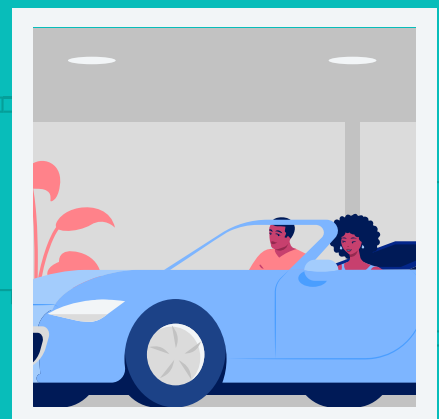


Experimente uma personalização mais inteligente

Alimentado por dados, desenvolvido pela Adobe e projetado e fornecido pela IBM



O gap de personalização

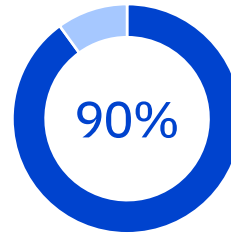
As empresas se esforçam para transformar os dados que possuem nas experiências que desejam fornecer para alimentar a lealdade, a confiança e o crescimento do cliente.

Um estudo global recente da Forrester Consulting encomendado pela IBM avaliou as estratégias de personalização das empresas e as percepções dos consumidores. O estudo pintou duas imagens diferentes da experiência de personalização: empresas acreditando que estão indo bem e consumidores sentindo que falta algo. 90% das empresas disseram que a personalização é fundamental para sua estratégia de negócios. No entanto, apenas 39% dos consumidores pesquisados relataram ter recebido comunicações de marca relevantes.¹

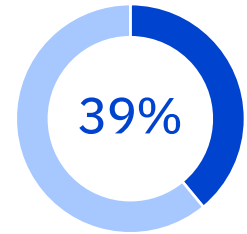
No entanto, mesmo com execução defeituosa, as organizações estão tendo sucesso, uma indicação de que o potencial é exponencial se feito da maneira certa. As empresas pesquisadas relataram ter visto melhorias em quase todas as métricas, incluindo pontuações líquidas do promotor (NPSs), tamanho médio do carrinho e frequência de pedido. E, além dessas melhorias, eles perceberam um aumento de 33% na fidelidade e envolvimento do cliente, um aumento de 6% na receita de vendas e uma redução de 11% nos custos de marketing.¹

O analista da Forrester Consulting, Brendan Witcher, comentou sobre a oportunidade de oferecer uma experiência diferenciada por meio da personalização: “É personalização apenas se você acertar. Caso contrário, é apenas marketing. Você não pode marcar a caixa de personalização, a menos que seja o certo para o seu consumidor”.

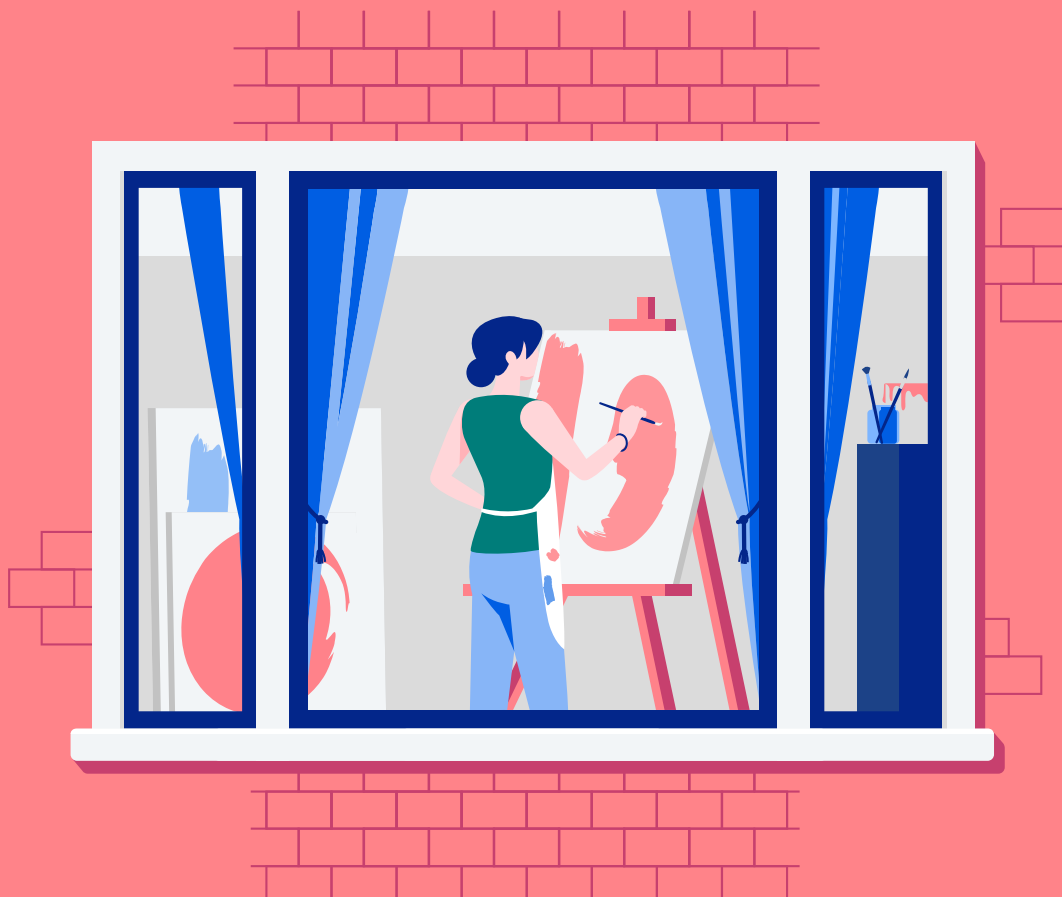
[Faça download do relatório completo da Forrester: Personalização desmistificada](#)



das empresas disseram que a personalização é fundamental para sua estratégia de negócios.¹



dos consumidores pesquisados relataram ter recebido comunicações relevantes da marca.¹

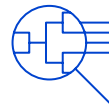


Obstáculos no caminho para a personalização

Superar barreiras à personalização requer transformação de seu pessoal, processos e plataformas.

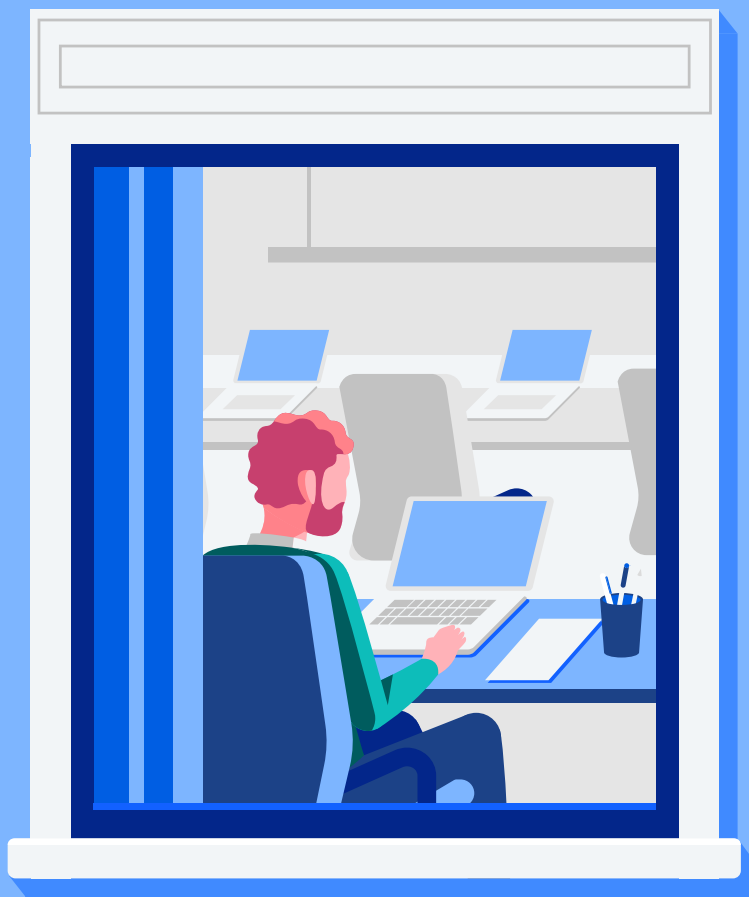
Profissionais de marketing há muito tempo imaginam uma era de experiências personalizadas. O desafio tem sido integrar a estratégia, ferramentas e processos certos para realizá-los.

a IBM e a Adobe ajudam as empresas a removerem esses obstáculos. Reunimos os elementos essenciais para personalização de dados e análises, design de negócios e soluções Adobe, incluindo a Adobe Experience Platform para ajudar a impulsionar o sucesso do cliente.



“A estratégia de personalização de uma empresa abrange sua estratégia de experiência do cliente (qual ponto de contato, como você vai interagir com os clientes em potencial ao longo do ciclo de vida), sua estratégia de análise (o que você precisa criar para oferecer suporte a esses pontos de contato) e sua estratégia de dados. Todos precisam estar conectados”.

— Rich Masi, parceiro, MarTech Integration and Cognitive Analytics, IBM



Três principais pilares da personalização

1. Dados – o combustível

Embora as empresas não tenham escassez de dados, suas estratégias de personalização muitas vezes ficam aquém de converter esses dados em percepções acionáveis. Cada ponto de dados representa uma pessoa. Uma estratégia de personalização de sucesso começa com as ações, necessidades e desejos das pessoas. Termina transformando dados e códigos em experiências que mostram compreensão e empatia.

Especialistas em dados e análise da IBM ajudam a liberar insights de seus dados. Esses insights permitem uma melhor tomada de decisão e ajudam a antecipar as necessidades do cliente.

2. A plataforma certa

Uma plataforma de dados do cliente é a base para personalização. Seu banco de dados integrado e recursos de aprendizado de máquina (ML) oferecem personalização sempre ativa em escala. Usar uma plataforma de dados do cliente devidamente configurada combina fontes de dados diferentes para dar às empresas o que elas precisam para gerar percepções do cliente e obter resultados ideais.

Adobe Experience Platform é uma plataforma aberta e inteligente que reúne muitos fluxos de dados para uma visão em 360 graus de seu cliente. Esse recurso ajuda a garantir a entrega da oferta certa para a pessoa certa e no momento certo usando a comunicação certa.

3. Design e entrega baseados na experiência

Com o combustível e uma base para personalização em tempo real no local, você precisa de uma parceria para projetar e entregar experiências que criem valor e diferenciação para o seu negócio, aproveitando ambos. IBM iX não é apenas um facilitador ou uma empresa que executa.

O design de negócios é uma abordagem centrada no ser humano e orientada para os resultados, a fim de oferecer experiências significativas para clientes, equipes de funcionários e parceiros de negócios. IBM iX, o braço de consultoria do design de negócios da IBM, tem a experiência de estrategistas, designers, equipe de desenvolvimento e arquitetos de dados necessários. Com especialistas em 60 estúdios globais, fazemos parceria com clientes para reimaginar seus negócios. Fornecemos experiências futuras ao cliente - com velocidade e em escala.

Como a IBM e a Adobe oferecem personalização em tempo real



- Design de negócios**
Uma abordagem centrada no ser humano e voltada para resultados a fim de fornecer experiências significativas para os clientes
- Dados e analítica**
Libere insights de seus dados para melhorar a tomada de decisões e se antecipar às necessidades
- Adobe Experience Platform**
Uma plataforma de dados do cliente aberta e inteligente que oferece uma visão em 360 graus do seu cliente

Investigue o futuro da compra de mantimentos



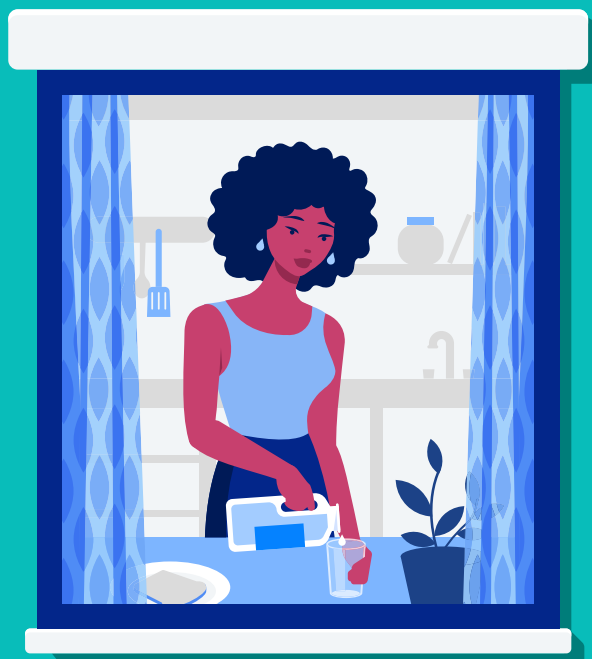
O dono da mercearia que você frequenta sabe quem você é, o que você precisa e quando você precisa?



Conheça a Zoe: uma mãe ocupada e trabalhadora que percebe que precisa de mantimentos para um feriado prolongado.

A experiência personalizada dela: o dono da mercearia que Zoe faz suas compras se antecipa às necessidades dela com base em seu histórico de compras, preferências e tempo com o próximo fim de semana de três dias. O dono da mercearia envia a Zoe um alerta, solicitando que ela verifique seu app da mercearia, onde seu carrinho está cheio de tudo que ela precisa, e até mesmo algumas receitas e guloseimas de que ela pode gostar. Ela confirma o conteúdo do carrinho e organiza a entrega com um clique, poupando uma ida à mercearia. Bônus adicional: o dono da mercearia oferece a ela ingressos para um festival de vinho local e um cupom para seu pinot noir favorito.

Como fizemos isso: as transações de Zoe, tanto na loja quanto on-line, foram capturadas e armazenadas em um data lake que alimenta a Adobe Experience Platform para construir seu perfil em tempo real, que também inclui preferências de compra. Como uma compradora fiel, o dono da mercearia tem os dados de que precisa para ajudar Zoe a montar o seu carrinho de compras. E, ao usar segmentos na Adobe Experience Platform, outras ofertas relevantes podem ser estendidas a ela, como ingressos para o festival do vinho e um cupom para seu vinho favorito.



Explore o futuro do sistema bancário



Quando um banco se torna um parceiro de confiança para os principais marcos da vida?



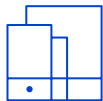
Conheça a Sarah: uma mulher que está à procura de uma casa de dois quartos na cidade.

A experiência personalizada dela: Enquanto navega na lista de casas à venda, Sarah recebe um anúncio direcionado que diz “Você está pensando em dar o primeiro passo na jornada da casa própria? Veja quanto você pode pegar emprestado! Ela insere suas informações na calculadora da hipoteca e é reconhecida como cliente de um banco existente. Seu banco informa que ela pode pagar uma casa de US\$ 400.000 e envia uma notificação sobre as casas que atendem aos critérios dela. Sarah faz um tour virtual por um imóvel e faz uma oferta que é aceita. Como agradecimento, o banco também envia notificações relevantes, como uma lista de verificação de mudanças, cotações de seguro e até um cupom de entrega para um restaurante local favorito.

Como fizemos isso: o banco de Sarah usa a Adobe Experience Platform para criar perfis para que seus clientes obtenham uma experiência melhor. Parte dessa integração inclui a ingestão de sites de corretores de imóveis. Depois que Sarah notifica o banco de que está procurando uma casa para comprar, o sistema agrega as informações fornecidas, como renda, endereço e o preço da casa que ela pode pagar. O sistema, então, compila uma lista de casas disponíveis na área. Depois de decidir comprar um imóvel, ela preenche o requerimento, que é posteriormente aprovado. Essas informações são enviadas de volta à Adobe Experience Platform para preencher seu perfil e categorizar suas informações em segmentos de clientes, como proprietários de primeira viagem, pessoas que moram na Cidade X e assim por diante. Esses segmentos ajudarão a selecionar notificações que são enviadas por meio da Adobe Campaign, como parceria com o serviço de entrega de comida.



Explore o futuro da telecomunicação



Os planos familiares de telefone permitem que você economize dinheiro, mas eles dão a todos o que precisam?



Conheça o Jed: Um pai que quer atualizar o plano de telefone da filha antes de seu mochilão pela Europa.

A experiência personalizada dele: Jed faz login em sua conta de telefone e é avisado por uma opção de notificação para adicionar linhas internacionais, bem como benefícios de atualização significativos. Esse prompt oportuno economizou dinheiro e tempo de Jed e também proporcionou benefícios adicionais de segurança. Após a atualização, Jed recebeu uma notificação push sobre a criação de uma conta para sua filha e o envio das contas diretamente para ele.

Como fizemos isso: usando modelagem preditiva, com base em dados armazenados no data lake da operadora, podemos antecipar que tipo de necessidades uma pessoa em cada faixa etária pode enfrentar e fazer recomendações sobre como melhor atender o cliente. Jed sabe que uma mudança precisará ser feita no telefone de sua filha, e sua operadora usa modelagem para determinar que a atualização para o pacote premium não apenas economizará mais dinheiro, mas será a opção mais segura. A Adobe Campaign enviará mensagens pertinentes a ele.



A parceria ideal para personalização

A IBM e a Adobe oferecem personalização, combinando design, dados, IA e experiência em nuvem da IBM com os laços da Adobe com o CMO e reputação como a plataforma para experiência do cliente.

Em conjunto com a Red Hat, capacitamos as empresas a fornecer experiências ao cliente de maneira flexível em toda a jornada do cliente, essencialmente em qualquer ambiente de nuvem híbrida. Elementos desta oferta estratégica incluem:

Nuvem híbrida

O Adobe Experience Manager (AEM), parte do Adobe Experience Cloud, será certificado e entregue usando o software Red Hat OpenShift. Esta oferta dá aos clientes a flexibilidade de hospedar, acessar e usar os dados do cliente no ambiente de sua escolha, incluindo no local e em várias nuvens públicas.

Segurança e conformidade

O IBM Cloud for Financial Services estenderá o AEM para profissionais de serviços financeiros para ajudá-los a atender aos mais altos requisitos de segurança e conformidade regulatória ao fornecer experiências personalizadas para seus clientes. Esta solução também é altamente relevante para organizações em outros setores regulamentados, como governo e saúde.

Experiência do cliente

O IBM iX fornece serviços no Adobe Creative Cloud, Adobe Experience Cloud e Adobe Document Cloud. Com base em sua associação de mais de 20 anos com a Adobe, o IBM iX acelera como as empresas usam dados para projetar, implementar e escalar experiências personalizadas do cliente.



“Quando você combina a profunda experiência em design e indústria da IBM, recursos de implementação de tecnologia e relacionamentos confiáveis com CIOs, com os laços profundos da Adobe com o CMO e força em todos os pontos de contato da experiência personalizada do cliente, você tem todos os ingredientes certos para o sucesso do cliente”.

— Judith Hammerman, líder de vendas das Américas,
Adobe Experience Platform

Dicas para começar a usar



Faça um inventário de sua tecnologia.

O que está em sua solução?



Considere os resultados comerciais.

O que você deseja alcançar?



Crie um blueprint.

Priorize seus investimentos mais valiosos



Comece com um caso de uso e acerte.

Construa sobre essa base, dimensione e repita.

Pronto para avançar em sua jornada de personalização com a Adobe e a IBM?

Ligue hoje para o seu representante IBM ou solicite uma consulta visitando ibm.com/services/adobe-services.

Saiba mais





IBM Brasil Ltda
Rua Tutóia, 1157
CEP 04007-900
São Paulo - SP

A página inicial da IBM pode ser localizada em:
ibm.com

IBM, o logotipo IBM, IBM Cloud, IBM iX e IBM Services são marcas comerciais ou marcas registradas da International Business Machines Corporation, nos Estados Unidos e/ou outros países. Outros nomes de produtos e de serviços podem ser marcas registradas da IBM ou de outras empresas. Uma lista atual de marcas registradas da IBM está disponível em [ibm.com/trademark](https://www.ibm.com/trademark).

Red Hat e OpenShift são marcas comerciais ou marcas registradas da Red Hat, Inc. ou de suas subsidiárias nos Estados Unidos e em outros países.

Adobe e o logotipo da Adobe são marcas registradas ou marcas comerciais da Adobe Systems Incorporated nos Estados Unidos e/ou em outros países.

Este documento estava atualizado na data de publicação inicial e pode ser alterado pela IBM a qualquer momento. Nem todas as ofertas estão disponíveis em todos os países onde a IBM opera.

É responsabilidade do usuário avaliar e verificar a operação de outros produtos ou programas com produtos e programas IBM. AS INFORMAÇÕES NESTE DOCUMENTO SÃO OFERECIDAS NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRAM ("AS IS") SEM QUALQUER GARANTIA, EXPLÍCITA OU IMPLÍCITA, INCLUINDO SEM QUAISQUER GARANTIAS DE COMERCIALIZAÇÃO, ADEQUAÇÃO A UM PROPÓSITO ESPECIAL E QUALQUER GARANTIA OU CONDIÇÃO DE NÃO VIOLAÇÃO. Os produtos da IBM têm garantia conforme os termos e condições dos contratos sob os quais são oferecidos.

Declaração de Boas Práticas de Segurança: a segurança do sistema de TI envolve a proteção dos sistemas e informações através da prevenção, detecção e resposta ao acesso indevido de dentro e de fora de sua empresa. O acesso incorreto pode resultar em alteração, destruição, desapropriação e mau uso de informações ou pode resultar em danos ou mau uso de seus sistemas, incluindo ataques a outras pessoas. Nenhum sistema ou produto de TI deve ser considerado completamente seguro e nenhuma medida exclusiva de produto, serviço ou segurança pode ser completamente efetiva na prevenção de uso ou acesso incorreto. Os sistemas, produtos e serviços IBM foram projetados para fazer parte de uma abordagem de segurança legítima e abrangente, a qual necessariamente envolve procedimentos operacionais adicionais e pode exigir que outros sistemas, produtos ou serviços sejam mais efetivos. A IBM NÃO GARANTE QUE TODOS OS SISTEMAS, PRODUTOS OU SERVIÇOS ESTEJAM LIVRES DE, OU QUE TORNARÃO A SUA EMPRESA LIVRE DE CONDUTA MALICIOSA OU ILEGAL DE QUALQUER PARTE.

A Adobe Experience Platform não é um produto ou oferta IBM. A Adobe Experience Platform é vendida ou licenciada, conforme o caso, para usuários de acordo com os termos e condições da Adobe, fornecidos com o produto ou oferta. A disponibilidade e todas as garantias, serviços e suporte para a Adobe Experience Platform são de responsabilidade direta e são fornecidos diretamente aos usuários pela Adobe.

O cliente é responsável por garantir a conformidade com as leis e regulamentações aplicáveis. A IBM não fornece conselhos jurídicos e não declara ou garante que seus serviços ou produtos irão assegurar que o cliente está em conformidade com qualquer lei ou regulamento.

© Copyright IBM Corporation 2021

1 "Personalization Demystified: Enchant Your Customers By Going From Good To Great", Forrester Consulting, fevereiro de 2020

R940MADP_42036642BRPT-01