

# La personalización vale la pena. Especialmente cuando lo automatizas y lo pruebas.

Las empresas de hoy en día tienen más datos sobre sus visitantes que nunca antes, y esos visitantes esperan experiencias relevantes y personalizadas en todos los canales digitales de la marca y puntos de contacto con los clientes. Adobe Target, una solución de pruebas y personalización líder en la industria, permite a los especialistas en marketing satisfacer esas expectativas con pruebas A/B y multivariadas, segmentación de contenido y automatización para brindar contenido y experiencias altamente personalizadas y recomendadas.

Adobe Target hace que sea más fácil que nunca sin sacrificar un gramo de capacidad. Y como parte de Adobe Marketing Cloud, los usuarios de Adobe Target pueden trabajar con y en otras soluciones de marketing importantes y servicios básicos. Ahora los marketers tienen la plataforma que necesitan para convertir más y construir seguidores de marca leales.



## Fácil de implementar y fácil de usar



Adobe Target hace que sea más fácil que nunca configurar sus actividades de prueba y personalización. Simplemente inicia sesión en Adobe Marketing Cloud, haz clic en Adobe Target, agrega una sola línea de código a cualquier página o todo tu sitio web e inmediatamente comienza a probar y personalizar tu sitio o aplicación a través de

cualquier navegador web. El flujo de trabajo paso a paso te guía a través de la configuración de cualquier actividad para que siempre sepas qué hacer a continuación y que lo estás configurando correctamente. Una vez que hayas completado la configuración de actividad de tres pasos, simplemente inicia tu actividad y deja que los resultados lleguen.

## Una solución de Adobe Marketing Cloud



Como solución de marketing de Adobe Marketing Cloud, accede a Adobe Target y a todas sus soluciones de marketing digital de Adobe, incluidos Adobe Analytics y Adobe Experience Manager, mediante la navegación con solución de un solo clic. También puedes aprovechar un conjunto de servicios básicos de marketing en la nube para acceder,

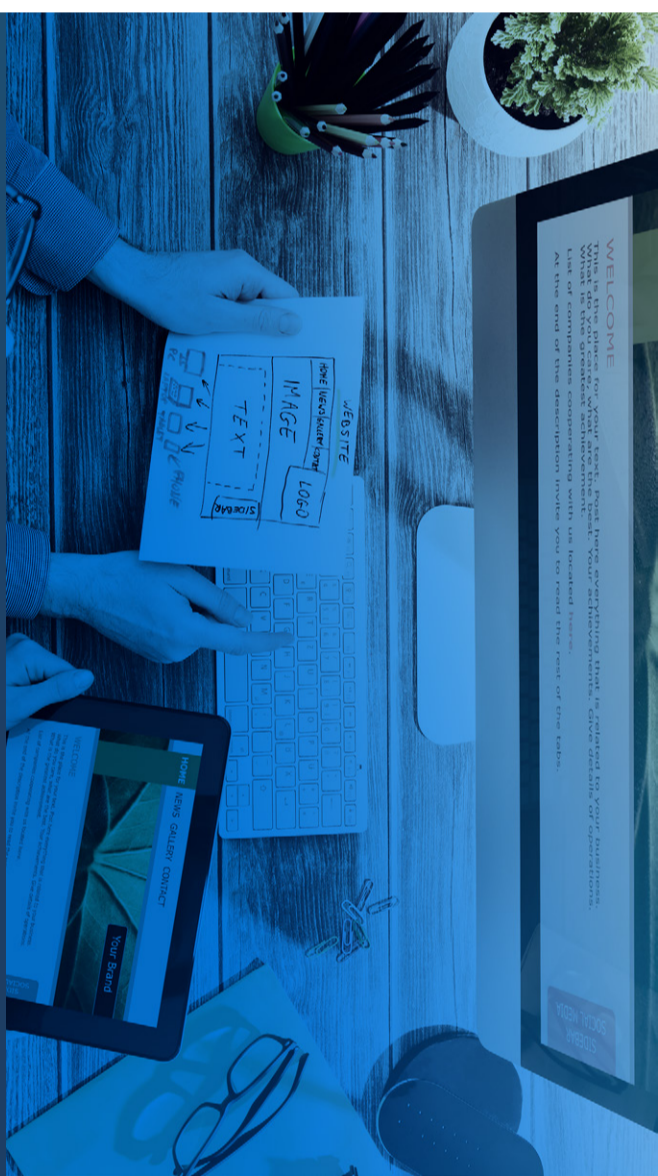
compartir y usar activos, audiencias, métricas y datos en todas las soluciones para brindar una experiencia más relevante y sin interrupciones para el visitante. Trabaja a través de estas soluciones y servicios básicos utilizando un enfoque coherente y desde una interfaz de usuario con un aspecto cohesivo y familiar.

# Adobe Target ofrece las siguientes capacidades de prueba y personalización.

### A/B Testing

Prueba diferentes versiones de ofertas, imágenes, diseño, copia o experiencias completas para concentrarte en lo que mejora las tasas de conversión.

- Para configurar una prueba A / B, simplemente ingresa la URL de la página para probar, y cuando la página se muestre en Visual Experience Composer, crea variaciones de prueba seleccionando e intercambiando, modificando o arrastrando y soltando contenido.
- Realiza la prueba a todos los visitantes, a una audiencia que defina, a una audiencia existente de Adobe Target o a una audiencia compartida en la nube de marketing. Incluso puedes activar Auto-Allocate para permitir que Target ofrezca una experiencia claramente ganadora a más visitantes antes de que finalice la prueba, o activar Auto-Target para que ofrezca automáticamente la mejor experiencia para cada visitante individual.
- Luego selecciona o especifica su métrica de éxito, usa la calculadora de tamaño de muestra incorporada para establecer el tamaño de muestra y luego inicia la prueba. Adobe Target te guiará en cada paso, por lo que no hay dudas sobre cómo hacerlo. Cuando finalices tu prueba, revisa tus resultados y dé la experiencia ganadora a toda la audiencia. Es decir, a menos que estés usando Auto-Target; si ese es el caso, has estado sirviendo la experiencia ganadora a cada visitante todo el tiempo.



### Prueba multivariable

En ocasiones, necesitas identificar las mejores opciones para varios elementos en una sola prueba, por ejemplo, titulares diferentes, imágenes de fondo y, el copy y colores de un call to action. Nuestro enfoque factorial completo de pruebas multivariadas (MVT) con Adobe Target te indica qué combinación funciona mejor y cuánto contribuyó cada elemento a la experiencia ganadora.

Utiliza esa información para enfocar las pruebas A / B en el ajuste preciso de esos elementos para tasas de conversión aún más altas. Para configurar una actividad MVT, simplemente agrega las variaciones de los elementos que deseas probar, y Adobe Target genera automáticamente las experiencias de prueba. Incluso puedes excluir experiencias que no tienen sentido, como un banner que ofrece un 50% de descuento en el envío con una copia de llamada a la acción que dice "Obtener envío gratis".



### Recomendaciones

Las recomendaciones de Adobe Target ahorran tiempo a las empresas, al tiempo que brindan contenido más relevante a los visitantes del sitio utilizando algoritmos de personalización que muestran los productos y servicios de ventas cruzadas y ventas adicionales recomendadas. Aunque tradicionalmente las empresas minoristas utilizan, otros tipos de empresas han comenzado a utilizar estas tácticas para destacar contenido relevante de todo tipo, por ejemplo, películas, libros y artículos para empresas basadas en medios, pero también publicaciones de soporte al cliente, descargas de controladores de hardware, libros blancos y otro contenido para compañías de tecnología o equipos de atención al cliente. Las recomendaciones con Adobe Target proporcionan una guía incorporada por industria, numerosas plantillas para mostrar resultados y algoritmos altamente efectivos como los más populares, similitud de contenido y personas que vieron esto también visto para completar resultados con contenido que genera conversiones.



### Experience Targeting

Cuando estés seguro de que sabes qué contenido resuena en una audiencia determinada, puedes orientar ese contenido directamente mediante tácticas de personalización basadas en reglas. Configura una actividad de orientación por experiencia especificando la experiencia que se va a servir y las métricas de éxito de las que deseas realizar un seguimiento, y luego define o selecciona la audiencia a la que deseas ofrecer esa experiencia.



### Adobe Target para dispositivos móviles

A medida que aumente el porcentaje de visitantes y clientes que se trasladan a dispositivos móviles, amplía tu programa de optimización y personalización al dispositivo móvil. Puedes aplicar cualquier información y las capacidades de Adobe Target que utilizas para optimizar o personalizar tu sitio web de escritorio en tus sitios móviles y aplicaciones móviles. Prueba y orienta experiencias web móviles adaptables o receptivas utilizando el mismo Visual Experience Composer, los viewports móviles dentro de Visual Experience Composer te permiten previsualizar y ajustar las experiencias antes de iniciar una actividad.

Maximiza el valor de tus aplicaciones y usuarios de la aplicación. Unificar Adobe Analytics, Adobe Audience Manager y Adobe Target en una única implementación con Adobe Mobile SDK te permite usar Target para probar, adaptar y personalizar experiencias de aplicaciones móviles en función del comportamiento del usuario y el contexto del dispositivo.



### Personalización automatizada

Los algoritmos de personalización bien diseñados tienen más probabilidades de identificar la experiencia que resuena mejor con cada individuo que la orientación por experiencia, las pruebas A / B o MVT. La personalización automatizada en Adobe Target proporciona algoritmos líderes en la industria diseñados por nuestros científicos de datos para una amplia gama de casos de uso. Cuanto más aprende la máquina sobre los visitantes y las personas, más se perfecciona y puede ofrecer el mejor contenido para cada individuo. Descubre los puntos de datos más predictivos e influyentes en nuestros informes detallados para comenzar a descubrir información nueva y convincente de la audiencia de inmediato.