



# A VISÃO DA DXP

**Conteúdo aberto e dados unificados**



# ÍNDICE

05

*A EVOLUÇÃO DA GESTÃO  
DE CONTEÚDO DA WEB ▶*

23

*ACQUIA E DRUPAL ▶*

09

*BENEFÍCIOS DO CMS  
DE CÓDIGO ABERTO ▶*

16

*GESTÃO DE EXPERIÊNCIA  
DIGITAL: O PODER DO  
CONTEÚDO MAIS DADOS ▶*

# INTRODUÇÃO

## Sistemas de gestão de conteúdo não são mais suficientes

Em junho de 2020, o Gartner [aposentou seu Quadrante Mágico para Gestão de Conteúdo da Web \(WCM\)](#). O Gartner ressaltou que esta decisão foi desencadeada pela “comoditização do WCM” e que o relatório estava sendo substituído por um Guia de Mercado. O Gartner observou ainda que “a crescente comoditização da funcionalidade de WCM e seu desenvolvimento para uma parte de um cenário mais amplo de plataforma de experiência digital (DXP) exercerá pressão para reduzir os preços”.

“Por mais de uma década”, acrescentou o Gartner, “o termo ‘WCM’ tem sido ‘sobrecarregado’ por sua inclusão de áreas tecnológicas como web analytics, mecanismos de personalização, elementos de plataformas de dados de clientes, elementos de gerenciamento de campanhas multicanal e gerenciamento de ativos digitais”.

Eles também previram que “O futuro do WCM está em CMSs que podem gerenciar qualquer tipo de conteúdo de uma forma altamente modular, granular, combinável e reutilizável”.

A variedade cada vez maior de tipos de conteúdo, bem como a proliferação de canais, dispositivos e modalidades de conteúdo, como voz e vestíveis, indicam que a gestão de conteúdo da web não deve mais ser uma categoria em si. Isso levanta a questão: se a gestão de conteúdo é apenas um subconjunto do gerenciamento de experiência digital, todas as abordagens à gestão de conteúdo são efetivamente iguais?

**A resposta é um não absoluto. Neste e-book, mostraremos exatamente por que isso acontece.**

**Os líderes de aplicativos sabem há muitos anos que a tecnologia WCM precisa trabalhar com um ecossistema de tecnologias adjacentes para entregar seu valor inerente. Foi apenas recentemente, no entanto, que o conceito de DXP foi definido e ganhou forma tecnológica, bem como reconhecimento e popularidade e, consequentemente, também que um mercado de DXP surgiu. A funcionalidade WCM agora constitui um subconjunto de uma DXP.**

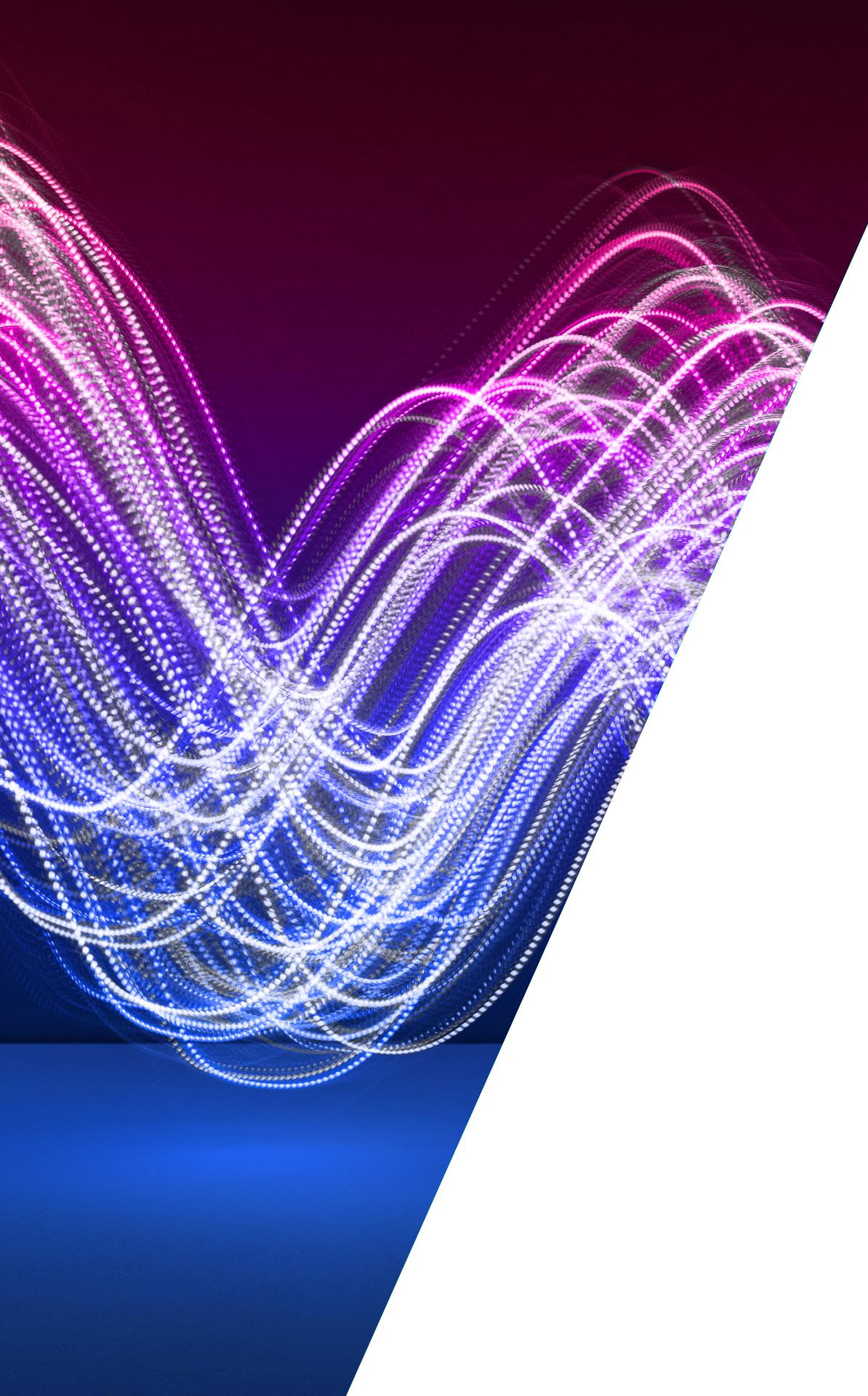
GARTNER, “GARTNER RETIRES ‘MAGIC QUADRANT FOR WEB CONTENT MANAGEMENT’ AS COMMODITIZATION FUELS DIGITAL EXPERIENCE MANAGEMENT OPPORTUNITY,” (“GARTNER APOSENTA O ‘QUADRANTE MÁGICO PARA GESTÃO DE CONTEÚDO DA WEB’ À MEDIDA QUE A COMODITIZAÇÃO ALIMENTA A OPORTUNIDADE DE GERENCIAMENTO DA EXPERIÊNCIA DIGITAL”), JUNHO DE 2020

**SEÇÃO 1**

# **A EVOLUÇÃO DA GESTÃO DE CONTEÚDO DA WEB**



# A EVOLUÇÃO DA WCM



Até recentemente, os sistemas de gestão de conteúdo da Web ajudavam as empresas a gerenciar o conteúdo em seus sites. Com o tempo, a WCM evoluiu para oferecer suporte a vários canais, comércio eletrônico, automação de marketing, personalização e integração com outras ferramentas emergentes. Hoje, a WCM eficaz depende da capacidade do sistema de criar e publicar conteúdo em qualquer canal digital, da velocidade com que isso pode ser feito e da facilidade de uso para profissionais de marketing e desenvolvedores.

A crescente importância dos canais digitais levou ao surgimento das DXPs. Essas plataformas possibilitam que as marcas garantam que os clientes tenham uma

experiência consistente e personalizada em todos os canais. Como o conteúdo é essencial para a experiência digital, não é nenhuma surpresa que as DXPs tenham absorvido a função dos sistemas de gestão de conteúdo (CMS).

A gestão da experiência digital em um mundo multicanal requer mais do que conteúdo. Ela também requer dados. É por isso que a gestão abrangente da experiência digital exige uma plataforma que combine gestão de conteúdo e gerenciamento de dados do cliente, idealmente na forma de uma plataforma de dados do cliente (CDP).

## O QUE VOCÊ PRECISA EM UM SISTEMA DE GESTÃO DE CONTEÚDO EMPRESARIAL

Fazer conexões significativas com os clientes envolve atendê-los onde eles estiverem e fornecer conteúdo relevante através de seus canais preferidos. Para fazer isso, os membros da equipe em toda a organização precisam ser capazes de criar rapidamente um novo conteúdo que os clientes possam acessar em qualquer lugar. Um CMS verdadeiramente de nível empresarial torna isso possível. Especificamente, seu CMS deve:

### **Estar preparado para girar rapidamente.**

As arquiteturas abertas são ideais para a criação de sites ágeis e integrações com canais ou sistemas internos e externos.

### **Oferecer facilidade de uso e funcionalidade empresarial.**

O melhor dos dois mundos significa que as partes interessadas não técnicas, como profissionais de marketing e editores de conteúdo, são capazes de criar e implantar conteúdo em todas as propriedades digitais dentro das grades de proteção definidas pela TI.



### **Fornecer segurança superior e governança rigorosa.**

Os departamentos de TI devem ter certeza de que padrões rigorosos de segurança e conformidade sejam aplicados em cada um de seus locais. A governança insatisfatória pode resultar na redução da conscientização da marca, perda de oportunidades de vendas e até mesmo repercussões regulatórias ou legais.

### **Dimensionar com rapidez e eficiência.**

Seja dimensionando o tráfego em um único site ou implantando conteúdo em um portfólio de propriedades digitais, você precisa ter capacidade de atender às demandas em constante mudança.

Por fim, um CMS empresarial também deve ser capaz de ser dimensionado à medida que sua pegada digital cresce. Surgirão novas tecnologias. Os comportamentos dos clientes mudarão, assim como sua estratégia de marketing. Apenas uma plataforma aberta capaz de evoluir no ritmo da inovação pode garantir que sua organização esteja pronta para o que quer que o futuro possa trazer.



**SEÇÃO 02**

# **BENEFÍCIOS DO CMS DE CÓDIGO ABERTO**



# BENEFÍCIOS DO CMS DE CÓDIGO ABERTO

A tecnologia proprietária de CMS simplesmente não pode fornecer às marcas a flexibilidade necessária para se adaptar às necessidades em evolução dos clientes ou a todos os canais e modalidades novos e emergentes. A tecnologia CMS aberta pode.

O Drupal é o CMS de código aberto preferido por mais de um milhão de sites em todo o mundo e continua a ser líder quando se trata de oferecer experiências digitais ambiciosas. Com o suporte de uma vasta comunidade de usuários e desenvolvedores que estão continuamente aprimorando e ampliando a plataforma para se adaptar, o modelo de código aberto do Drupal promove a melhoria e a inovação perpétuas.

Além da inovação constante e voltada para a comunidade, o Drupal CMS oferece às organizações de todos os tamanhos os benefícios da adaptabilidade, interoperabilidade e velocidade.

## PROJETADO PARA ADAPTABILIDADE

O Drupal é inherentemente flexível e adaptável. Arquitetados como uma estrutura, os usuários do Drupal não ficam presos a ferramentas e canais de um fornecedor específico. O trabalho da comunidade Drupal facilita a rápida adoção e integração de novas ferramentas e canais. Isso facilita a mudança para a estratégia digital sempre que surgir a necessidade.

A adaptabilidade integrada do Drupal significa que sua organização está sempre pronta para o futuro. O motivo para isso é simples: um sistema aberto com o suporte de um grupo próspero de desenvolvedores se adapta e evolui mais rapidamente e de forma mais eficaz do que qualquer sistema fechado ou proprietário jamais poderia.

Com o Drupal, sua organização será ágil o suficiente para responder rapidamente a avanços tecnológicos, flutuações na dinâmica de negócios ou de mercado, aumento ou diminuição das necessidades de escalabilidade ou eventos globais, como instabilidade econômica imprevista e pandemias.



## INTEROPERABILIDADE

A arquitetura da plataforma e a comunidade expansiva apoiam e incentivam a inovação contínua. Isso, por sua vez, facilita a interoperabilidade incomparável. O grande número de desenvolvedores trabalhando no Drupal significa que não importa qual seja o seu projeto, o plug-in ou módulo de que você precisa provavelmente já existe. Para escolher um exemplo entre milhares, digamos que você precisa conectar seu CMS ao Salesforce. Bem, há um módulo Salesforce disponível aos usuários do Drupal há mais de uma década.

Essa ampla disponibilidade de ferramentas economiza tempo e dinheiro que, de outra forma, seriam gastos no desenvolvimento de integrações ou soluções alternativas personalizadas. Com módulos disponíveis para qualquer pessoa usar, milhares de horas de desenvolvedor são poupadadas. Você simplesmente recebe o módulo, conecta-o e está pronto para começar.

Combinadas com as ferramentas específicas do Drupal desenvolvidas pela Acquia, como a ferramenta de criação de site de código baixo, Site Studio, as organizações que usam o Drupal podem construir e implantar propriedades digitais mais rapidamente do que nunca. Além disso, elas podem se mover rapidamente sem depender de TI ou incorrer em despesas exorbitantes.





# O QUE É UM “MÓDULO” DRUPAL?

## **DE ACORDO COM DRUPAL.ORG:**

“Um módulo Drupal é uma coleção de arquivos que contêm algumas funcionalidades e são escritos em PHP. Como o código do módulo é executado dentro do contexto do site, ele pode usar todas as funções e acessar todas as variáveis e estruturas do núcleo Drupal [ou seja, toda a funcionalidade básica do Drupal].”

## VELOCIDADE

Os usuários podem concluir seus projetos mais rapidamente graças à adaptabilidade e interoperabilidade incomparáveis do Drupal. A comunidade Drupal adiciona recursos e capacidades robustos mais rapidamente do que em qualquer plataforma fechada, acelerando muito o tempo de geração de valor e o tempo de lançamento no mercado.

Por exemplo, antes da disponibilidade de APIs públicas, a comunidade Drupal já estava trabalhando em integrações do Facebook. O suporte do Drupal para o BigPipe do Facebook possibilitou que qualquer site da Drupal usasse o BigPipe sem a necessidade de código específico do BigPipe. E quando o Google lançou seus padrões para páginas móveis aceleradas, o Drupal já tinha um módulo que converteu as páginas do Drupal para se adequar a esse padrão.

Como exemplo final, a atualização mais recente da [Lei de Educação para Pessoas com Deficiência \(Individuals with Disabilities Education Act, IDEA\)](#) determina que quaisquer serviços educacionais online públicos ou experiências digitais sejam adaptados para atender às necessidades de crianças com deficiência. Quase imediatamente, a comunidade criou um tema Drupal baseado no [sistema de design da web dos EUA](#) (USWDS) para qualquer pessoa usar.



O Drupal cresce no ritmo da inovação e responde rapidamente a padrões, plataformas e requisitos de mercado emergentes. A Acquia, construída sobre o Drupal, oferece milhares de conectores integrados para sistemas e canais. Ninguém mais oferece esse nível de flexibilidade e conectividade.

## **MILHARES DE MÓDULOS DISPONÍVEIS SÃO COMPATÍVEIS COM INTEGRAÇÃO COM PLATAFORMAS INCLUINDO:**

### **E-MAIL**

- / Salesforce Marketing Suite
- / Salesforce CRM
- / Acquia Campaign Studio
- / Marketo
- / Epsilon Harmony
- / Conector JanRain

### **SOCIAL**

- / Plug-in Facebook Page
- / Publicações no LinkedIn
- / Instagram Block
- / Feed social - para várias redes sociais
- / Avatar Kit
- / Twitter API Block
- / Twitter Tweets

### **COMERCIALIZAÇÃO**

- / BigCommerce
- / ElasticPath
- / Kibo
- / PayPal
- / DrupalCommerce
- / Hybris
- / Magento

### **EMERGING**

- / Chatbot API - Alexa ou Google Home
- / Digital Signage Framework
- / Telephone International - Voz
- / API de vestíveis

### **CRM**

- / Salesforce Sales Cloud
- / Salesforce CRM
- / Sugar CRM

### **WEB/CONTEÚDO**

- / Google Analytics
- / Google Cloud
- / Google Tag Manager
- / Google API para aplicativos
- / Google Analytics Search API
- / Tealium
- / Formulários da web do Salesforce
- / Spectra Analytics
- / Smart AdServer
- / Adobe Analytics
- / SitelImprove
- / Search API
- / Youtube
- / Adobe Creative Cloud
- / Apple News
- / Bynder
- / BrightCove
- / Acquia DAM
- / UBER cart

**SEÇÃO 03**

# **GESTÃO DE EXPERIÊNCIA DIGITAL**

O poder do conteúdo  
**MAIS** dados



# EXPERIÊNCIA DIGITAL GERENCIAMENTO



Como as jornadas dos clientes hoje envolvem vários canais, dispositivos e modalidades, as soluções de gestão de conteúdo tiveram que evoluir. E, como enfatizamos, para conectar o conteúdo certo com a pessoa certa no canal certo, tudo como parte de uma estratégia consistente e unificada, os sistemas de gestão de conteúdo precisam ser abertos.

Como nossa pesquisa revelou, os clientes não só esperam que as marcas se lembrem e usem seus dados para personalizar experiências, mas também esperam que essa personalização aconteça em cada ponto de contato e interação com a empresa.

**“Os clientes esperam personalização em cada ponto de contato e interação.”**

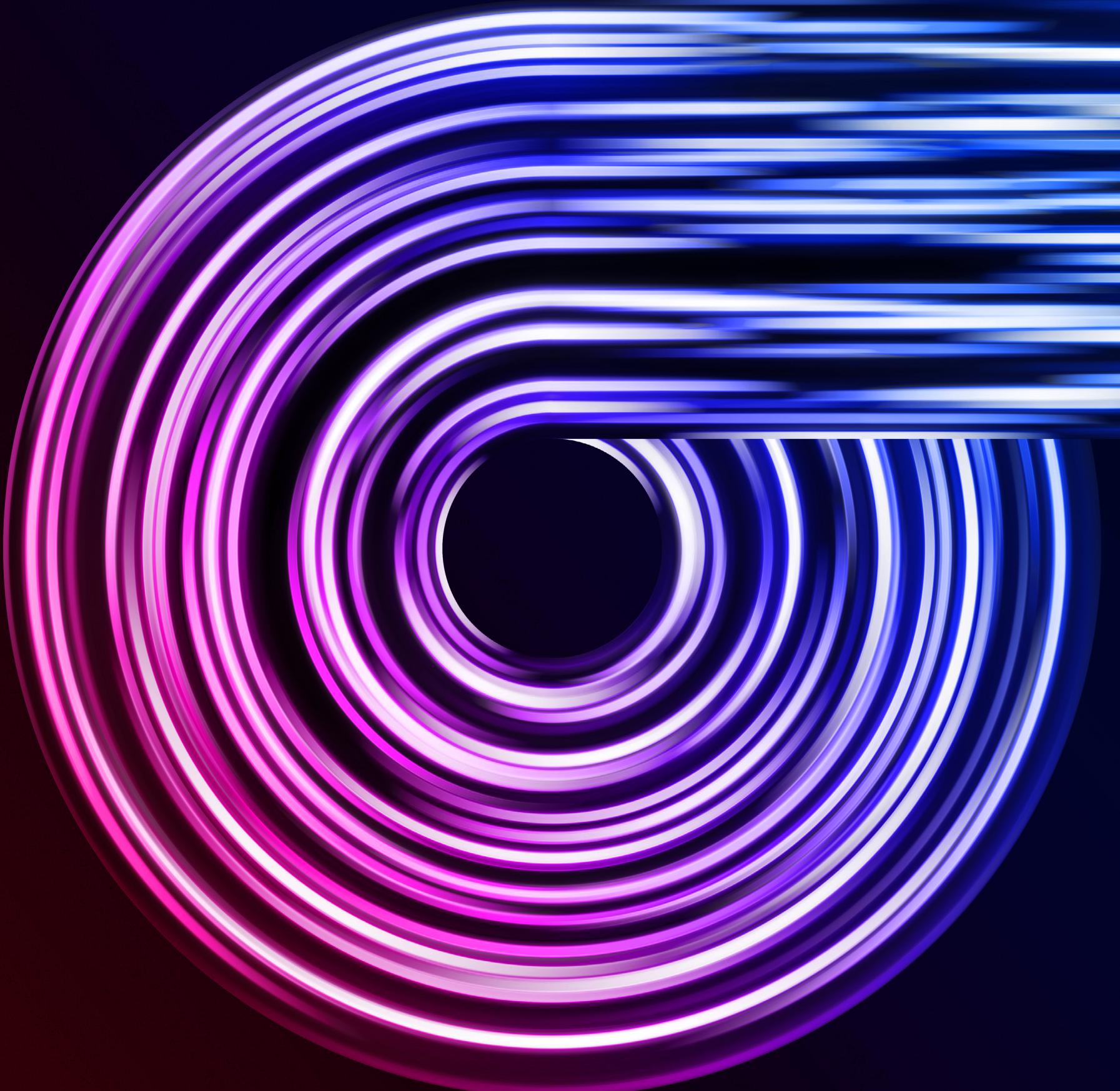
Manter esse nível de relevância personalizada requer mais do que apenas dados. Requer percepção. Percepção significa unir os dados coletados de vários sistemas e aplicar machine learning a esses dados para fornecer compreensão do comportamento do cliente. Sem percepção, operacionalizar esses dados não é possível.

Os principais recursos para o gerenciamento de dados do cliente incluem:

## **UNIFICAÇÃO DE DADOS**

Os dados dos clientes muitas vezes residem em sistemas espalhados pela organização. A unificação de todos esses dados em um único lugar é crucial para proporcionar experiências digitais personalizadas e atualizadas. Tudo depende da unificação, desde a resolução de identidade até análises significativas e a operacionalização de dados.

Ter uma única fonte de verdade acessível cria perfis de clientes mais ricos e permite um envolvimento mais focado e preciso com os clientes. Isso resulta em melhores experiências do cliente e na geração de mais receita.



## **RESOLUÇÃO DE IDENTIDADE**

As pessoas acessam as propriedades digitais de uma empresa através de diferentes canais e dispositivos. Quanto mais cedo você conseguir conectar um visitante anônimo a um perfil de cliente conhecido, mais cedo poderá garantir a relevância da experiência que você oferece.

### **A RESOLUÇÃO DE IDENTIDADE VINCULA TODO O COMPORTAMENTO ONLINE EM TODOS OS DISPOSITIVOS A UMA ÚNICA IDENTIDADE EXCLUSIVA.**

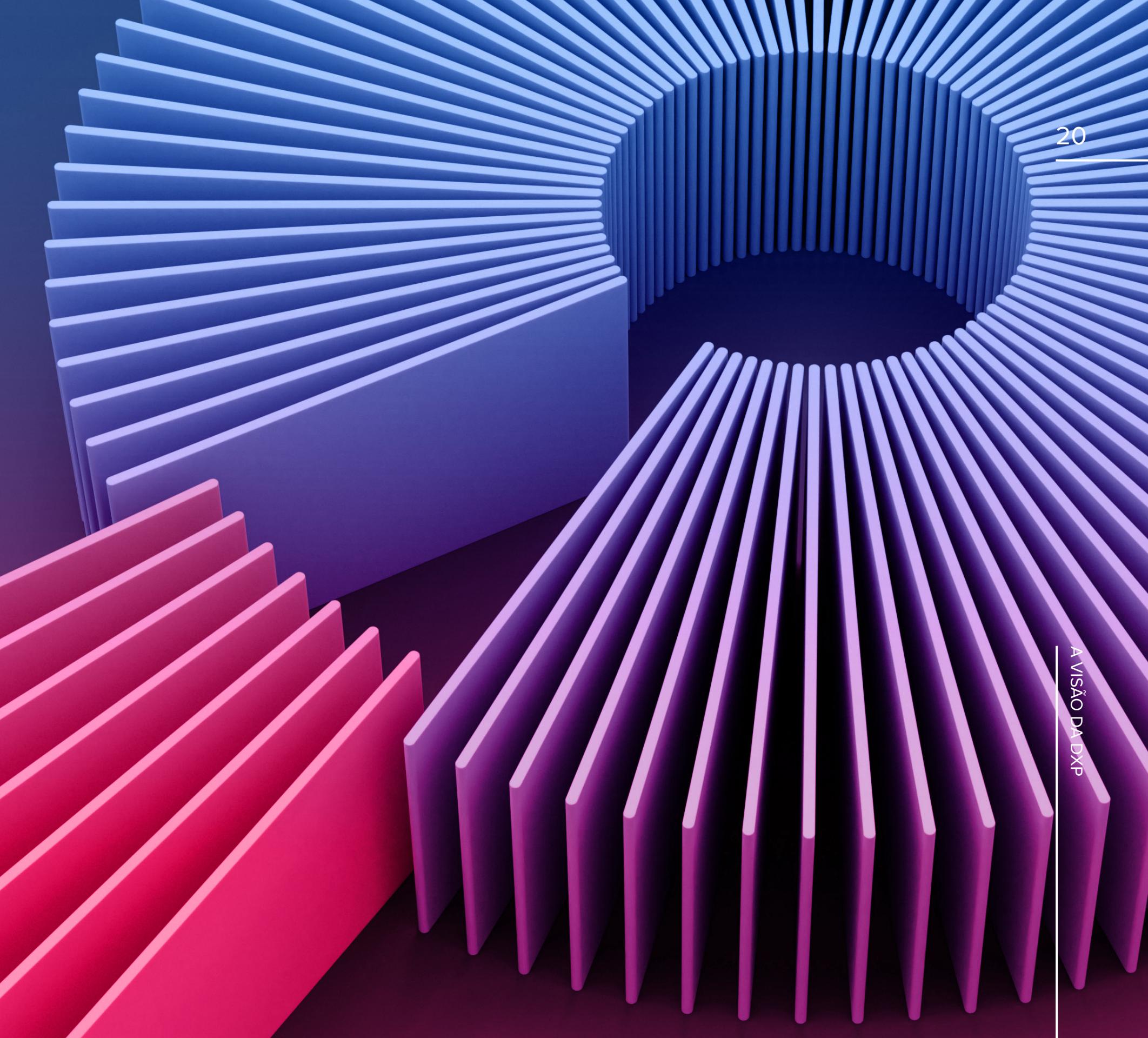
Por exemplo, se um cliente vê um produto em um smartphone, mas depois finaliza a compra em um laptop, a resolução de identidade conectará os dois pontos de contato e determinará que as transações foram feitas pela mesma pessoa.

Com a identidade do usuário resolvida, você pode limpar, desduplicar e enriquecer os dados do cliente com outras fontes relevantes para criar um perfil de cliente mais robusto e abrangente.



## ANÁLISE DE DADOS

Os dados do cliente que você coleta devem ser analisados adequadamente para fornecer informações valiosas. As ferramentas para análise de dados devem ser facilmente acessíveis para todas as equipes e configuráveis para atender aos requisitos comerciais exclusivos. Além disso, as ferramentas devem ser capazes de rastrear dados ao longo do tempo e dar suporte ao trabalho dos cientistas de dados, especialmente quando se trata de integração com suas ferramentas de BI preferidas.



## MACHINE LEARNING

Machine learning potencializa a personalização exponencialmente maior, aumentando a relevância do conteúdo. As conexões e as semelhanças entre clientes e os atributos dos clientes são reveladas em microssegundos, permitindo agrupar clientes com base em inúmeras variáveis.

A personalização habilitada por machine learning pode assumir muitas formas. Ela pode informar recomendações de produtos e conteúdo, fornecer aos representantes de atendimento ao cliente as próximas melhores ações, ajudar a alinhar táticas de marketing com preferências individuais do cliente e prever a rotatividade do cliente para que você possa tomar medidas preventivas.

**Em última análise, é a integração próxima de um sistema aberto de gestão de conteúdo com uma plataforma aberta de dados de clientes que dará à sua organização a base mais sólida, mas flexível, para o gerenciamento da experiência digital.**





# ***CDP EM COMPARAÇÃO COM CRM EM COMPARAÇÃO COM DMP***

## ***AS EMPRESAS COLETAM E USAM MUITOS DADOS DE CLIENTES.***

Para ajudá-las a gerenciar esses dados, várias soluções surgiram:

- Plataforma de dados do cliente (Customer Data Platform, CDP) –*** Um CDP pode coletar, organizar, unificar e ativar os dados do cliente, seja qual for a origem. Além de armazenar os perfis de dados do cliente, alguns CDPs também apresentam ferramentas eficazes para analisar os dados do cliente.
- Plataforma de gestão de relacionamento com o cliente (Customer Relationship Management, CRM) –*** Um CRM gerencia interações com clientes e clientes potenciais. Em geral, executado por vendas, o CRM normalmente contém apenas dados de clientes relacionados a atividades de vendas e marketing. Os CRMs não foram desenvolvidos para permitir experiências personalizadas

do cliente. Um CRM tradicional não pode, por exemplo, combinar informações de uma solução de atendimento ao cliente ou um sistema de rastreamento de redes sociais para fornecer uma visão única do cliente ou fornecer conteúdo relevante ao longo do ciclo de vida do cliente.

- Plataforma de gestão de dados (Data Management Platform, DMP) –*** Um DMP difere dos outros dois sistemas, já que costuma coletar e armazenar apenas dados de terceiros. Além de alguns dados relacionados ao cliente, esses sistemas armazenam dados de segmentos de clientes e cookies. Os DMPs costumam ser usados principalmente por anunciantes.

**SEÇÃO 04**

# **ACQUIA E DRUPAL**

23

A VISÃO DA DXP



# ACQUIA E DRUPAL

66

**As ferramentas da Acquia capacitam todos a criar e implantar experiências digitais significativas.„**

Desde a sua criação, a Acquia desenvolve ferramentas e tecnologia para tornar o Drupal mais seguro, compatível e escalável e também mais fácil de usar. Essas ferramentas capacitam todos na organização, de desenvolvedores e profissionais de marketing aos diretores executivos, a criar e implantar experiências digitais significativas em todos os canais.

A Acquia disponibiliza essas ferramentas através de uma plataforma na nuvem segura e protegida. A melhor segurança da categoria é garantida por uma variedade de recursos de segurança, incluindo firewalls em camadas, autenticação multifator, gerenciamento de vulnerabilidades, monitoramento de eventos e gerenciamento de permissões. A Acquia também mantém um portfólio de conformidade abrangente que inclui uma variedade de auditorias e certificações específicas do setor realizadas por terceiros independentes.

Mais importante ainda, a Acquia combina os dois componentes mais fundamentais de qualquer plataforma de experiência digital: conteúdo e dados. Ela faz isso combinando uma estrutura de gestão de conteúdo aberta e empresarial com um CDP robusto orientado por machine learning.

# CRIAR A MELHOR DXP POSSÍVEL

À medida que as marcas constroem e adaptam sua presença digital, é natural que elas se concentrem em atingir métricas individuais ou de equipe para um canal ou disciplina em particular. Infelizmente, isso pode significar subestimar a importância da experiência digital geral e como a gestão de conteúdo deve apoiá-la.

A verdadeira vantagem competitiva hoje depende da capacidade de uma marca de oferecer consistentemente experiências relevantes e personalizadas em todos os canais digitais. Isso requer uma integração sem precedentes da gestão de conteúdo com o gerenciamento de dados do cliente.

Isso também requer uma visão estratégica para o gerenciamento da experiência digital. Essa visão deve guiar a seleção de ferramentas. Acima de tudo, ela deve garantir que as ferramentas que uma marca escolhe forneçam os recursos necessários para competir na experiência agora e no futuro.

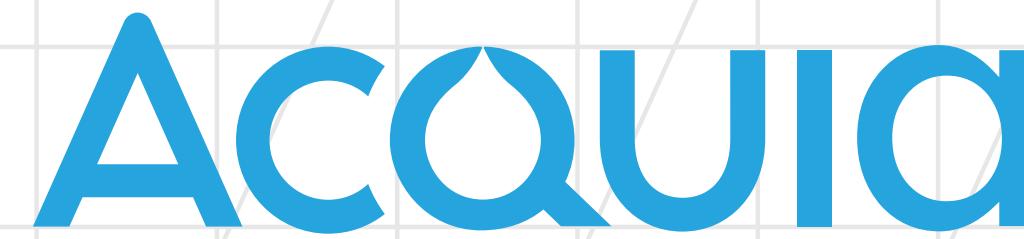
Criar uma DXP que permita que as organizações se adaptem aos comportamentos emergentes dos clientes e atendam consistentemente às expectativas dos clientes deve começar com a base adequada: um CMS aberto combinado com um CDP aberto.

Tradicionalmente, você tinha que escolher entre conteúdo de alta qualidade e dados de alta qualidade. Isso dificultava para as marcas fornecerem ambos. Com a Acquia, não é preciso escolher. Você tem o melhor dos dois mundos: uma verdadeira visão do cliente com o nosso CDP e a criação rápida de conteúdo através do nosso CMS.

# **SAIBA MAIS**

Saiba mais sobre a plataforma de experiência digital da Acquia

**COMEÇAR AGORA ▶**

The Acquia logo is displayed in a large, bold, blue sans-serif font. The letters are slightly rounded and have a slight shadow effect, giving them a three-dimensional appearance. They are set against a white background with a faint, light gray grid pattern.

ACQUIA.COM

## SOBRE A ACQUIA

A Acquia é a plataforma aberta de experiência digital que permite que as organizações criem, hospedem, analisem e se comuniquem com seus clientes em escala por meio de sites e aplicativos digitais. Como líder de código aberto confiável, usamos inteligência adaptativa para produzir os melhores resultados de negócios para líderes de experiência do cliente (CX).

