

Para profissionais de marketing

Manual de personalização

Casos de uso para
engajamento omnicanal com IA

Segunda Edição

SAP





Grandes ideias, resultados reais, sem trivialidades

A personalização hoje pode parecer uma corrida interminável. Quando você pensa que descobriu a fórmula para engajar seus clientes, as expectativas deles mudam. Hoje, os agentes de IA estão impulsionando a descoberta de produtos e influenciando as decisões de compra, e as marcas que têm dificuldade em agir em tempo real correm o risco de perder terreno. Os profissionais de marketing em todo o mundo lidam com um cenário em rápida evolução, mas **78% das marcas não conseguem, na prática, implementar a otimização por IA em tempo real nas campanhas do dia a dia** ([Índice de engajamento global, 2026](#)).

Líder em mecanismos de personalização sete vezes seguidas segundo o Gartner® Magic Quadrant™

Obtenha o relatório

Eles precisam de resultados que não apenas fiquem bonitos em um painel, mas que gerem resultados comerciais reais.

É aí que entra o nosso Manual de personalização para profissionais de marketing. Ele foi projetado para ser tão acionável quanto inspirador, aproveitando cenários reais de nossos clientes mais bem-sucedidos. Pense nele como seu parceiro para enfrentar aqueles desafios do dia-a-dia, oferecendo a vocês tanto novas ideias como orientações claras e detalhadas para implementá-las.

Precisa criar uma campanha para reengajar clientes inativos? Está aqui. Está tentando criar uma experiência omnicanal perfeita que seja simples para seus clientes? Temos o que você precisa.

Esse Manual mostra como pegar uma ideia, transformá-la em uma estratégia e colocá-la em prática.



Michael Jonas, diretor de fidelização do cliente, SAP

Iniciante

Um caso de uso ideal para profissionais de marketing que entendem os fundamentos e aproveitam os canais de automação de marketing de nível inicial, como o e-mail.

Avançado

Um caso de uso ideal para profissionais de marketing com expertise em execução estratégica multicanal de automações usando insights baseados em dados.

Especialista

Um caso de uso ideal para profissionais de marketing que dominaram as campanhas omnicanal conectadas e inovam com novos canais e táticas populares.

Sumário

Encontre sua estratégia conforme o desafio comercial:

- 6 Expandir seu banco de dados
- 20 Impulsionar o engajamento do cliente
- 38 Aumentar a retenção de clientes

Encontre sua estratégia por caso de uso:

- 8 Incentivar os clientes com assinatura cancelada a assinar novamente
- 12 Criar uma experiência de inscrição omnicanal progressiva
- 16 Transformar visitantes anônimos em leads mais rapidamente
- 22 Lançar um novo produto
- 26 Entregar mensagens urgentes quando um produto estiver de volta ao estoque
- 30 Acionar campanhas baseadas no clima
- 34 Melhorar a experiência de checkout com Mobile Wallet
- 40 Converter compradores de carrinhos abandonados com dados ERP conectados
- 44 Reativar membros inativos do programa de fidelidade
- 48 Direcionar os compradores potenciais das lojas digitais para as lojas físicas na primeira compra

Expandir seu banco de dados



Incentivar os clientes com assinatura cancelada a assinar novamente

Caso de uso:

Durante as temporadas de picos de vendas, aproveitar o tráfego intenso de clientes novos e antigos, incentivando-os a assinar sua campanha de e-mail e maximizar seus dados primários.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo | Esportes e entretenimento

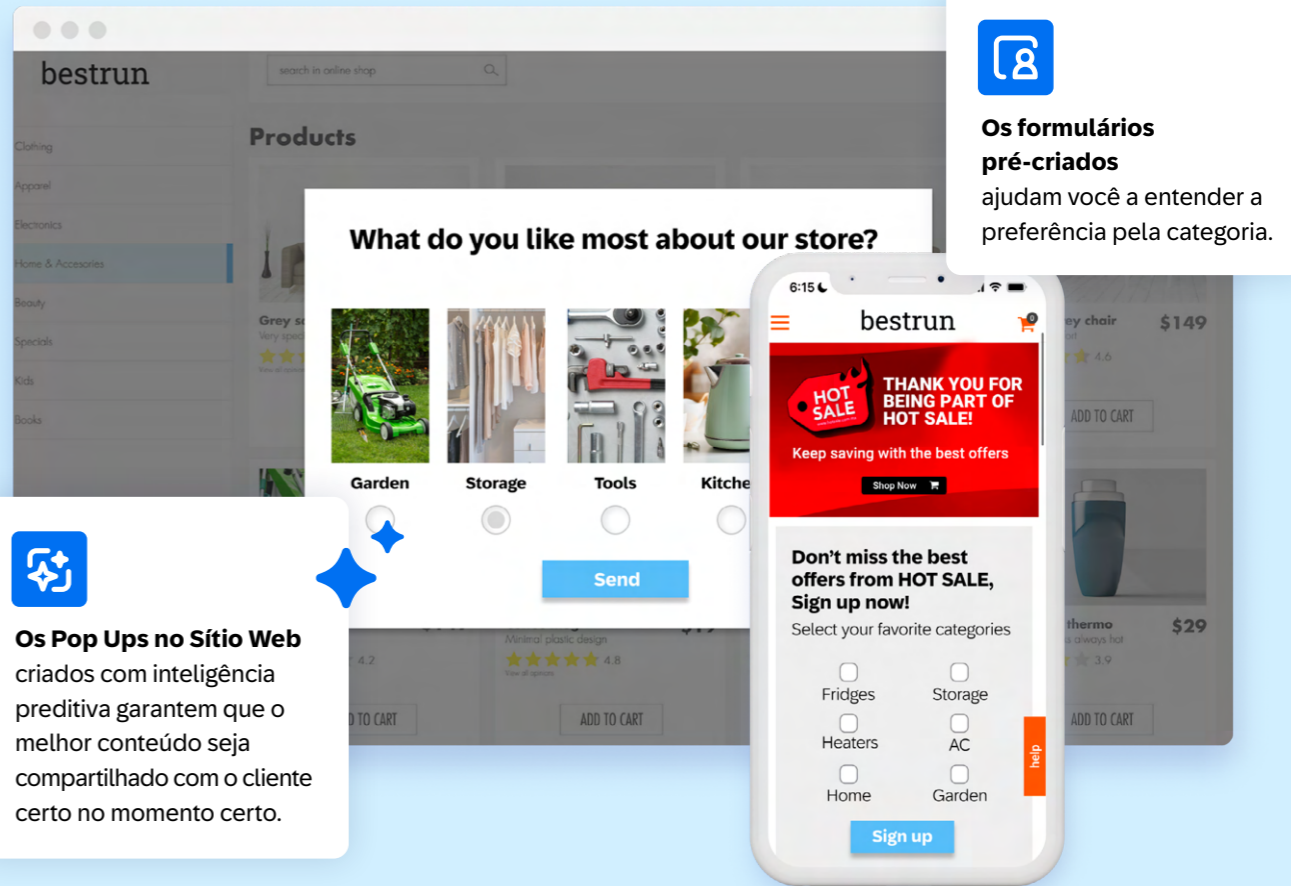
“ Na página de destino da temporada de Hot Sales, perguntamos [aos clientes] mediante um formulário de inscrição, em qual categoria você está interessado? E então armazenamos isso em um banco de dados e enviamos essas informações por meio de uma automação no primeiro dia do evento. ”



Mauricio Gonzalez, Online Experience Manager, The Home Depot

O que medir:

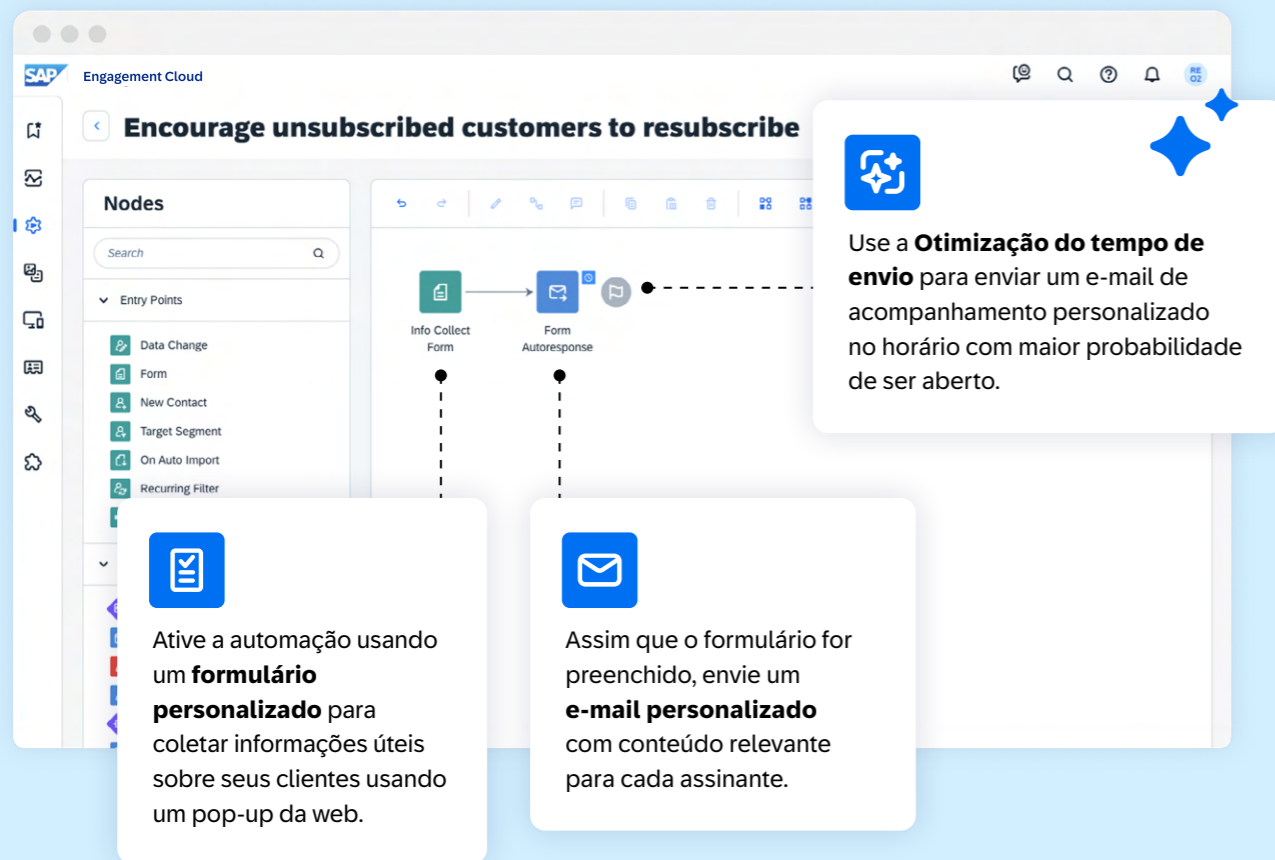
- Base de clientes ativos
- Recadastramento por e-mail
- Receita gerada com o recadastramento por e-mail



Os formulários pré-criados ajudam você a entender a preferência pela categoria.



Os Pop Ups no Sítio Web criados com inteligência preditiva garantem que o melhor conteúdo seja compartilhado com o cliente certo no momento certo.



Ative a automação usando um formulário personalizado para coletar informações úteis sobre seus clientes usando um pop-up da web.

Assim que o formulário for preenchido, envie um **e-mail personalizado** com conteúdo relevante para cada assinante.

Use a **Otimização do tempo de envio** para enviar um e-mail de acompanhamento personalizado no horário com maior probabilidade de ser aberto.

Iniciante

Incentivar os clientes com assinatura cancelada a assinar novamente

Canais incluídos

- Canal Web
- E-mail

Solução

- Segmente os clientes em seu banco de dados que atualmente estão descadastrados ou não foram identificados. Estes são clientes potenciais de alto valor.
- Crie um formulário de pop-up para o canal web, pedindo aos clientes que se cadastrem novamente, mostrando o valor que irão receber, incluindo transparência de dados.
- Lembre-se: é importante definir o nó de valor usado para atualizar o campo de cadastramento como True.
- Após aceitar, envie um e-mail de acompanhamento automatizado com recomendações de produtos e conteúdo personalizados com base em suas preferências.

Recursos opcionais




- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Orientação estratégica sobre design de páginas de destino, concepção e criação de overlays em sites e mensagens no aplicativo, personalização de campanhas e ESL (Emarsys Scripting Language), além da criação de casos de uso e automações

Criar uma experiência de inscrição omnicanal progressiva

Caso de uso:

Reunir dados em etapas, em vez de sobrecarregar os possíveis clientes com formulários longos. Crie perfis detalhados de clientes para enriquecê-los ainda mais com o contexto comercial em tempo real, possibilitando experiências personalizadas para os clientes.

O que medir:

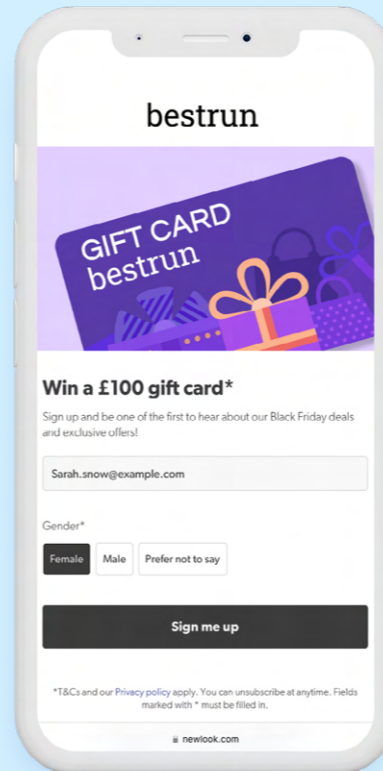
-  Primeira compra
-  Rotatividade de clientes
-  Receita de clientes ativos

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo | Esportes e entretenimento

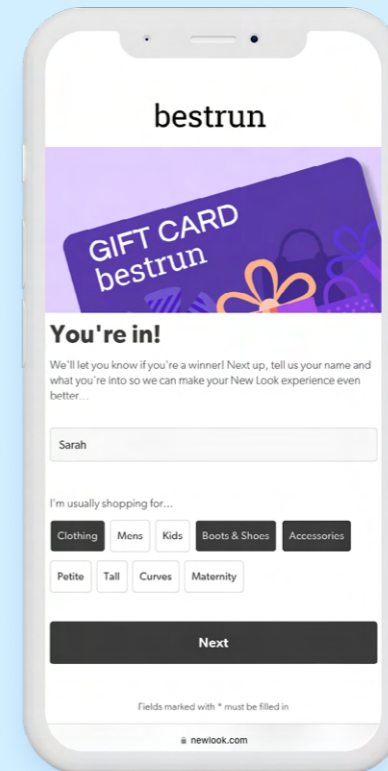
“O SAP Engagement Cloud realmente se tornou o centro da forma como orquestramos a conversa com nossos clientes para proporcionar uma experiência mais gratificante. E o mais importante é que temos um entendimento do nosso cliente mais profundo do que nunca. Estamos usando as interações que os clientes tem com nossa marca e os produtos nos quais demonstram interesse para conversar com eles.”



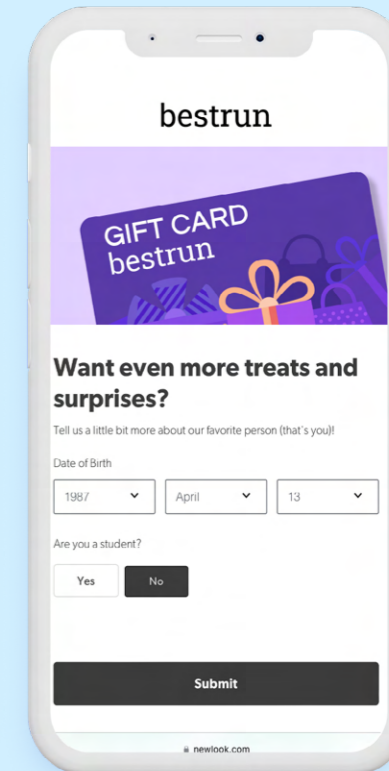
Ellise Jones, Group Head of Loyalty, Total Tools



Capture o essencial



Entenda o consumidor



Enriqueça a experiência



Avançado

Criar uma experiência de inscrição omnicanal progressiva

Canais incluídos

- Canal Web
- E-mail
- Anúncios digitais

Solução

- O nó de entrada é uma compra feita que aciona um acompanhamento de e-mail, anúncio digital e mensagem de canal da web que pergunta sobre as categorias preferidas.
- Após uma semana, é acionada uma automação em todos os canais que faz perguntas para capturar o interesse.
- Use o e-mail e o canal web para capturar a assinatura aos SMS para alcançar clientes em trânsito.
- Permita que os anúncios digitais se adaptem dinamicamente em tempo real com o Google BigQuery e a IA, utilizando dados em tempo real do ERP para se alinharem à intenção do público e ao contexto regional.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Orientação estratégica colaborativa para perfilar casos de uso, projetar e construir formulários omnicanal e blocos de modelos, orientação técnica sobre API externas e requisitos de Dados Relacionais, personalização e ESL

Transformar visitantes anônimos em leads mais rapidamente

Caso de uso:

Incentivar visitantes anônimos do site a fornecerem seus e-mails para que o marketing possa direcionar esses leads de forma mais eficiente e os representantes de vendas possam fazer um acompanhamento rápido.

Serviços | Produtos de consumo

“ Com todos os dados que coletamos sobre as atividades dos nossos clientes e que repassamos para a equipe de campo, é muito importante que tenhamos sistemas capazes de se expandir de forma eficiente. Para atender nossos clientes com precisão e pontualidade todos os dias, precisávamos de uma plataforma integrada, e foi por isso que escolhemos a SAP. ”



Matt Hough, diretor de informação, Cintas

O que medir:

- Taxa de cliques
- Cadastros a partir do formulário de contato
- Conversão

The image shows a sequence of three overlapping screenshots from the BestRun website. The background screenshot shows the homepage with the headline "Your Business. Your Experience" and a "Product" section. The middle screenshot shows a contact form with fields for "Name" and "Surname", a "SUBMIT" button, and the text "Share a few details about yourself so we can deliver a tailored customer experience." The foreground screenshot shows a personalized welcome message: "We're glad you're here. Account #432455. Welcome to BESTRun! Watch on mobile or browser. bestrun Solutions Industries About Contact us. Welcome **name** ! My name is John Doe and I'm here to support you for all your purchasing needs. Please find your my BestRun portal login details below."

Conecte seu formulário de **Fale Conosco** com uma **Automação de Boas-Vindas** para reduzir o tempo de resposta do setor de vendas.

Avançado

Transformar visitantes anônimos em leads mais rapidamente

Canais incluídos

- Canal Webl
- E-mail
- Anúncios digitais

Solução

- Direcione visitantes anônimos com sobreposições no canal web para coletar e-mails.
- Acionar uma campanha de boas-vindas automatizada após o envio do formulário para um acompanhamento imediato.
- Segmente leads com base nas informações preenchidas nos formulários e no comportamento no site e comece a construir uma visão abrangente do cliente potencial.

- Acione uma ligação de acompanhamento do setor de vendas para dar mais apoio ao cliente na hora da compra.
- Personalize anúncios digitais para redirecionar os leads para conteúdos relevantes aos seus interesses.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Colaboração estratégica para projetar e construir campanhas de automação omnicanal de boas-vindas, design e criação de overlays de sites, orientações de segmentação

Simplifique a integração e reduza a duplicação de dados com um modelo de **banco de dados relacional para automações acionadas sem interrupções.**

Combine marketing e vendas para **personalizar a jornada em tempo real e converter leads mais rapidamente.**



Impulsionar o engajamento do cliente



Lançar um novo produto ou oferta

Caso de uso:

Apresentar um novo produto aos clientes existentes para gerar empolgação sobre a marca e o novo produto com foco em atender os clientes em seus canais preferidos.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo | Esportes e entretenimento

O que medir:

- 👤 Conversão e retenção
- 📱 Adoção do produto
- 👥 Aumento do público

“Visando o marketing do ciclo de vida, buscamos proporcionar experiências personalizadas para elevar a taxa de conversão, desenvolver estratégias de segmentação para melhorar a retenção e a conversão, implementar gatilhos de automação para cultivar clientes atuais e futuros, educar o nosso público existente e identificar as necessidades dos clientes para esta nova linha de produtos.”



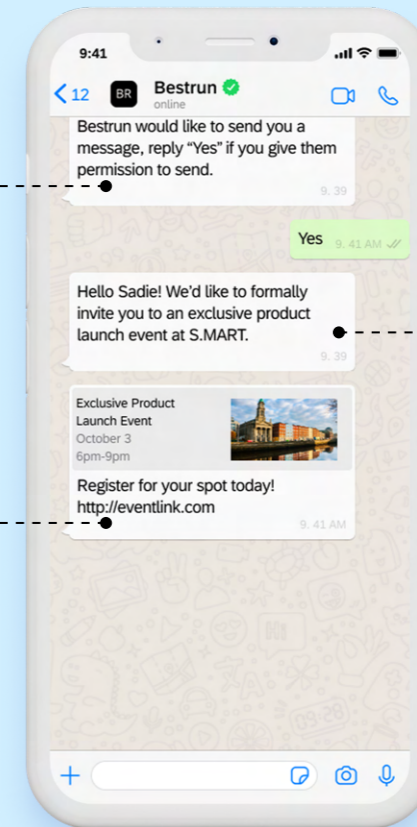
Lyla Holt, Global Digital Marketing Manager, Consumer Care, John Frieda



A **segmentação baseada em IA** permite que você vise seus segmentos de maior valor, identificando sobreposições na preferência dos clientes por produtos semelhantes.



Automatize as **mensagens do WhatsApp** para oferecer experiências personalizadas.



Obtenha o consentimento e desbloqueie um novo canal de receita para engajar seus clientes.



Avançado

Lançar um novo produto ou oferta

Canais incluídos

- E-mail
- Canais de conversação

Solução

- Use a IA para criar um segmento com o público-alvo mais interessado em sua nova oferta.
- Aproveite a pontuação de engajamento por canal impulsionada por IA para segmentar os públicos mais propensos a interagir em um determinado canal, permitindo que você otimize os gastos e o ROI.
- Crie tokens de personalização e blocos de conteúdo que pode reutilizar em vários canais e campanhas.
- Use a otimização de tempo de envio para entregar mensagens no momento certo.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Orientação estratégica para segmentação, design e construção criativos, personalização e ESL






Avançado

Entregar mensagens urgentes quando um produto estiver de volta ao estoque

Caso de uso:

Informe os clientes sobre produtos populares, bilhetes e ofertas que estão novamente em estoque, para impulsionar as vendas imediatas e aumentar o engajamento. Aproveite canais como SMS, que podem atender seus clientes em trânsito nos momentos mais importantes.

O que medir:

-  Taxa de cliques em SMS
-  Adoção do produto
-  Assinaturas por SMS

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo

“Quando você passa de um número de 16 dígitos em um ERP para uma pessoa identificada, com atributos comportamentais e todo o histórico de suas interações digitais, como ela interagiu com você e como você se comunicou com ela, então você pode começar a construir um perfil verdadeiramente centrado no indivíduo.”



Aaron Bradley, vice-presidente de tecnologia e inovação GTM, Wella Company



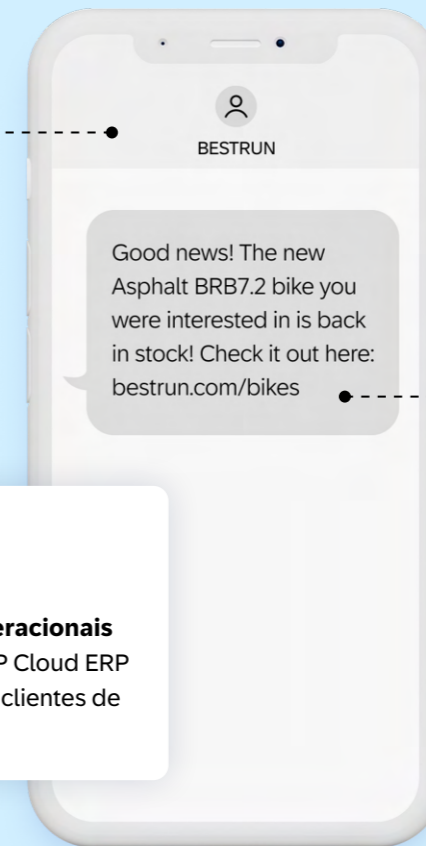
Obtenha o consentimento e desbloqueie um novo canal de receita para engajar seus clientes.



Conecte os dados operacionais e dos clientes com SAP Cloud ERP para interagir com seus clientes de forma mais significativa.



Personalize sua mensagem SMS incluindo o nome do produto de volta ao estoque, bem como um link direto para explorar.



Avançado

Entregar mensagens urgentes quando um produto estiver de volta ao estoque

Canais incluídos

- E-mail
- SMS

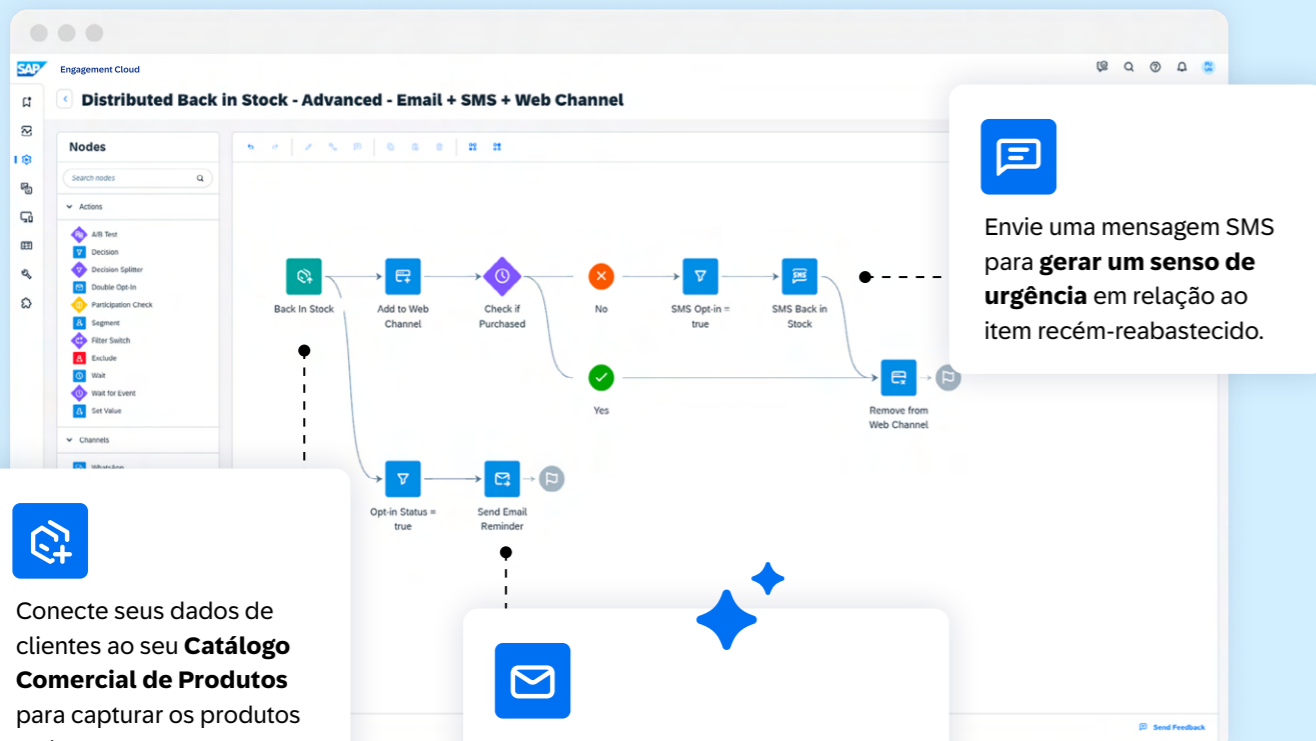
Solução

- Verifique diariamente se há atualizações em seu catálogo de produtos e especifique as alterações de estoque para acionar essa automação.
- Segmente seu público com base no comportamento de visualização de produtos nos últimos 5 dias.
- Certifique-se de excluir contatos que concluíram a compra nos últimos 5 dias.

- Conecte seus dados de interação com o cliente ao SAP Commerce Cloud Commerce Connector, conexão via API, Customer Data Cloud e SAP Cloud ERP para obter informações operacionais e sobre remessas em tempo real, a fim de enviar mensagens SMS oportunas e personalizadas para aqueles que optaram por recebê-las.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Criação e redação de SMS, personalização e ESL, mensagens transacionais, criação de casos de uso e automações



Conecte seus dados de clientes ao seu **Catálogo Comercial de Produtos** para capturar os produtos mais recentes em estoque.



Informe aos clientes que um item está novamente em estoque e ofereça **recomendações de produtos**.




Acionar campanhas baseadas no clima

Caso de uso:

Use gatilhos baseados no clima para enviar campanhas de e-mail oportunas e personalizadas, visando uma promoção hiperdirecionada.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo

O que medir:

-  Taxa de cliques no link
-  Taxa de conversão
-  Compras

“Uma vez medido o impacto do tempo, ele pode ser gerenciado. A análise climática combina dados meteorológicos com outros conjuntos de dados e recorre à IA para prever tendências ou padrões, como impactos sazonais, ou gerar insights úteis, por exemplo, prevendo como uma onda de calor pode afetar o comportamento do consumidor.”



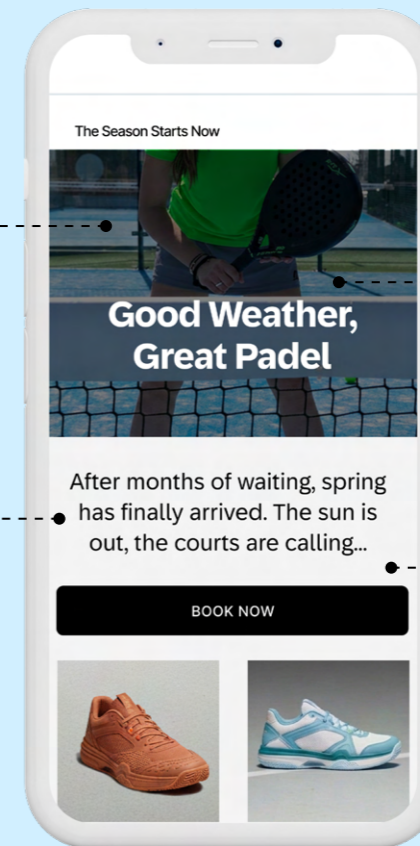
Evan Gold, EVP of Global Partnerships and Alliances, Planalytics



Os **dados meteorológicos em tempo real** acionam campanhas localizadas.



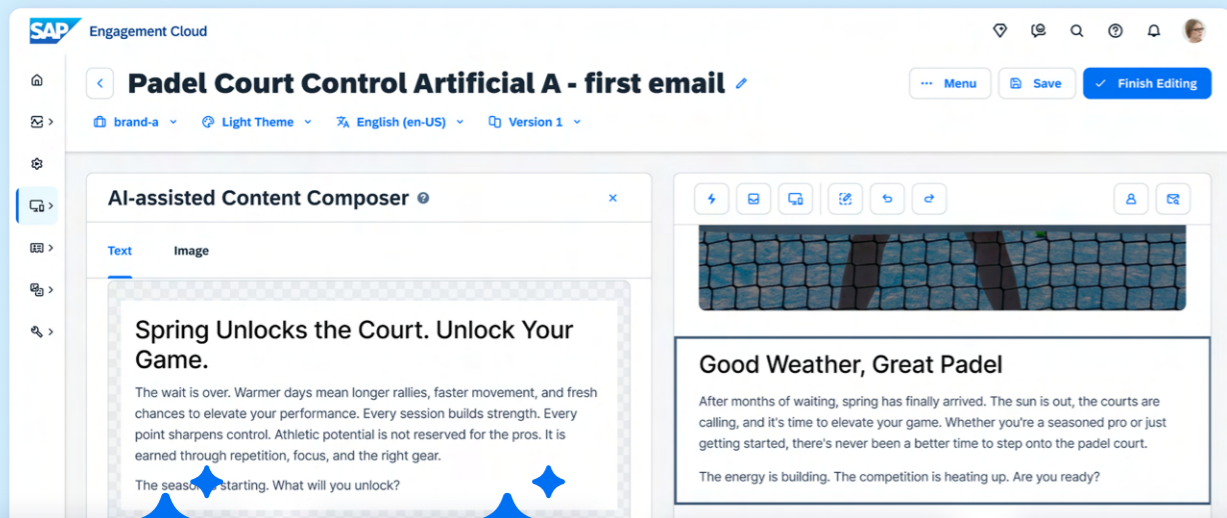
As **mensagens multicanal automatizadas** com ofertas personalizadas de produtos estão vinculadas às condições meteorológicas.



Os **dados relacionais** segmentam o público por região ou condição.



Os **agentes de IA do Google** puxam dados meteorológicos em tempo real e, quando as temperaturas ultrapassam o limite definido, a campanha é acionada automaticamente.



Use um **agente de IA do Google para agregar dados meteorológicos** por meio de um conector API.



Segmente o público por região, previsão ou condições com o **Gerador de Segmentos com IA.**



Crie campanhas baseadas no tempo com o **compositor de conteúdo com IA.**



Avalie o aumento e o **engajamento das vendas** por cenário climático.

Avançado

Acionar campanhas baseadas no clima

Canais incluídos

- E-mail

Solução

- Use agentes de IA do Google para importar dados meteorológicos em tempo real por meio da API para os dados relacionais.
- Acione automações baseadas em condições como temperatura, duração do sol e desvios em relação às médias de longo prazo.
- Envie campanhas de e-mail direcionadas apenas quando as condições forem atendidas, garantindo relevância e aumentando a probabilidade de compra.
- Personalize as mensagens para destacar os benefícios do seu produto sob as condições climáticas atuais, maximizando cliques e conversões.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Orientação técnica sobre API externas, colaboração estratégica na concepção e desenvolvimento de casos de uso, personalização e ESL

Especialista

Melhorar a experiência de checkout com Mobile Wallet

Caso de uso:

Simplifique a identificação dos clientes e agilize o checkout identificando programas de fidelidade para consumidores e vouchers digitais.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo

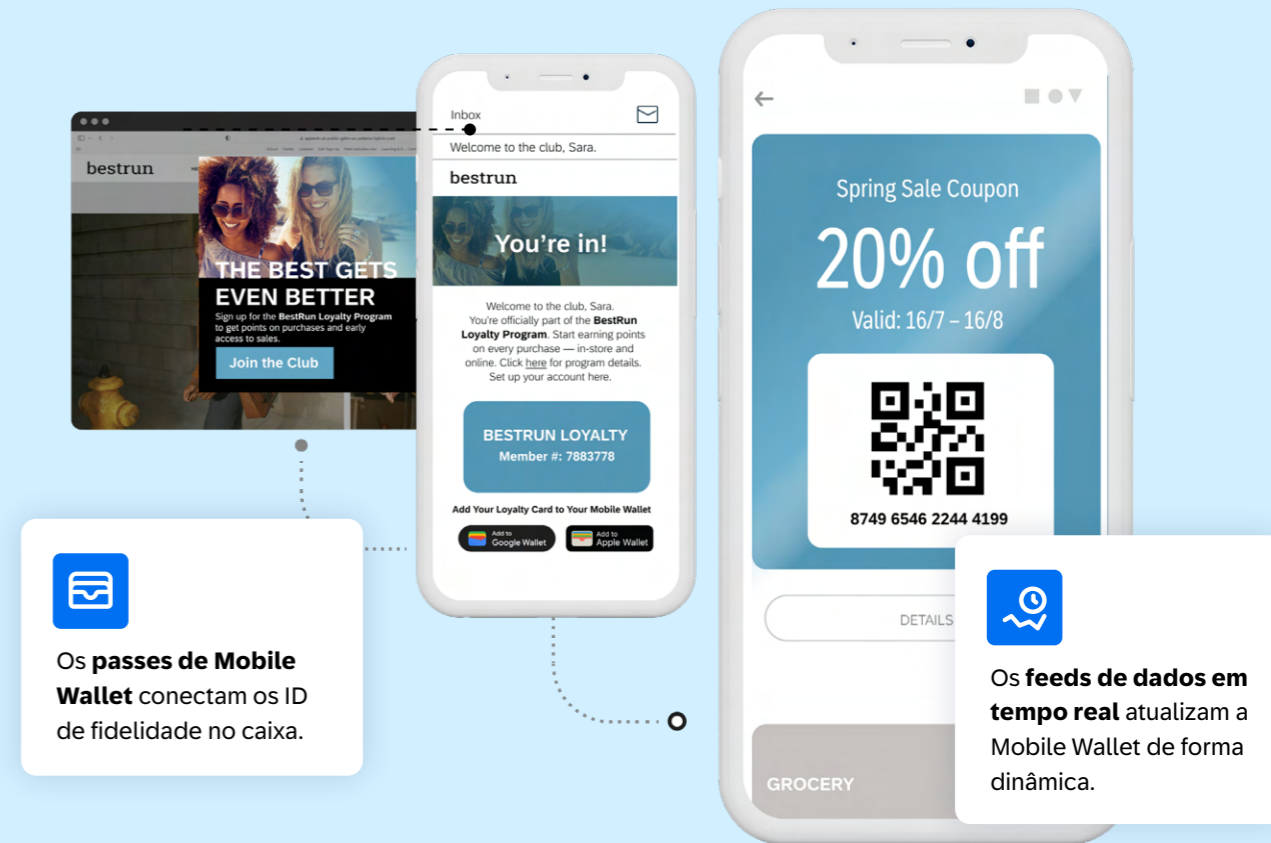
O que medir:

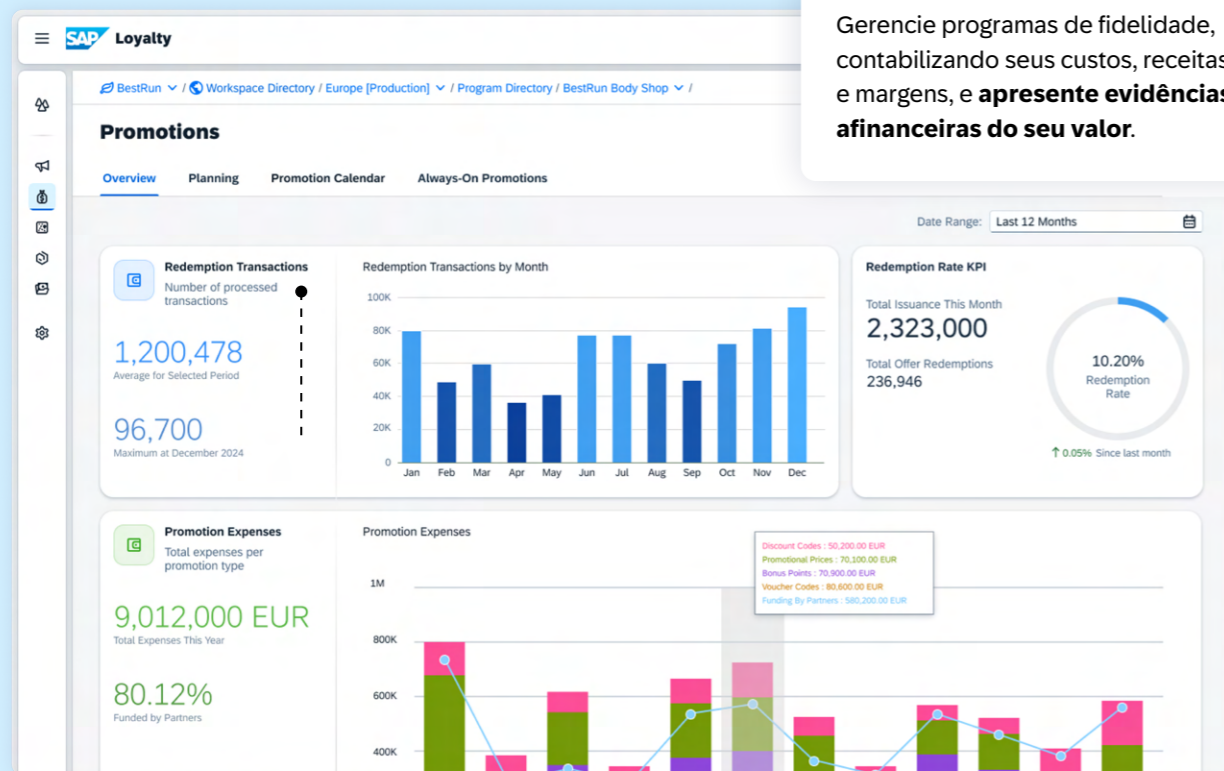
- 🕒 Tempo de checkout
- 👥 Produtividade da equipe
- 💖 Assinaturas de fidelidade

“ [Com Mobile Wallet] Posso enviar notificações para muitos clientes. É basicamente um novo canal que podemos usar. É muito benéfico, especialmente para nosso programa de fidelidade. ”



Melanie Kordel, líder da equipe de CRM, CHRIST





Gerencie programas de fidelidade, contabilizando seus custos, receitas e margens, e **apresente evidências financeiras do seu valor.**

Especialista

Melhorar a experiência de checkout com Mobile Wallet

Canais incluídos

- Mobile Wallet
- E-mail
- SMS

Solução

- Gerencie seus programas de fidelidade com o SAP Customer Loyalty Management.
- Use a SAP Engagement Cloud para enviar um convite por e-mail ou SMS e criar um passe de carteira quando os clientes fizeram o checkout ou se inscreverem no seu programa de fidelidade.
- Alcance os clientes onde quer que estejam com ofertas temporárias, que eles podem adicionar à carteira digital e usar no ponto de venda, permitindo que você identifique mais clientes no caixa.

- Envie um cartão de fidelidade que os clientes possam adicionar diretamente à sua carteira digital, permitindo uma compreensão mais aprofundada do perfil de cada cliente.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Desenvolvimento de Mobile Wallet, personalização e ESL, casos de uso e criação de automação



Aumente a retenção de clientes



Converter compradores de carrinhos abandonados com dados ERP conectados

Caso de uso:

Mantenha os usuários de aplicativos móveis engajados, lembrando-os dos itens que deixaram no carrinho por meio de uma série estratégica de notificações push durante um período ideal.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo | Esportes e entretenimento

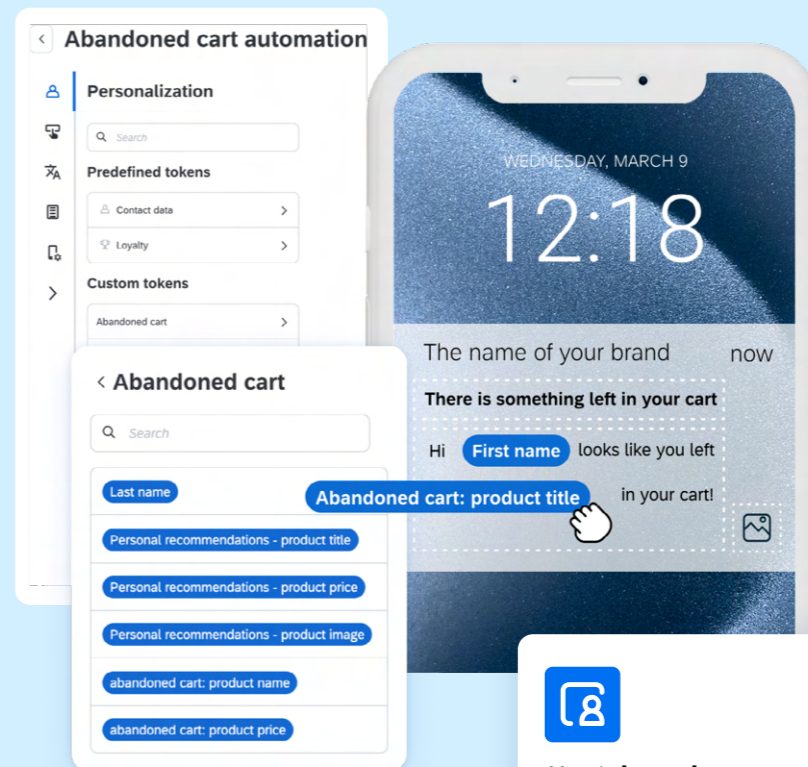
O que medir:

- 📱 Taxa de abertura de notificações push
- 💰 Receita proveniente da atribuição de eventos
- 🛒 Taxa de conversão de carrinhos abandonados

“O [Mobile Engage] nos permite chegar a mais contatos com nossas mensagens de aplicativos acionadas automaticamente, como mensagens de carrinhos abandonados ou itens da lista de desejos. Especialmente, o programa de carrinhos abandonados está mostrando resultados ótimos com uma taxa de abertura de 8% e uma taxa de conversão de 10,5%. ”



Lyla Holt, Global Digital Marketing Manager, Consumer Care, John Frieda



Iniciante

Converter compradores de carrinhos abandonados com dados ERP conectados

Canais incluídos

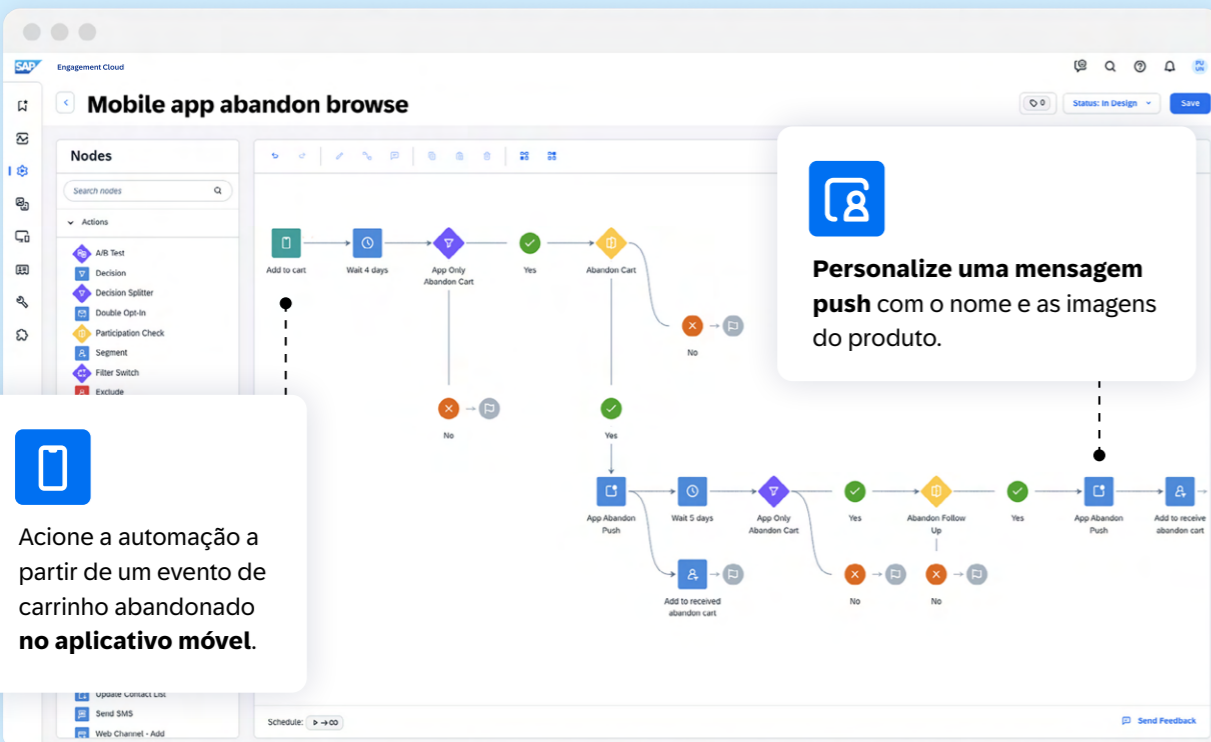
- Mobile Push

Solução

- Acione um evento personalizado para dispositivos móveis relacionado ao abandono de carrinho nesta automação, utilizando dados operacionais conectados do seu SAP Cloud ERP.
- Isole apenas os usuários do aplicativo e direcione tanto os anônimos como os clientes conhecidos.
- Envie uma notificação push de carrinho abandonado.
- Entregue uma notificação de lembrete se não é realizada nenhuma compra.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Criação e redação de Mobile Push, design e execução, personalização e ESL, mensagens transacionais, automações/interações, modelos no aplicativo, geocercas e beacons



Reativar membros inativos do programa de fidelidade

Caso de uso:

Reacenda o interesse entre os membros inativos. Esse caso prático transforma públicos passivos em participantes ativos com mensagens direcionadas que impulsionam a ação e reforçam a lealdade.

Varejo | Comércio eletrônico | Produtos de consumo | Esportes e entretenimento

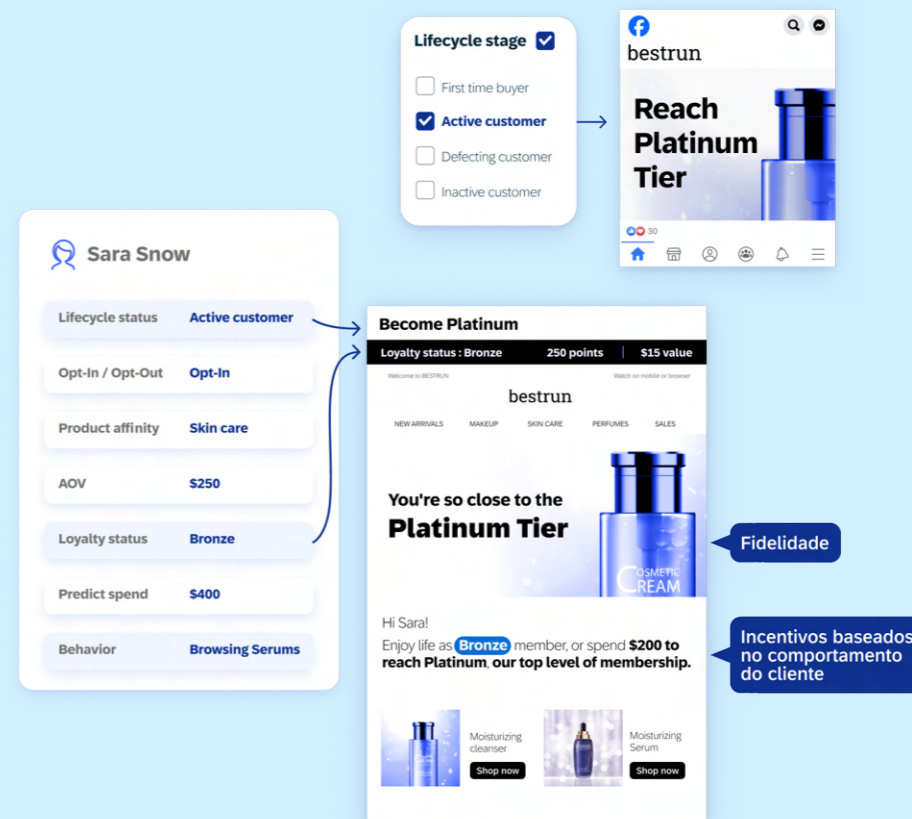
“Devido a crescente demanda por produtos e serviços sustentáveis, integramos a sustentabilidade em nossa estratégia principal, o que nos dá uma vantagem competitiva no que diz respeito a promover a fidelidade à marca. Com o SAP Engagement Cloud, podemos aproveitar insights orientados por dados e entender como aumentar a eficácia dessas iniciativas para nossos segmentos voltados para a sustentabilidade.”



Naresh Krishnamurthy, gerente sênior, Transformação de Negócios, Cosméticos, Molton Brown

O que medir:

- Rotatividade de clientes
- Frequência de compra
- Receita de clientes premium



Avançado

Reativar membros inativos do programa de fidelidade

Canais incluídos

- E-mail
- No aplicativo móvel
- Mobile Push

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Criação e redação de e-mails, design e execução, personalização e ESL, automações e otimização

Solução

- Todos os meses, acione o envio de um e-mail para um segmento de membros fiéis inativos nos últimos 30 dias
- Use tokens de personalização para personalizar e-mails de incentivo
- Acompanhe com um e-mail de lembrete para o mesmo público-alvo 12 dias depois
- Acompanhe minuciosamente o desempenho dos programas de fidelidade, levando em conta seus custos, receitas e margens, e apresente evidências de seu valor com padrão financeiro por meio do SAP Customer Loyalty Management.

Inactive Member (Loyalty) - Email + Mobile

Status: In Design Save

Nodes

Search

Entry Points

- Data Change
- Form
- New Contact
- Target Segment
- On Auto Import
- Recurring Filter
- Entry from Program

Actions

- A/B Test
- Email Behavior Check
- Exclude
- Segment
- Filter Switch
- Schedule
- Quick Filter

Envie uma mensagem móvel oportuna **no aplicativo ou por push** automaticamente com um e-mail personalizado.

Especialista

Direcione os compradores potenciais das lojas digitais para as lojas físicas na primeira compra

Caso de uso:

Ajude seus clientes a pesquisar on-line e indique logo uma oferta que eles podem resgatar adicionando diretamente à sua carteira digital, que permite uma identificação fácil e conveniente na loja, insights enriquecidos e experiências sem atrito.

O que medir:

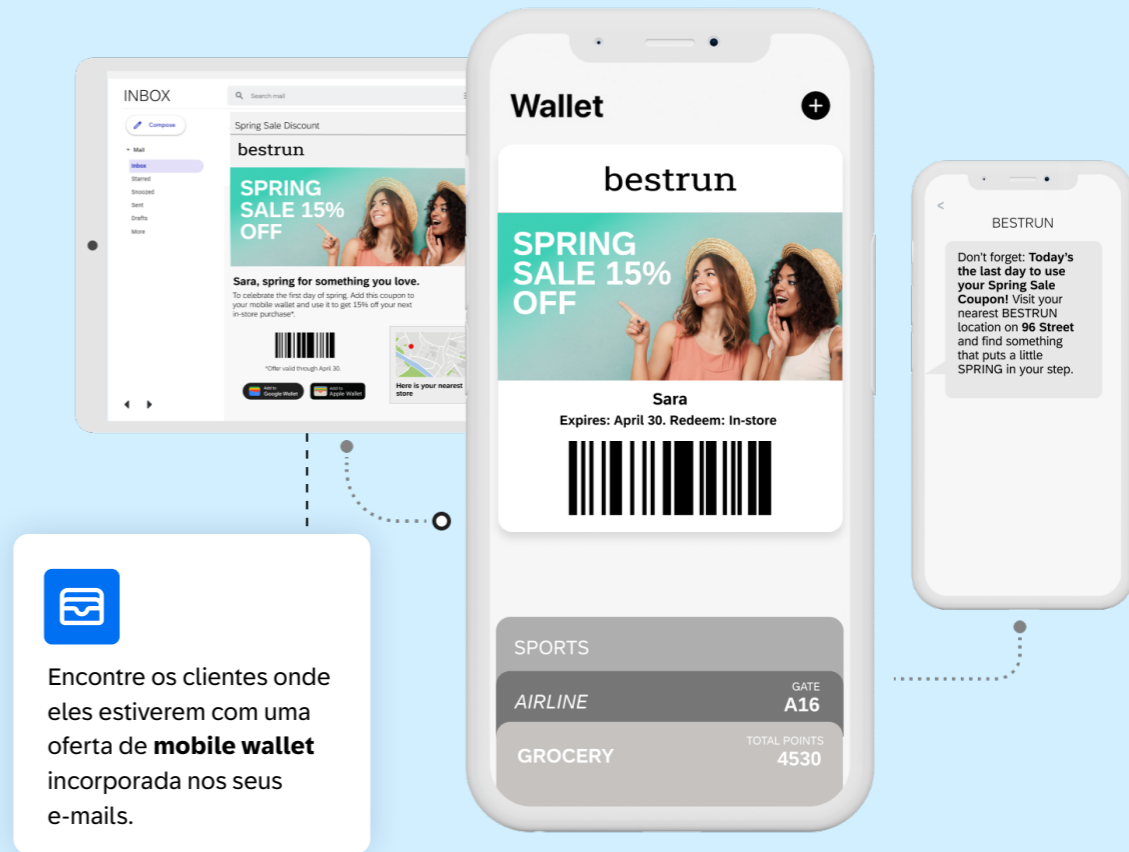
- Engajamento nas lojas físicas ou em eventos
- Downloads de mobile wallet
- Resgate de mobile wallet

Varejo | Produtos de consumo

“Agora temos clientes que, ao longo de sua jornada, passará tempo tanto online quanto offline. Você precisa perceber que esse cliente provavelmente olha o anúncio online, vai à loja, experimenta o sapato, volta, reflete sobre isso com o parceiro, olha os diferentes preços, volta à loja e pode fazer a compra online ou offline. Mas isso não importa muito, desde que seja uma experiência fluida, que seja omnicanal tanto no âmbito digital como físico.”



Michael Chalhoub, President Strategy, Growth, Innovation & Investment, Chalhoub Group



 Encontre os clientes onde eles estiverem com uma oferta de **mobile wallet** incorporada nos seus e-mails.



Use fluxos de trabalho agênticos para projetar um **segmento que atenda aos leads mais relevantes.**



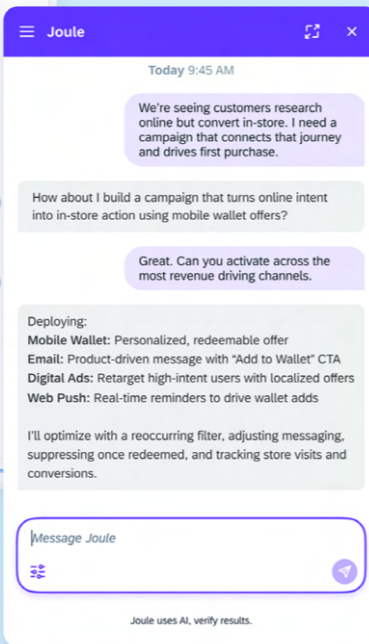
Inclua uma **oferta de mobile wallet** em seus e-mails para resgatar na sua loja ou no seu evento.



Crie um **filtro recorrente** para atualizar seu segmento todos os dias.



Use os Assistentes de IA em Joule para **construir e lançar ativos prontos em vários canais.**



Especialista

Direcione os compradores potenciais das lojas digitais para as lojas físicas na primeira compra

Canais incluídos

- Mobile Wallet
- E-mail
- Anúncios digitais
- Web Push

Solução

- Inclua uma oferta de mobile com um voucher para resgatar na sua loja ou no seu evento.
- Construa um segmento dinamicamente com o Assistente de Campanhas, fornecendo acesso ao Agente de Identificação de Público.
- Configure um filtro recorrente e utilize os botões de filtro para prever se é provável que o cliente interaja online ou por e-mail.

- Opcionalmente, você pode adicionar vários períodos de espera para testar o período ideal de uma campanha publicitária na web ou digital.
- Atualize sua lista para remover clientes inativos e concentre-se nos contatos mais quentes.
- Use o Agente de Monitoramento de Campanha para monitorar o desempenho e otimizar através do Assistente de Campanhas.

Recursos opcionais

- **Ofertas de Serviços SAP CX:** Colaboração estratégica no design e construção de casos de uso, suporte ao Studio com campanhas omnicanal, personalização e ESL



Conheça a SAP Engagement Cloud

Veja a personalização em ação em nosso Product Hub.

Assista agora

Procurando maneiras de expandir a personalização omnicanal?

Amplie sua capacidade, desbloqueie valor adicional, e adicione a funcionalidade que você precisa para escalar com os parceiros da SAP.

Descubra agora

Pronto para receber suporte prático para transformar sua visão em realidade?

Nossa equipe de serviços oferece suporte especializado para implementar as ideias deste manual e muito mais para gerar impacto real.

Saiba mais

Chegou a hora!

O trabalho não para com o Playbook, na verdade, este é apenas o começo. Agora é hora de agir, transformar insights em estratégias, e estratégias em resultados. Onde quer que você esteja na sua jornada de marketing, o SAP Engagement Cloud tem as ferramentas e o suporte para ir mais longe.

O sucesso do marketing não acontece da noite para o dia, mas com as ferramentas, parceiros e orientação certos, você estará pronto para enfrentar qualquer desafio. Vamos embarcar juntos nessa jornada e fazer valer sua próxima grande mudança.

Gartner, Magic Quadrant para Motores de Personalização, por Penny Gillespie, Jason Daigler, Michael Ro, Ross Cosner, 2 de fevereiro de 2026. Gartner é uma marca registrada e marca comercial da Gartner, Inc. e/ou de suas afiliadas nos EUA e internacionalmente, e MAGIC QUADRANT é uma marca registrada da Gartner, Inc. e/ou de suas afiliadas e são usadas aqui com permissão. Todos os direitos reservados. A Gartner não endossa nenhum fornecedor, produto ou serviço descrito em suas publicações de pesquisa e não aconselha os usuários de tecnologia a selecionar apenas os fornecedores com as classificações mais altas ou outra designação. As publicações de pesquisa da Gartner consistem nas opiniões da organização de pesquisa da Gartner e não devem ser interpretadas como apresentações de fatos. A Gartner se isenta de todas as garantias, expressas ou implícitas, com relação a esta pesquisa, inclusive, entre outras, garantias de comercialização ou adequação a um propósito específico. A SAP foi reconhecida como Emarsys no relatório da Gartner antes de sua aquisição em 2020.

O SAP Engagement Cloud ajuda as empresas a elevar o nível do engajamento com seus clientes ao conectar, em tempo real, insights comportamentais com sinais operacionais que realmente impulsionam o negócio. Integrado ao portfólio de Customer Experience (CX) da SAP, o Engagement Cloud viabiliza interações personalizadas e orientadas por IA em todos os canais, transformando pedidos, atendimentos, jornadas de compra e momentos-chave de fidelidade em experiências relevantes, no tempo certo. O resultado são relacionamentos mais próximos, maior confiança, aumento da retenção e crescimento sustentável. Para obter mais informações, acesse emarsys.com ou www.sap.com