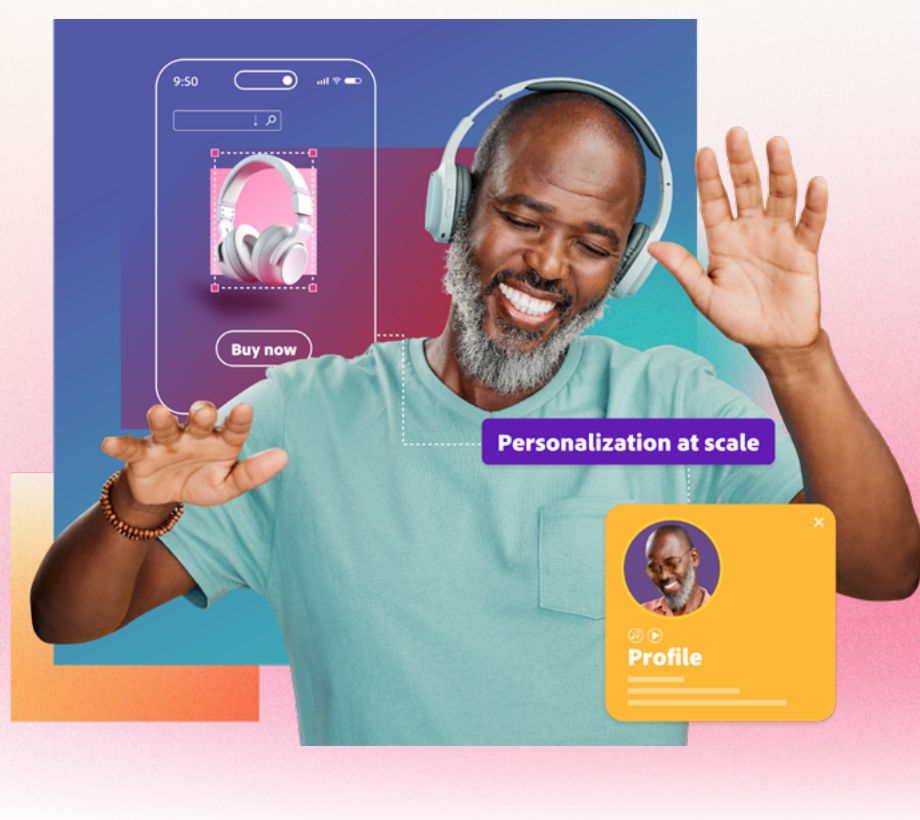


¿Cómo deleitar a los clientes?

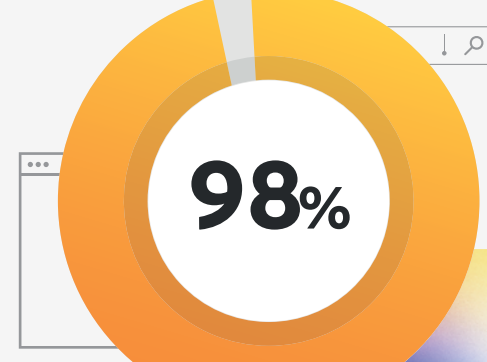
Menos mensajes y más relevancia para experiencias personalizadas.

Deja de enviar mensajes a tus clientes en todo momento. ¡Sé relevante!



Los clientes interactúan de varias formas con las empresas, lo que hace a los recorridos de compra más complejos.

Enviar mensajes a través de varios canales no es suficiente para ofrecer un recorrido verdaderamente omnicanal. **Entonces, ¿cómo llegar a los consumidores en diferentes canales y momentos sin dañar la experiencia?**



de los profesionales de marketing digital entrevistados para el estudio "Personalización a gran escala", elaborado por Forrester Consulting a petición de Adobe, coinciden en que la incapacidad para superar los desafíos de personalización conlleva un alto costo.

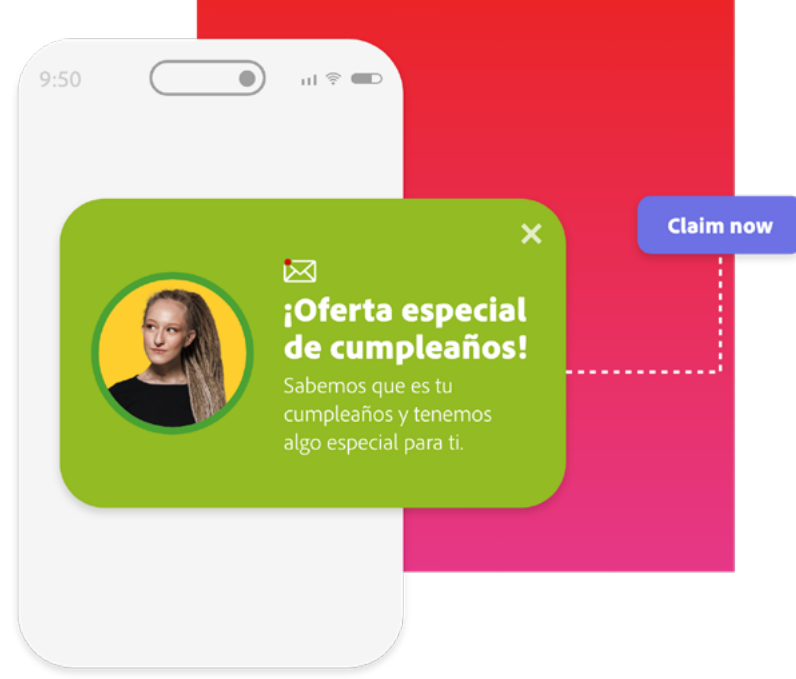
Además de enfrentar estos desafíos, puedes ir más allá e invertir en el siguiente paso de la experiencia del cliente: **la hiper-personalización.**

Para ello, es necesario considerar algunos factores esenciales.

¿Llegar a millones de clientes o solo a uno que necesita conocerte ahora?

Es importante construir lealtad con los clientes a través de interacciones relevantes. Para ello, necesitas predecir las acciones, ofrecer contenido de interés basado en su historial y hacerlo de forma rápida y contextual.

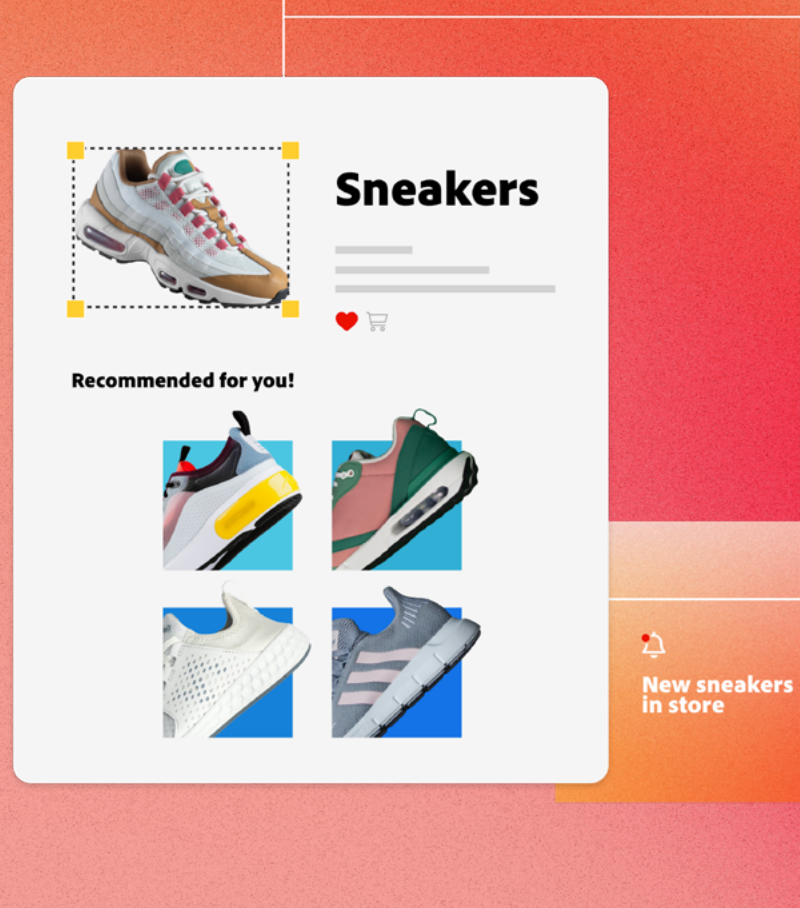
Aunque las marcas no son videntes, es posible ofrecer descuentos especiales e información exclusiva a través de datos en tiempo real. El objetivo es mantener a los clientes satisfechos y fieles a la marca.



¿Qué tan bien conoces a tus clientes?

¿Los datos de tus clientes están dispersos en silos, lo que conduce a comunicaciones anticuadas y pérdida de tiempo y recursos?

Tener una visión completa del cliente es crucial. Es importante entender la situación de los consumidores, como los retrasos en las solicitudes o las condiciones climáticas locales. Con esta información, los especialistas de marketing pueden crear experiencias personalizadas en el momento indicado y en el canal más adecuado.



Simplificar el proceso. Unifica todo en una sola plataforma.

¿Crear y gestionar el recorrido del cliente implica varias herramientas diferentes?

La utilización de tecnologías separadas por los equipos de marketing y de experiencia del cliente conduce a procesos desarticulados e información desactualizada, además de dificultar la creación de recorridos coherentes y relevantes.

Para satisfacer las expectativas de los clientes a través de experiencias integradas y personalizadas, es necesario contar con una herramienta que unifique todos los pasos e interacciones del recorrido del cliente, simplificando el proceso.



Experiencias integradas y personalizadas para deleitar a los clientes. Confía en Adobe Experience Cloud.

- Utilizamos la inteligencia artificial para enviar mensajes personalizados en todos los canales de forma intuitiva y automática.
- Ayudamos a reunir la información de los clientes en todos los canales en los que interactúan con tu empresa, para que puedas entender mejor lo que quiere tu audiencia.
- Facilitamos la creación y distribución de contenido nuevo e interesante para diferentes canales, todo en una sola plataforma en la nube. Evita la fragmentación de datos en diferentes herramientas y gana en escalabilidad.

Harvard Business Review

“ Con la solución de Adobe, podemos hacer que los correos electrónicos sean más personalizados y automatizados con una visión más detallada de análisis de sitios web y campañas.”

Carrie Bourke

Directora, análisis e insights de clientes, Harvard Business Review

Invierte en la hiper-personalización. Crea conexiones personales que realmente importan.

Descubre lo que Adobe Experience Cloud puede hacer por tu empresa.