

## Saca partido a tus datos con Adobe Commerce

Despídete de los silos de información con un intercambio de datos sin fricciones para una mayor personalización.

### Datos aislados, experiencias truncadas

Las empresas recopilan un volumen de datos enorme. Sin embargo, los datos sobre los comportamientos, las preferencias y las interacciones de la clientela con la marca suelen estar aislados en distintos sistemas empresariales, desde CRM hasta plataformas comerciales y más.

La falta de una visión única de cada cliente hace que sea difícil obtener información exhaustiva e impide ofrecer experiencias personalizadas en tiempo real. Muchas marcas intentan integrar los datos manualmente, lo cual es ineficiente, puede generar lagunas y, a menudo, carece del intercambio de datos en tiempo real necesario para la personalización instantánea y las decisiones de segmentación.

**Casi 3 de cada 4** consumidores tienen más probabilidades de comprar productos de marcas que ofrecen experiencias personalizadas y gastan un 37 % más en esas marcas.

**Al menos un tercio de las marcas** mencionaron la falta de información sobre su clientela y el mercado como un impedimento para ofrecer experiencias altamente personalizadas.

Fuente: Deloitte

#### Los datos de comercio son datos críticos

Los datos de tu plataforma de comercio son datos de fuentes primarias de alta calidad que reflejan las interacciones directas de cada cliente con la marca. Desde datos de comportamiento que capturan cada clic en la tienda hasta los del servidor que muestran el estado del pedido, el historial de pedidos y más, los datos de comercio dan una idea global de la experiencia de cliente y son cruciales para personalizar las experiencias en

el sitio, activar los recorridos de marketing y publicidad omnicanal, alimentar las pruebas A/B y multivariable y permitir el análisis de la clientela.

Los datos de comercio se deben compartir, agregar y procesar sin complicaciones para ofrecer experiencias, todo ello sin una gran cantidad de trabajo manual ni exportaciones e importaciones por lotes. Ahí es donde entran en juego los servicios de intercambio de datos de Adobe Commerce.



### El intercambio de datos de Adobe Commerce se realiza en solo tres sencillos pasos

El intercambio de datos de Adobe Commerce te permite acabar con los silos de forma rápida y sencilla, crear una única fuente de confianza y poner la información a disposición de las partes interesadas de toda la organización para ofrecer experiencias personalizadas en tiempo real de comercio, marketing y publicidad, así como pruebas y análisis de experiencias.

PASO UNO  
**Recopila y comparte datos**

PASO DOS  
**Consolida y segmenta**

PASO TRES  
**Actívalos estés donde estés**



TIENDA

**Eventos de comportamiento**

Añadir al carro  
Ver carro  
Iniciar/cerrar sesión  
Solicitud de búsqueda  
Ver página  
Crear cuenta  
y más



ADMINISTRACIÓN

**Eventos del lado del servidor**

Pedido realizado  
Pedido enviado  
Pedido cancelado  
Historial de pedidos  
Perfil de cliente

# Adobe Experience Platform

**Adobe Commerce**

Utiliza audiencias impulsadas por IA de Real-Time Customer Data Platform en Adobe Commerce para ofrecer ofertas y contenidos personalizados en el momento.

**Marketing y publicidad**

Las estrategias incluyen recorridos omnicanal como la recuperación de carritos abandonados, secuencias de bienvenida, campañas de goteo, iniciativas de recuperación y geovallas, junto con supresión de anuncios, seguimiento y reenvío de eventos.

**Pruebas de experiencia**

Los métodos incluyen pruebas A/B o multivariantes, determinación de la siguiente mejor oferta y segmentación de contenidos.

**Análisis**

El análisis de clientes engloba retención, perfiles, interacción, marketing y contenidos, mientras que el análisis empresarial abarca campañas, productos, métricas de tiendas, canales y contenidos.

**Sistemas de terceros**

## Paso 1: Recopila y comparte datos

Adobe Commerce recopila y normaliza de forma nativa eventos comunes, incluidos los de comportamiento como búsquedas en el sitio, visualización de un producto o añadir un artículo al carro, y eventos administrativos como el estado del pedido. La clientela también puede definir eventos personalizados relevantes para su negocio. Al integrar estas funciones, Adobe Commerce permite a tu clientela compartir datos sin tener que programar nada y en cuestión de horas, en lugar de las semanas que suelen requerirse para el etiquetado y la integración personalizados.

A medida que se recopilan eventos, la extensión Data Connection envía esos eventos directamente a Experience Edge, donde Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) puede recogerlos o se pueden compartir directamente con otras aplicaciones de Adobe Experience Cloud.

## Paso 2: Consolida y segmenta

Adobe Real-Time CDP integra datos de Adobe Commerce con datos conocidos y anónimos de todos los sistemas y canales empresariales para obtener una perspectiva completa de cada cliente con gobernanza integrada. También utiliza Customer AI con tecnología de

Adobe Sensei para crear segmentos granulares basados en la propensión a partir de datos enriquecidos. Los perfiles y segmentos se centralizan y gestionan en un solo lugar para poder activarlos allá donde estés y así despedirte de los silos.

### **Paso 3: Actívalos estés donde estés**

Una vez que se haya establecido la captura de eventos y un flujo de datos comerciales enriquecidos, estos se pueden activar de muchas formas, desde usarlos para personalizar la experiencia comercial hasta compartirlos con otros productos de Adobe Experience Cloud e incluso con sistemas de terceros, como PIM, CRM y ERP, entre otros.

Activación de audiencias permite a los comerciantes ofrecer contenido personalizado, reglas de productos relacionados y promociones en tiempo real, adaptados a segmentos impulsados por IA creados y gestionados dentro de Real-Time CDP. Los eventos de comportamiento de Adobe Commerce impulsan la segmentación en Real-Time CDP, que a su vez desencadena diferentes experiencias para la persona que compra, todo ello en tiempo real.

Más allá de Adobe Commerce, la extensión Data Connection comparte datos sin problemas con otros productos de Experience Cloud para impulsar un sinfín de casos de uso en publicidad (como la supresión de anuncios), marketing omnicanal (como campañas, correos electrónicos y notificaciones), pruebas de experiencia (como pruebas A/B o la siguiente mejor oferta) y análisis (análisis de campañas, análisis de recorridos y más).

## **Nuestro planteamiento te ahorra tiempo y dinero**

Adobe Commerce hace que compartir y activar datos en tu pila tecnológica sea coser y cantar. El flujo de trabajo de integración exclusivamente mediante la IU elimina la codificación y el etiquetado manuales del proceso y reduce el tiempo de amortización de una media de 20 días con tres personas del equipo de desarrollo mediante integración personalizada a solo un día con una persona utilizando las capacidades de intercambio de datos.

### **El intercambio de datos de Adobe es diferente**

- Soporte nativo para eventos tanto en tienda como administrativos
- Proceso de integración rápida exclusivamente mediante la IU sin codificación manual
- Esquema de datos estandarizado en todas las aplicaciones de Adobe
- Procesamiento perimetral de audiencias para personalización en tiempo real

# Da el salto

Adobe Commerce te ofrece un potente conjunto de herramientas para crear experiencias atractivas y personalizadas a escala, lo que aumenta la participación de quienes compran, la conversión y los ingresos.

[Más información](#)

[Crecimiento con Adobe Commerce](#)

## Fuentes

["Personalization: It's a Value Exchange Between Brands and Customers", Deloitte Digital, 2024.](#)

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a bold, white, sans-serif font, is positioned in the bottom left corner of a solid red background.

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

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.