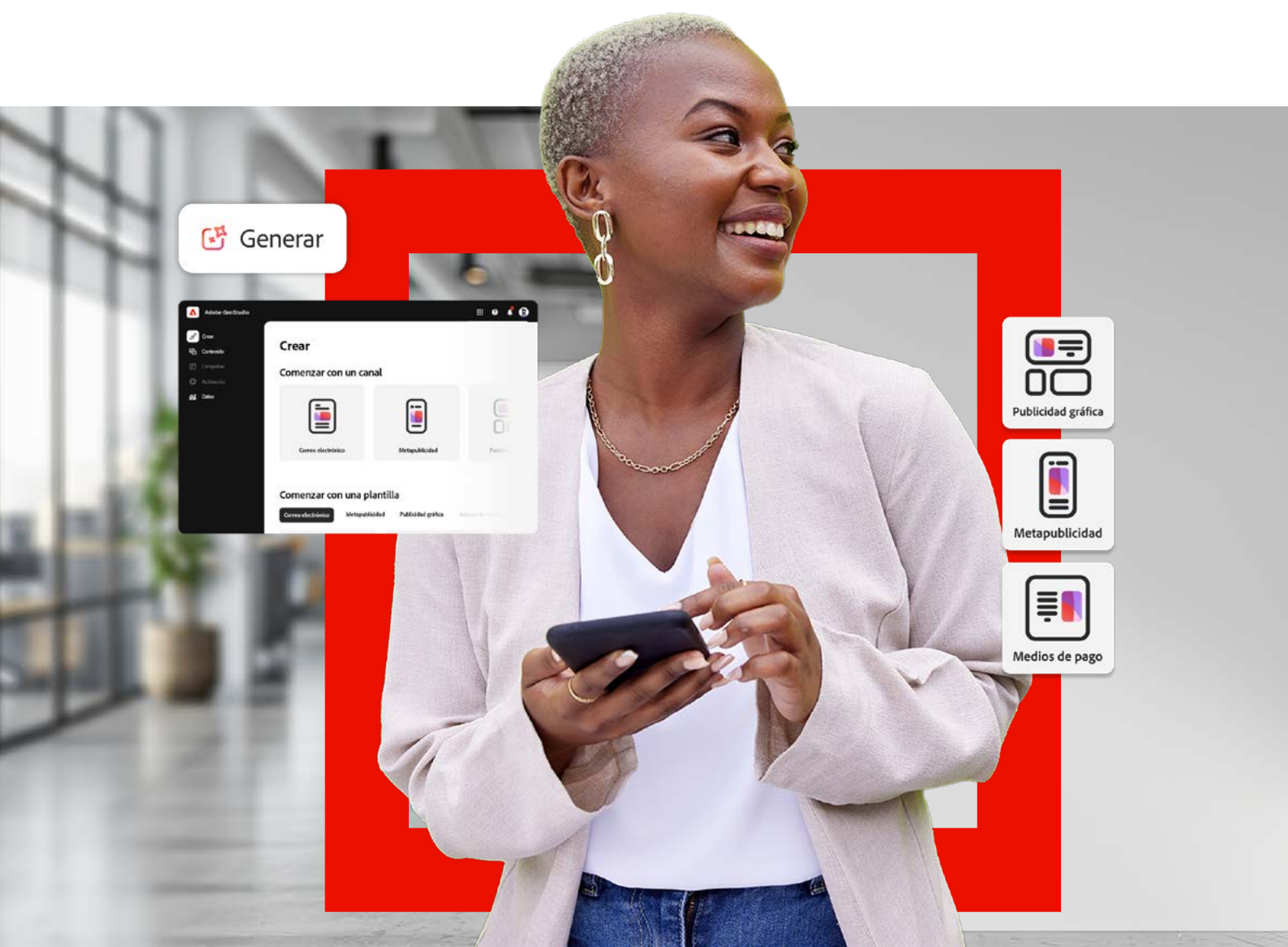




# Desencadena el potencial de tu content supply chain con la IA generativa

Estratégicas, sin interrupciones, ampliables a escala y sostenibles: las content supply chains impulsadas por IA son el siguiente escalón en el crecimiento.



# Índice

3. Domina la content supply chain para liderar en el mercado actual
5. Sienta las bases para el éxito de la IA generativa
7. Por qué hace falta un nuevo enfoque para la personalización a gran escala
12. El ROI del contenido inteligente: velocidad y rentabilidad
14. Fortalece el eslabón más débil: de ad hoc a ágil
18. Posibilita el crecimiento con una content supply chain unificada y con IA
21. Redefine las posibilidades creativas y del marketing
24. Posiciónate para triunfar en el futuro



## Domina la content supply chain para liderar en el mercado actual

Hoy día, las empresas compiten por ofrecer la mejor experiencia de cliente posible. Las que apuestan por la personalización y la conexión de sus experiencias son las que se hacen con la victoria: un 23 % más de clientela nueva y un 9 % más de fidelidad y rentabilidad.



Hola de nuevo, Noah



Las experiencias personalizadas y conectadas tienen un éxito notable



● Nueva clientela

**Aumento del 23 %**

● Repetición de compras

**Ganancias del 9 %**

La base de este éxito reside en ofrecer contenido pertinente y estratégico<sup>1</sup>, pero su creación requiere tiempo y su aprobación entraña muchas complejidades, por lo que termina quedando estancado, retrasándose y perdiéndose. Con una content supply chain fragmentada, es imposible determinar qué recurso aporta más valor.

Para resolver este problema, las organizaciones precisan de una content supply chain moderna e integrada que reúna al personal, las herramientas y los flujos de trabajo en un proceso cohesionado de planificación, creación, distribución y análisis estratégicos de contenido.

Ya no es opcional: la optimización de la content supply chain es indispensable para ofrecer personalización a escala, pues la incapacidad de adaptarse a la demanda impedirá competir a ese nivel.

A fin de crear experiencias que dejen huella, el contenido debe resultar interesante, oportuno y pertinente. Por tanto, tienes que supervisar y medir su impacto. Así pues, la forma en que la organización concibe el contenido debe cambiar para aprovechar esta nueva oportunidad, ofrecer experiencias personalizadas a la clientela y diferenciarse de la competencia.



Publica contenido puntual



**En este nuevo panorama, el contenido no es solo una cuestión de marketing, sino un imperativo estratégico esencial. Además, la IA generativa es el catalizador definitivo del éxito.**

## Sienta las bases para el éxito de la IA generativa

Tu empresa necesita más contenido, y más rápido que nunca, sin perder la identidad de la marca. Cada punto de contacto con la clientela, cada experiencia digital y cada momento de interacción dependen del contenido.



Los equipos de marketing se enfrentan a diario a la presión de ofrecer campañas ágiles y en tiempo real que se alejen de los enfoques tradicionales y secuenciales. En este panorama, la IA generativa se presenta como una solución prometedora que transforma la manera de crear y ofrecer experiencias a la clientela.



### **Pero he aquí la cruda realidad:**

La IA generativa por sí sola no puede salvarte si tu content supply chain está completamente desestructurada.

Para entenderlo, piensa en la IA generativa como un motor de alto rendimiento en un coche con una rueda pinchada y la luna rajada. De poco sirve la potencia del motor si el resto de la máquina no funciona. Tu flujo de trabajo de contenido, es decir, la forma en que planificas, creas, distribuyes y analizas el contenido, es esa máquina.

Las herramientas actuales suelen centrarse solo en una parte del proceso de contenido, lo que crea flujos de trabajo desconectados que ralentizan el trabajo. Es más, sin una content supply chain integrada y de principio a fin, la IA generativa podría incluso agravar problemas como el cumplimiento normativo de la marca y los cuellos de botella en la revisión.

El futuro lo dominarán aquellas empresas que puedan sentar unas bases sólidas, en las que la IA generativa actúe como copiloto y permita a los equipos colaborar y ofrecer contenido personalizado que satisfaga las necesidades y expectativas de la clientela, y a la velocidad y escala que exige el panorama digital actual.



## Por qué hace falta un nuevo enfoque para la personalización a gran escala

Las diferencias en la eficiencia del contenido son cada vez mayores. Las expectativas de la clientela están en aumento, pero las capacidades organizativas no pueden seguirles el ritmo, lo que convierte la eficiencia en un campo de batalla por la competitividad crítico.

 Pendiente de aprobación



Campaña de Black Friday



Campaña del Día del Padre

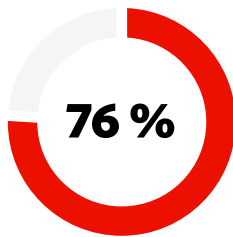


Campaña de rebajas de verano

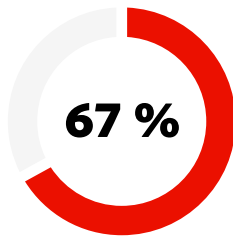
Más de 120 perfiles de cliente



## La demanda de personalización es imparable...



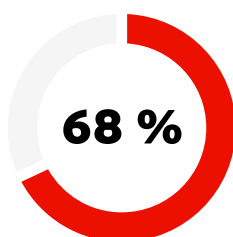
El 76 % de la clientela<sup>2</sup> se muestra más inclinada a comprar a marcas que adaptan sus interacciones a las preferencias individuales.



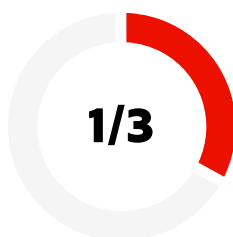
El 67 % de la clientela demanda ofertas personalizadas basadas en sus hábitos de compra, ya sea en línea o en la tienda<sup>3</sup>.

---

## Pero el proceso para conseguirlo no está funcionando



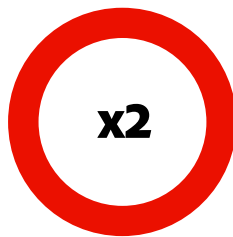
El 68 % del personal de equipos de marketing<sup>4</sup> afirma que ofrecer este nivel de personalización es un reto importante.



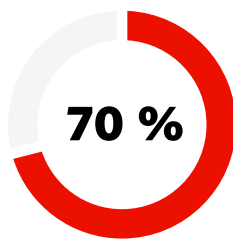
Menos de un tercio del personal de equipos de marketing<sup>5</sup> considera que sus organizaciones gestionan el contenido con eficiencia.



## La necesidad de contenido de gran impacto nunca ha sido mayor...

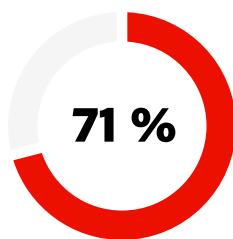


El personal responsable de marketing y experiencia de cliente asegura que la demanda de contenido ha crecido **más del doble** en los últimos dos años<sup>6</sup>.

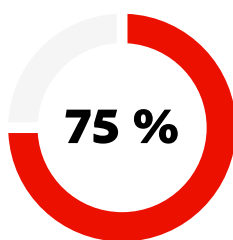


**El 70 % de la clientela** espera una experiencia unificada y fluida en todas las interacciones con una marca<sup>7</sup>.

## Sin embargo, los presupuestos de las organizaciones se han estancado o reducido



Más del 71 % del personal responsable de marketing<sup>8</sup> afirma no disponer de presupuesto suficiente para ejecutar plenamente sus estrategias.




El 75 % del personal responsable de marketing<sup>9</sup> trabaja bajo la presión de “hacer más con menos” para impulsar un crecimiento rentable.

# La experiencia de cliente y la conversión en riesgo

Visto lo visto, ¿cómo vas a cambiar la forma de planificar, producir, distribuir y analizar el contenido a fin de alcanzar la velocidad y la escala que se requieren para impulsar el impacto empresarial?

## No es opcional

En una Europa omnicanal, con clientes que priman lo digital, la personalización se ha convertido en una necesidad tanto de cara a los ingresos como a los gastos. Por este motivo, el 62 % del personal responsable de marketing<sup>10</sup> ya ha intentado optimizar sus procesos, puesto que, para poder ofrecer personalización a escala, primero hay que ampliar a escala la creación de contenido.

 Amplía a escala la creación de contenido omnicanal



### **Adobe GenStudio contribuye a resolver este problema**

Se trata de una solución integral que transforma toda la supply chain. Combina la IA generativa con la automatización inteligente para ayudarte a optimizar los procesos y ofrecer contenido impactante y personalizado a una escala sin precedentes.

No es solo un cambio incremental, sino también un cambio de paradigma centrado en el flujo de trabajo, la logística, los datos y la automatización. El objetivo no es simplemente crear más contenido, sino crear el contenido adecuado, para el público indicado y en el momento idóneo.

**Las marcas llevan años intentando ofrecer personalización a escala, con mayor o menor éxito. Ahora, la IA generativa lo pone al alcance de nuestro sector y acerca al personal del equipo creativo y el de marketing.**



**@ARI SHEINKIN,**

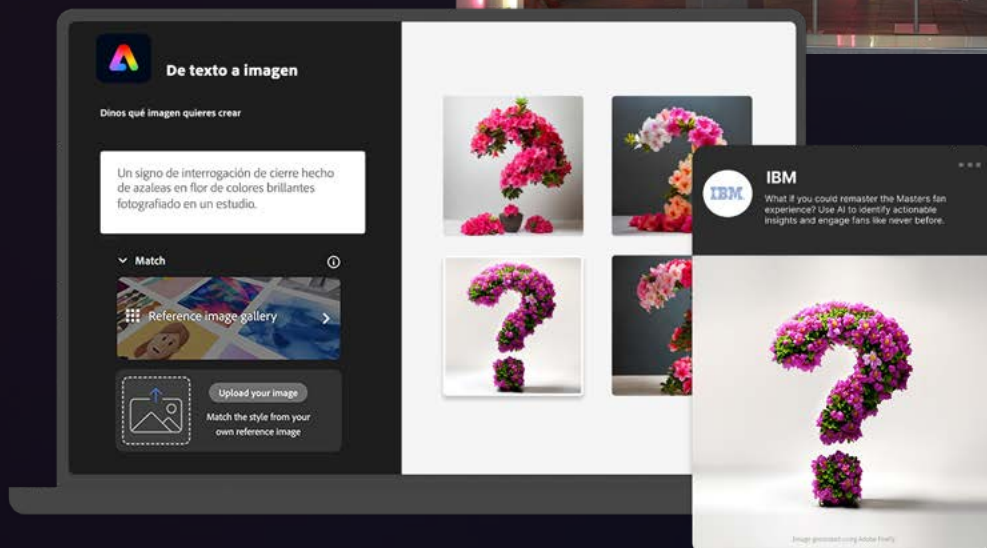
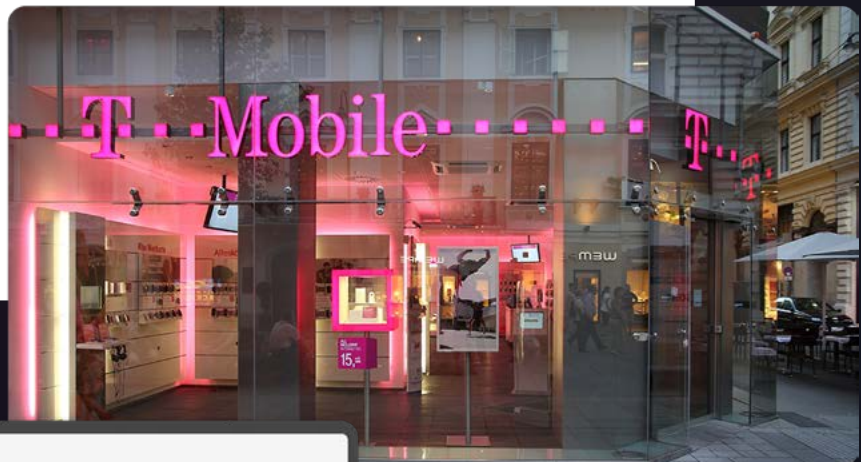
Vicepresidente de Demanda Global de IBM

# El ROI del contenido inteligente: velocidad y rentabilidad

Una estrategia adecuada de suministro de contenidos no solo permite ahorrar tiempo, sino que **propicia un éxito empresarial extraordinario**.



T-Mobile convierte sus flujos de trabajo de marketing en una ventaja competitiva.



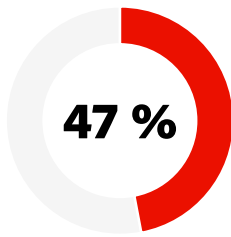
## T-Mobile

---



### **2 millones de dólares ahorrados:**

consolidación y automatización del flujo de trabajo



### **Aumento de la productividad en un 47 %:**

conseguido sin aumentar la plantilla<sup>11</sup>

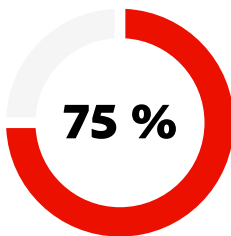
## IBM

---



### **Interacción 26 veces mayor:**

activos para redes sociales generados con Adobe Firefly



### **Elaboración de guiones gráficos 75 % más rápida:**

reducción del tiempo de desarrollo de campañas<sup>12</sup>

Los beneficios se perciben muy rápido. Obtendrás un ROI significativo en cuestión de meses, no de años. Además, no se trata solo de una solución a corto plazo; al crear una plataforma estratégica para garantizar un crecimiento continuado, estarás invirtiendo en eficiencia a largo plazo.

Adobe, líder en gestión de la experiencia de cliente con una dilatada experiencia creativa, se encuentra en una posición privilegiada para ayudarte a aprovechar estas oportunidades.

## Fortalece el eslabón más débil: de ad hoc a ágil

La content supply chain engloba todos los recursos y procesos que intervienen en la planificación, producción, distribución y análisis de contenidos.

Sin embargo, en la mayoría de las organizaciones, la content supply chain ha evolucionado de forma orgánica en forma de sistemas ad hoc y flujos de trabajo desconectados, en lugar de un sistema optimizado y estratégico. En muchos casos, es el eslabón más débil de la cadena lo que impulsa las experiencias de cliente digitales.



Etiquetas de imagen

Informal

< 30 palabras

CTA claro

Construcción de marca

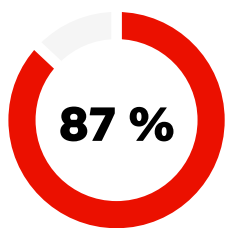
Producto más vendido

**Dryp.**  
**Dryp.**

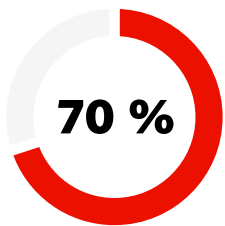




## Para ampliar a escala, tienes que optimizar. El panorama actual evidencia los retos:



El **87 % de las organizaciones** tiene dificultades para gestionar el contenido a lo largo de todo su ciclo de vida<sup>13</sup>



El **70 % del tiempo dedicado al trabajo creativo** se destina a tareas manuales no esenciales llevadas a cabo en sistemas dispares



Casi **9 de cada 10 profesionales** recurren al correo electrónico, las listas de tareas pendientes u otros métodos ad hoc para gestionar su trabajo



Más del **50 % de las organizaciones** contrata al menos a dos agencias para producir su contenido<sup>14</sup>

La oportunidad de obtener mayor velocidad y eficiencia comprende desde la mejora de la productividad hasta la internalización de las tareas externas, con lo que se puede integrar, acelerar y captar todo el valor.

Tu organización debe comprender dónde se encuentran exactamente las oportunidades de aumentar la eficiencia y lograr un crecimiento rentable. Por lo general, los principales retos son los flujos de trabajo improvisados, los cuellos de botella y la pérdida de tiempo en tareas que generan poco valor.

**La solución de content supply chain de Adobe ayuda a todos los equipos involucrados en la creación y activación del contenido a mantenerse conectados y trabajar más rápido. El personal creativo puede centrarse en crear, y el personal de dirección ejecutiva dispone de la visibilidad en tiempo real y la información estratégica necesarias para tomar decisiones rápidas sobre cualquier tema, desde reducir costes hasta satisfacer mejor las necesidades de la clientela.**



**@EPHRAIM GERARD CRUZ,**

Director de Operaciones y responsable de  
Iniciativas de Software de Xfinity Creative

”

# Puntos de fricción



## Fricción de personal



Planificación de reuniones

Búsqueda

Desgaste

Elaboración manual de informes

Metadatos manuales

Tareas de poco valor para talento clave



## Fricción de procesos



Control manual de versiones

Pérdida de valor por retraso

Búsqueda manual

Sistemas aislados

Desajuste estratégico

Escasa visibilidad para la toma de decisiones



## Fricción de tecnología



Soluciones puntuales

Conexiones manuales entre unidades aisladas

Arquitectura en unidades aisladas

Conflicto de taxonomías

Ecosistemas de tecnología de marketing complejos

Pérdida de metadatos

## Posibilita el crecimiento con una content supply chain unificada y con IA

Con un enfoque unificado de la content supply chain, podrás acelerar y ampliar a escala tu capacidad de planificar, producir, distribuir y analizar el contenido que necesitas a fin de lograr un crecimiento rentable. Para ello, es fundamental sentar unas buenas bases. Céntrate en que sea versátil a la vez que sólida, y en que permita ofrecer experiencias pertinentes de principio a fin con fluidez.

Eso es justo lo que ofrece Adobe GenStudio, una solución unificada basada en IA que transforma el modo en que tu empresa gestiona el suministro de contenidos. Al combinar Adobe Experience Cloud y Creative Cloud, GenStudio aborda toda la supply chain, lo que permite optimizar los flujos de trabajo, crear contenido mediante IA generativa y mejorar el rendimiento del equipo.



# La gran revolución de GenStudio

**A continuación, te explicamos las cinco funciones principales de GenStudio para impulsar tu negocio:**

- 1. Optimiza los flujos de trabajo y mantén la coordinación:** mantén a tus equipos conectados con flujos de trabajo transparentes que se sincronizan entre herramientas y equipos. El equipo de liderazgo podrá asignar los recursos de manera eficiente y garantizar que los proyectos se desarrollen dentro de los plazos previstos gracias a las aprobaciones automatizadas y el seguimiento de las tareas.
- 2. Crea contenido más inteligente más rápido con la IA generativa:** satisfaz la creciente demanda de contenido de alta calidad con herramientas de IA generativa como Adobe Firefly. Los equipos podrán automatizar las variaciones de contenido, reducir las tareas repetitivas y centrarse en la creatividad manteniendo la coherencia de la marca.

**Una de las mayores ventajas de trabajar con Adobe es que todo está conectado en un único entorno, lo cual resulta muy práctico a la hora de automatizar los flujos de trabajo.**



**@ANDY MCILVAINE,**

Director general, Estrategia Global en Canales Digitales y Agencia de Marca, Deloitte

- 3. Centraliza y simplifica la gestión de activos:** centraliza todos tus activos de contenido en un solo sistema para que te resulte más fácil organizarlos, editarlos y reutilizarlos en todas las campañas. El etiquetado y la gestión basados en IA garantizan que los activos cumplan siempre las normativas y sean fieles a la marca.
- 4. Ofrece contenido personalizado en todas partes:** proporciona contenido personalizado y pertinente a tu público dondequiera que esté. GenStudio se integra a la perfección con las aplicaciones de Adobe Experience Cloud para garantizar una distribución rápida y coherente en todos los canales.
- 5. Pasa de la información al impacto:** toma decisiones basadas en los datos en todo el recorrido de cliente. El seguimiento del rendimiento con IA etiqueta automáticamente el contenido con ID de campañas y metadatos de atributos, lo que te permitirá medir cómo cada activo y sus características impulsan la interacción y la conversión a fin de mejorar las experiencias y el ROI.



## Redefine las posibilidades creativas y del marketing

**GenStudio te permite transformar tus operaciones, ya seas líder de marketing al frente de la estrategia o profesional de la creación al frente de la innovación.**

Su arquitectura conectada acelera la content supply chain, lo que ofrece una comercialización más rápida, una mayor productividad del equipo y una eficiencia operativa integral.

Te permite ampliar a escala tus operaciones de forma eficiente y convierte todos y cada uno de los activos en elementos componibles y personalizables, lo que maximiza el valor en todo momento. Además, la planificación, el análisis y la generación de informes resultan más precisos, oportunos y eficientes, con lo que puedes tomar decisiones más inteligentes y obtener mejores resultados.



# Controla tu ecosistema de marketing

## Transforma tus operaciones de marketing:

evalúa el panorama general sin perderte en los detalles. GenStudio transforma el modo en que gestionas tu ecosistema de marketing proporcionándote una visibilidad completa que elimina el ruido operativo. Al coordinar a los equipos con los objetivos estratégicos, optimizar los flujos de trabajo y obtener información en tiempo real, podrás impulsar el ROI y dirigir tu organización hacia un crecimiento continuo.

## Aumenta el rendimiento de tu equipo:

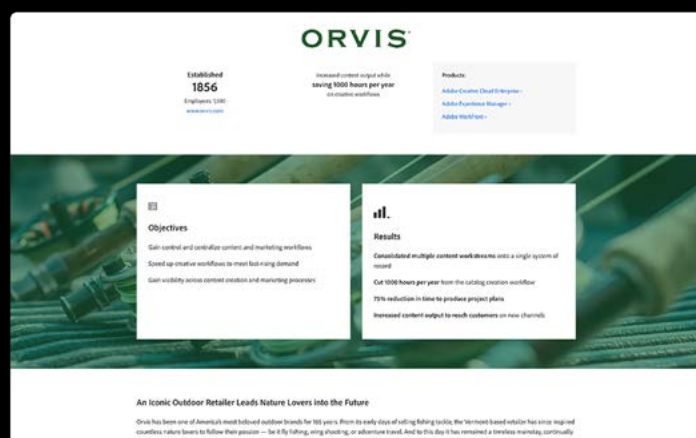
GenStudio permite a tus equipos de marketing acceder al contenido de alto rendimiento para combinarlo y reutilizarlo de forma eficiente. La reducción de las tareas repetitivas ayuda a que los equipos puedan centrarse en crear campañas más convincentes. El éxito obtenido en casos reales demuestra las posibilidades que ofrece.

### Caso práctico

**Orvis ha acelerado los plazos de sus proyectos en un 75 % y ahorrado 1000 horas anuales gracias a la optimización estratégica del flujo de trabajo<sup>15</sup>**



**Aceleración de los plazos de los proyectos en un 75 %  
Ahorro de 1000 horas anuales**



# Impulsa tu visión creativa

## **Amplía a escala sin renunciar a la creatividad:**

más de tres de cada cinco profesionales de equipos de liderazgo creativo afirman que el aumento de la eficiencia suele ir en detrimento de la creatividad. GenStudio permite aumentar la producción creativa manteniendo la calidad y evitando el desgaste. Por ejemplo, IBM ha quintuplicado la rapidez de sus procesos de retoque<sup>16</sup>, lo que ha liberado tiempo de sus equipos creativos para dedicarlo a trabajo más valioso.

## **Elimina las barreras creativas:**

casi el 44 % del personal creativo<sup>17</sup> menciona que la falta de tiempo para la creatividad es uno de los principales obstáculos a la hora de ofrecer experiencias de cliente excepcionales. GenStudio elimina esas barreras al automatizar los procesos rutinarios y posibilitar una colaboración fluida. Herramientas como Adobe Firefly te ayudan a mejorar la producción creativa y a crear experiencias de cliente sobresalientes que hagan destacar a tu marca.

**Al capacitar a los equipos de marketing para que gestionen las ediciones o incluso creen contenido de principio a fin por su cuenta, hemos acortado el tiempo de comercialización en un 70 %.**



**@SAKURA MARTIN,**

Directora de Marca y Diseño Globales  
de Dentsu Group Inc.



## Posiciónate para triunfar en el futuro

Las empresas de la región EMEA se encuentran en una encrucijada crítica : existe una gran presión por obtener ingresos inmediatos con recursos limitados, a lo que se suma una clientela cada vez más exigente que demanda valor además de una conexión auténtica con la marca.

Por desgracia, el 73 % del personal ejecutivo sénior de las marcas<sup>18</sup> afirma que las necesidades inmediatas se han impuesto sobre la planificación y la estrategia a largo plazo. Sin embargo, no tiene por qué ser algo reactivo.



Supera los retos



Trabaja con recursos limitados



Ofrece valor y experiencias personalizadas



# Una verdadera transformación, no un parche

## Ventajas inmediatas con efectos duraderos

Con una content supply chain optimizada, menos es más: al agilizar los procesos y acelerar la velocidad del contenido, puedes multiplicar la capacidad del contenido y reducir al mismo tiempo los gastos generales y los costes.

Además, las ventajas de contar con una base sólida se multiplicarán año tras año.

La content supply chain del futuro será aún más eficiente y eficaz en las organizaciones que se hayan esforzado por surfear la ola. De hecho, las primeras empresas que adoptaron una content supply chain sólida ya están cosechando los frutos, posicionando a sus organizaciones para tener éxito en el futuro.

Adobe GenStudio ofrece los elementos necesarios para ayudarte a mantenerte a la vanguardia, ya que integra las mejores aplicaciones: Experience Manager para optimizar los activos, Workfront para potenciar los flujos de trabajo, Creative Cloud para mejorar la productividad creativa, y paneles de control y análisis de contenido impulsados por IA para medir el rendimiento del contenido a lo largo del recorrido de cliente.

Juntas, estas herramientas enriquecen y aceleran la creación de contenido, aportan datos a la toma de decisiones creativas y permiten al equipo de liderazgo demostrar el ROI y encauzar los recursos hacia las oportunidades de mayor impacto.

La distancia que separa a quienes van a la cabeza de esta particular carrera de los más rezagados es cada vez mayor, por lo que es hora de actuar.

Ampliar a escala el contenido de calidad y maximizar su uso es lo que te permitirá entablar una conversación con cada cliente, aprender y obtener tu propia información sobre sus intereses, darle motivos para confiar en ti, mantener una buena sintonía y forjar una relación duradera de valor mutuo.

# Adobe puede ayudarte

Adobe GenStudio facilita la creación de contenido personalizado. Te ayudamos a conectar tus equipos, agilizar tus flujos de trabajo y utilizar la IA generativa para ofrecer exactamente lo que quiere tu clientela.

Podrás ampliar a escala tus campañas, impulsar la interacción y obtener resultados reales con una solución integrada y potenciada por la IA generativa de Firefly. Y lo mejor de todo es que obtendrás un aumento significativo de la productividad, que se amortizará en un periodo de apenas seis a ocho meses.

[Más información](#)



# Bibliografía

1. Informe State of CX (Estado de experiencias de cliente), Adobe y Oxford Economics, consultado en <https://business.adobe.com/resources/state-of-cx-research-report.html>
2. Artículo de McKinsey, consultado en <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
3. Encuesta de Adobe Commerce, consultada en <https://business.adobe.com/blog/basics/personalized-customer-experience>
4. Informe State of CX (Estado de experiencias de cliente), Adobe y Oxford Economics, mencionado anteriormente.
5. Informe Digital Trends 2023 (Tendencias digitales de 2023), Adobe y Econsultancy, consultado en <https://www.adobe.com/content/dam/cct/creativecloud/business/teams/whitepapers/pdf/Adobe-Digital-Trends-2023.pdf>
6. Informe Digital Trends 2023 (Tendencias digitales de 2023), mencionado anteriormente.
7. Informe State of CX (Estado de experiencias de cliente), Adobe y Oxford Economics, mencionado anteriormente.
8. Artículo de Gartner, consultado en <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-05-22-gartner-survey-reveals-71-percent-of-cmos-believe-they-lack-sufficient-budget-to-fully-execute-their-strategy-in-2023>
9. Artículo de Gartner, mencionado anteriormente.
10. Ibidem.
11. Historia de éxito de cliente de T-Mobile, consultada en <https://business.adobe.com/es/customer-success-stories/tmobile-workfront-case-study.html>
12. Historia de éxito de cliente de IBM, consultada en <https://business.adobe.com/es/customer-success-stories/ibm-2022-case-study.html>
13. Informe State of Work 2023 (Estado del trabajo de 2023), Adobe, consultado en [https://business.adobe.com/resources/reports/state-of-work-2023/thank-you.html?faas\\_unique\\_submission\\_id=8083288C-1607-4AE9-689D-9616D4D7A8D1](https://business.adobe.com/resources/reports/state-of-work-2023/thank-you.html?faas_unique_submission_id=8083288C-1607-4AE9-689D-9616D4D7A8D1)
14. Investigación propia encargada por Adobe a Linus Gregoriadis de London Research.
15. Historia de éxito de cliente de Orvis, consultada en <https://business.adobe.com/es/customer-success-stories.html>
16. Historia de éxito de cliente de IBM, mencionada anteriormente.
17. Informe Digital Trends (Tendencias digitales), mencionado anteriormente.
18. Informe Digital Trends (Tendencias digitales), mencionado anteriormente.