



# Frigör era data med Adobe Commerce.

Säg hej då till isolerade data med friktionsfri datadelning för personalisering.

## Isolerade data, trasiga upplevelser

Företag samlar in enorma mängder data. Data om kundernas beteenden, preferenser och interaktioner med varumärket är emellertid ofta isolerade i olika affärssystem - från CRM-system till handelsplattformar med mera.

Denna avsaknad av en samlad vy av kunden gör det svårt att generera omfattande insikter och omöjligt att leverera personaliserade upplevelser i realtid. Många varumärken försöker att integrera dessa data manuellt, men det är ineffektivt och kan leda till luckor och ofta saknas datadelningen i realtid som krävs för omedelbar personalisering och beslut om målgruppsinriktning.

**Nästan 3 av 4** konsumenter köper mer sannolikt av ett varumärke som levererar personaliserade upplevelser och de lägger 37 % mer pengar på de varumärkena.

**Minst 1/3 av varumärkena** angav att det var en brist på insikter om kunderna och marknaden som hindrade dem från att leverera högpersonealiserade upplevelser.

Källa: Deloitte

### Handelsdata är av yttersta vikt.

Data från den egna handelsplattformen säger mycket om avsikt och speglar varje kunds direkta interaktion med varumärket. Handelsdata är allt från beteendedata som fångar varje klick i butiken till data från serversidan som visar orderstatus, orderhistorik med mera, och de ger tillsammans en bild av kundupplevelsen. Handelsdata är av avgörande vikt för

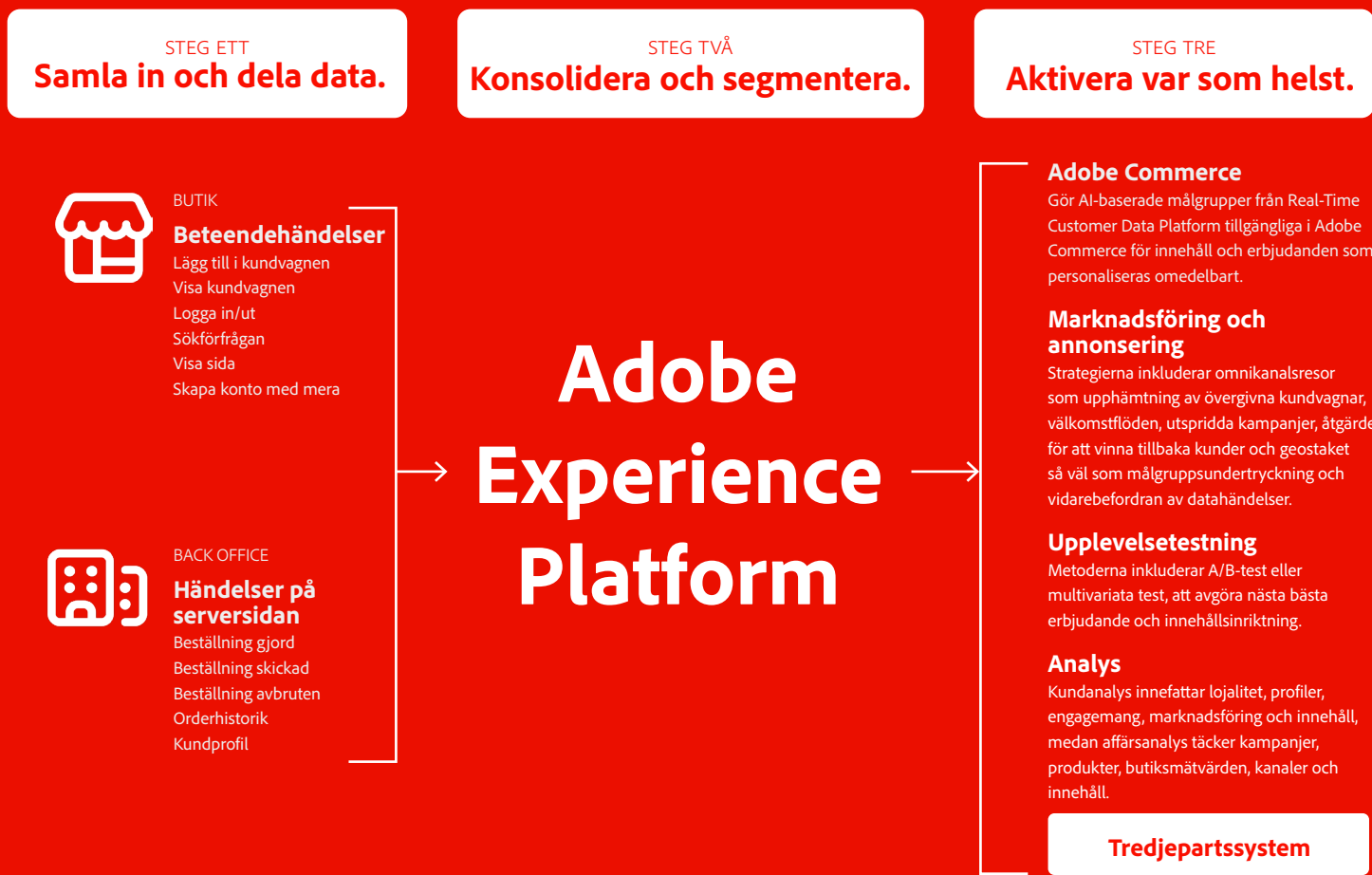
att personalisera upplevelser, trigga omnikanalsmarknadsföring och annonseringsresor, ge material till A/B-test och multivariata test samt möjliggöra kundanalys.

**Handelsdata måste kunna delas, fogas samman och göras åtgärdbara för att leverera upplevelser, allt på ett sömlöst sätt och utan massor av manuellt arbete och batchexporter och -importer. Det är här datadelningstjänsterna i Adobe Commerce kommer in i bilden.**



### **Datadelningen i Adobe Commerce sker i tre enkla steg.**

Datadelningen i Adobe Commerce gör så att ni snabbt och enkelt kan enhetliggöra era data och få en enda informationskälla samt göra insikter tillgängliga för intressenter i hela organisationen så att ni kan leverera personaliserade handelsupplevelser, marknadsföring och annonsering samt upplevelsetestning och -analys i realtid.



## Steg 1: Samla in och dela data.

Adobe Commerce samlar in och normaliserar vanliga händelser, inklusive beteendehändelser, som webbplatssökningar eller att en produkt visas eller läggs i kundvagnen samt back office-händelser som orderstatus. Kunderna kan definiera anpassade händelser som är relevanta för deras verksamhet. Eftersom de här funktionerna är inbyggda i Adobe Commerce kan kunderna dela data utan kodning på bara timmar istället för veckor som anpassad taggning och integrering brukade ta.

När händelserna samlats in skickar Data Connection-tillägget dem direkt till Experience Edge där de plockas upp av Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) eller delas direkt med andra Adobe Experience Cloud-program.

## Steg 2: Konsolidera och segmentera.

Adobe Real-Time CDP sammanfogar data från Adobe Commerce med kända och anonyma data från olika affärssystem och kanaler i omfattande vyer av varje kund - med inbyggd datastyrning. Det använder även AI för kundbenägenhet, som drivs av Adobe Sensei, för att skapa detaljerade benägenhetsbaserade segment baserade på alla dessa data. Säg hej då till

isolerade data när profiler och segment centraliseras och hanteras på en enda plats och kan aktiveras var som helst.

### **Steg 3: Aktivera var som helst.**

När du nu har fångat upp händelser och innehållsrika handelsdata flyter fram i systemet kan dessa data aktiveras på många olika sätt, från att personalisera handelsupplevelsen till att dela dem med andra Adobe Experience Cloud-produkter eller till och med tredjepartssystem, som PIM-, CRM-, ERP-system med mera.

Audience Activation gör att handlare kan leverera personaliserat innehåll, relaterade produktregler och kampanjer i realtid, allt skräddarsytt till AI-baserade segment som skapas och hanteras i Real-Time CDP. Beteendehändelser från Adobe Commerce driver segmenteringen i Real-Time CDP, vilken sedan triggar olika upplevelser för köparen - allt i realtid.

Utöver allt ni kan göra med Adobe Commerce-funktionaliteten så hjälper Data Connection-tillägget er att sömlöst dela data med andra Experience Cloud-produkter för oräkneliga användningsområden inom annonsering (som målgruppsundertryckning, omnikanalsmarknadsföring (som kampanjer, e-post och aviseringar), upplevelsetestning (som A/B-test, nästa bästa erbjudande) och analys (kampanjanalys, reseanalys med mera).

## **Vår strategi sparar tid och pengar.**

Adobe Commerce gör datadelning och -aktivering i alla era tekniska lösningar till en barnlek. Integreringsarbetsflödet med endast användargränssnitt tar bort manuell kodning och taggning ur ekvationen och minskar på så sätt drastiskt tiden det tar att nå avkastning på investeringen från genomsnittliga 20 dagar med tre utvecklare till endast en dag med en utvecklare tack vare av datadelningsfunktioner.

### **Adobes datadelning är annorlunda.**

- Inbyggt stöd för både butiks- och backoffice-händelser
- Snabb integreringsprocess med endast användargränssnitt utan manuell kodning
- Standardiserat dataschema i alla Adobes programvaror
- Edge-behandling av målgrupper för personalisering i realtid

# Ta nästa steg.

Adobe Commerce ger er en kraftfull verktyglåda för att skapa övertygande personifierade upplevelser i stor skala som förbättrar köparnas engagemang, konverteringsgraden och intäkterna.

[Ta reda på mer](#)

[Väx med Adobe Commerce.](#)

## Källor:

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

# Adobe

Adobe, the Adobe logo, Experience Cloud, and Sensei are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/ or other countries.

© 2024 Adobe. All rights reserved.