

## Aprovecha todos tus datos con Adobe Commerce.

Derriba los silos y mejora la personalización con un intercambio fluido de datos.

### Datos aislados, experiencias fragmentadas.

Las compañías recopilan cantidades enormes de datos. Pero, muchas veces, los datos sobre los comportamientos, las preferencias y las interacciones entre el cliente y la marca están repartidos en varios sistemas empresariales, desde CRM hasta plataformas comerciales y más.

Sin una visión única del cliente, es difícil obtener información valiosa e integral, y es imposible brindar experiencias personalizadas en tiempo real. Muchas marcas tratan de integrar los datos manualmente, pero este proceso es ineficiente, a menudo causa lagunas y no admite un intercambio de datos en tiempo real para poder personalizar y tomar decisiones de segmentación sobre la marcha.

**Casi 3 de cada 4** clientes son más propensos a elegir marcas que les brindan experiencias personalizadas, y gastan un 37% más en esas marcas.

**Al menos 1/3 de las marcas** mencionó la falta de datos sobre el cliente y el mercado como obstáculo para ofrecer experiencias altamente personalizadas.

Fuente: Deloitte

#### Los datos comerciales son fundamentales.

Los datos que obtienes de tu plataforma comercial son datos de origen y alta intención que reflejan las interacciones directas de cada cliente con tu marca. Desde los datos de comportamiento que captan cada clic en la tienda, hasta los datos del lado del servidor que muestran el estado y el historial de los pedidos, entre otros valores, los datos comerciales conforman el panorama de la

experiencia del cliente. Estos datos son fundamentales para personalizar las experiencias en tu sitio, activar el marketing omnicanal y los recorridos publicitarios, realizar pruebas A/B y multivariadas y llevar a cabo análisis de los clientes.

**Los datos comerciales deben poder compartirse, combinarse y convertirse en datos prácticos para brindar experiencias pertinentes, todo de forma fluida y sin requerir mucho trabajo manual, exportaciones e importaciones en lote. Allí es donde entran en juego los servicios de intercambio de datos de Adobe Commerce.**



### **Adobe Commerce te permite compartir datos en tres simples pasos.**

El uso compartido de datos de Adobe Commerce te permite derribar los silos de forma rápida y sencilla, crear una única fuente de confianza y garantizar que las partes interesadas de toda la organización puedan acceder a la información. Esto facilita la personalización de experiencias comerciales, publicidad y marketing en tiempo real, así como el análisis y las pruebas de experiencias.

PASO UNO  
**Recopilar y compartir datos.**

PASO DOS  
**Consolidar y segmentar.**

PASO TRES  
**Activar en cualquier lugar.**



TIENDA

**Eventos de comportamiento**

Añadir al carrito  
Ver carrito  
Iniciar/cerrar sesión  
Buscar solicitud  
Ver página  
Crear una cuenta y más



BACK-OFFICE

**Eventos del lado del servidor**

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

# Adobe Experience Platform

**Adobe Commerce**

Accede a Real-Time Customer Data Platform desde Adobe Commerce y crea segmentos del público con tecnología de IA para personalizar tu contenido y tus ofertas sobre la marcha.

**Marketing y publicidad**

Las estrategias incluyen recorridos omnicanal como la recuperación de carritos abandonados, series de bienvenida, campañas de goteo, esfuerzos de recuperación y geovallado, así como la supresión de anuncios, el seguimiento y el reenvío de eventos.

**Prueba de experiencias**

Usa pruebas A/B o multivariadas, determina la siguiente mejor oferta o segmenta el contenido.

**Análisis**

El análisis del cliente incluye la retención, los perfiles, la participación, el marketing y el contenido, mientras que el análisis de la empresa abarca las campañas, los productos, las métricas de la tienda, los canales y el contenido.

**Sistemas de terceros**

## Paso 1: Recopilar y compartir datos.

Adobe Commerce recopila y normaliza los eventos comunes de forma nativa, desde los eventos de comportamiento (por ejemplo, buscar en el sitio, ver un producto o añadir un artículo al carrito) hasta los eventos de back-office (como el estado de los pedidos). Los clientes también pueden definir eventos personalizados según las necesidades de su empresa. Dado que estas capacidades están integradas en Adobe Commerce, los clientes pueden compartir los datos sin necesidad de escribir código y en cuestión de horas, en lugar de las semanas que suele demorar el etiquetado personalizado y la integración.

A medida que se recopilan los eventos, la extensión de conexión de datos los envía directamente a Experience Edge, donde pueden importarse en Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) o compartirse directamente con otras aplicaciones de Adobe Experience Cloud.

## **Paso 2: Consolidar y segmentar.**

Adobe Real-Time CDP combina los datos de Adobe Commerce con los datos conocidos y anónimos de todos los sistemas y canales de la empresa para crear vistas integrales de cada cliente. Y, además, integra la gobernanza de datos. También usa la inteligencia artificial aplicada al cliente, con la tecnología de Adobe Sensei, para aprovechar todos esos datos enriquecidos y crear segmentos granulares y basados en tendencias. Olvídate de los silos de datos gracias a los perfiles y segmentos que se centralizan y administran desde un mismo lugar y que pueden activarse donde quieras.

## **Paso 3: Activar en cualquier lugar.**

Luego de recopilar los eventos y extraer abundantes datos comerciales, estos datos pueden activarse de distintas formas, desde usarlos para personalizar la experiencia comercial hasta enviarlos a otros productos de Adobe Experience Cloud o sistemas de terceros como PIM, CRM, ERP y mucho más.

Con la activación del público, los comerciantes pueden distribuir contenido personalizado, reglas de producto relacionadas y promociones en tiempo real, además de adaptarlos a segmentos creados con IA y administrados desde Real-Time CDP. Los eventos de comportamiento de Adobe Commerce impulsan la segmentación en Real-Time CDP, lo que luego activa diferentes experiencias para los compradores en tiempo real.

Más allá de Adobe Commerce, la extensión de conexión de datos permite compartir los datos fácilmente con otros productos de Experience Cloud y así impulsar casos de uso de publicidad (como la supresión de anuncios), marketing omnicanal (campañas, correos electrónicos y notificaciones), pruebas de experiencias (pruebas A/B, la siguiente mejor oferta) y análisis (análisis de campañas y de recorridos, etc.).

# **Nuestro enfoque te permite ahorrar tiempo y dinero.**

Con Adobe Commerce, compartir y activar datos en todo tu stack tecnológico es pan comido. El flujo de trabajo de integración de solo IU elimina la necesidad de codificar y etiquetar manualmente y reduce drásticamente el tiempo de obtención de valor desde un promedio de 20 días con tres desarrolladores e integraciones personalizadas a tan solo un día con un solo desarrollador usando las capacidades de uso compartido de datos.

## El uso compartido de datos de Adobe es diferente.

- Soporte nativo para eventos de la tienda y de back-office
- Proceso de integración rápido y de solo IU sin codificación manual
- Esquemas de datos estandarizados en todas las aplicaciones de Adobe
- Procesamiento perimetral de segmentos del público para una personalización en tiempo real

# Da los siguientes pasos.

Adobe Commerce te ofrece un potente kit de herramientas para que crees experiencias atractivas y personalizadas a gran escala que te permiten aumentar la participación de tus compradores, las conversiones y los ingresos.

[Más información](#)

[Crece con Adobe Commerce](#)

## Fuentes

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

# Adobe

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

© 2024 Adobe. Todos los derechos reservados.