

Vuelta al cole Vuelta a Adobe

Ready for the next race

JAKALA Adobe



Qué es volver al cole



**Alberto Alonso
(JAKALA)**

Global Head of Technology /
Sponsor Adobe Global Hub



**Manuel Rodriguez Páez
(ADOBE)**

Head of Alliance & Channel



Qué es “volver al cole”

1 La IA cambia la relación con el consumidor

Ejemplo de compra en donde se resume perfectamente el momento que vive la relación entre marcas y consumidores: el crecimiento de los agentes autónomos y el deseo de los consumidores de vivir una experiencia fluida han elevado las exigencias para marcas y retailers. Ya no hablamos de canales, hablamos de momentos, y esos momentos están cada vez más mediados por la inteligencia artificial.

2 Vuelta al Cole: Re-aprender

No es solo tecnología, también es personas: repensar cómo ejecutamos tareas y procesos y no quedarnos únicamente en la automatización

Significa cuestionar la forma en la que hacemos las cosas, salir de nuestra zona de confort, aprender continuamente y tener la capacidad de reaccionar cuando las reglas cambian.

Por eso hoy queremos hablar de algo que está por encima de cualquier tecnología: la capacidad de adaptarnos, aprender y seguir avanzando cuando el contexto cambia.

3 Adobe, partner en la capa agéntica

Co-Worker gestiona el marketing end-to-end ejecutando tareas complejas de marketing de forma autónoma mediante el uso de IA



Subir de nivel

4 Modelo híbrido: personas + agentes

Un modelo híbrido no divide el trabajo entre humanos y máquinas: lo multiplica, combinando el criterio humano con la capacidad de ejecución de los agentes

No se trata de reemplazar el talento humano, sino de liberarlo: que las personas dediquen su tiempo a lo que de verdad aporta valor, mientras los agentes se ocupan de lo repetitivo

5 Un ecosistema abierto, vía MCP

Vía MCP, Adobe permite que Claude, ChatGPT, Gemini o Copilot —la IA corporativa que cada cliente ya tiene desplegada— se conviertan en la interfaz para orquestar procesos que van mucho más allá del marketing: comercio, logística, atención al cliente.



“La IA ya no es una **herramienta** más en el proceso, es cada vez más el **proceso mismo**”



“ Las marcas que incorporen esto **antes** serán las que construyan relaciones más cercanas, más eficientes y más **relevantes** con sus consumidores.”

Vuelta al Cole, Vuelta a Adobe

10:00 – 10:20

Apertura al evento Alberto Alonso y Manuel Paez

10:20 – 11:00

Sesion Jero García

Sesión de superación.

11:00 – 11:40

Expert Session: Adobe Brand Visibility Daniel García

Cómo ganar visibilidad y control de marca en la era de la IA con Adobe, AEM y agentes.

11:40 – 12:10

Masterclass: Adobe CX Coworker Matías Acosta / Boris Daffos

cómo la IA Generativa de Adobe redefine la creación de contenido, la personalización y los journeys de cliente en tiempo real.ig.

12:15 – 12:35

Cierre del evento Alberto Alonso y Manuel Paez

12:35 – 13:30

Picoteo & Networking

Cierre con catering, conversación y siguientes pasos personalizados.



Jero García

Exboxeador, educador y colaborador
del programa Hermano Mayor

**Al otro lado
del golpe**



AL OTRO LADO

Del Golpe





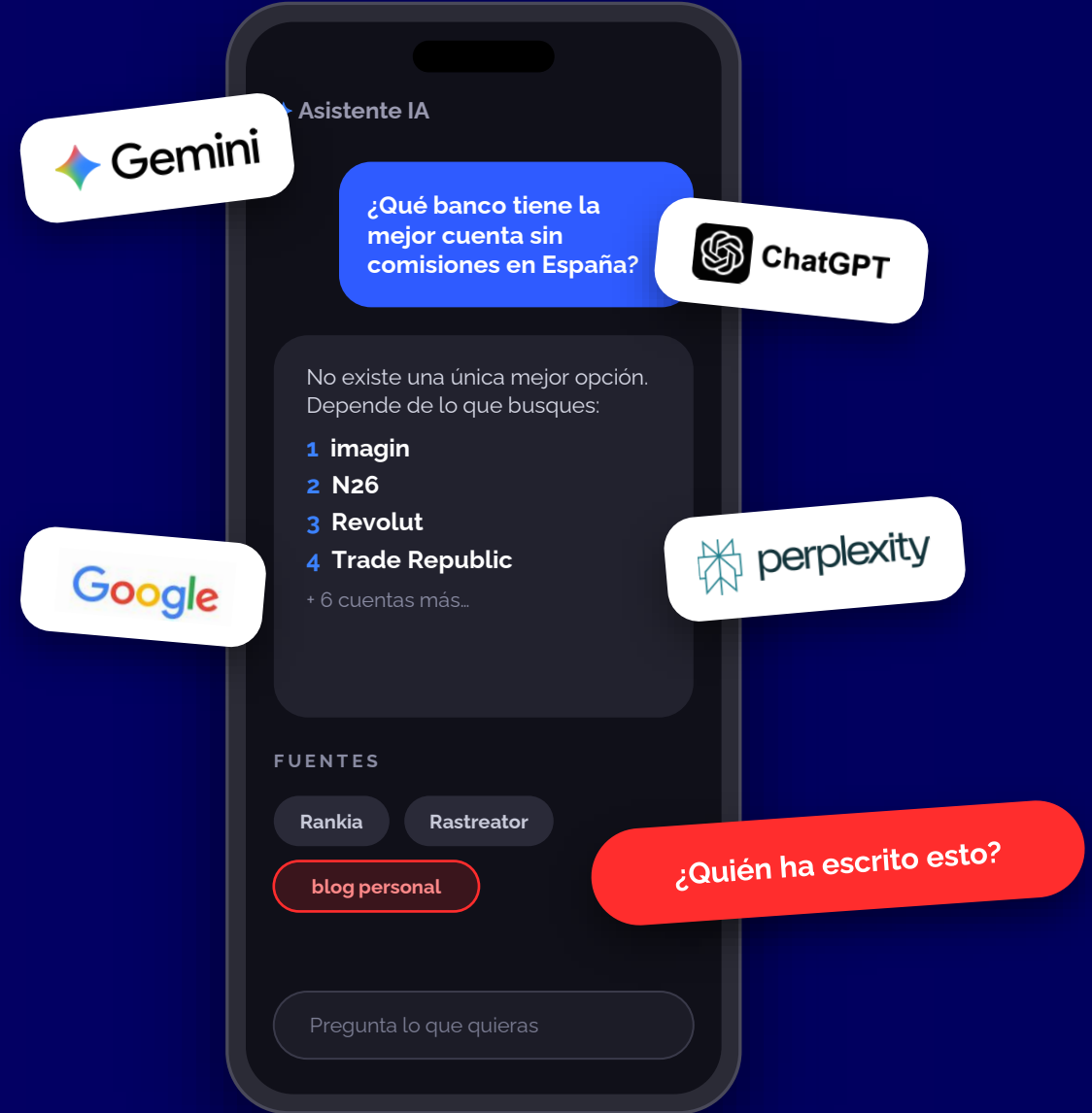
Daniel García (JAKALA)

Adobe Experience Manager
Practice Lead

**Visibilidad y control
en la era de la IA**

Vuelta al cole: lo que hay que desaprender

Qué dice hoy la IA sobre tu marca, por qué lo dice y qué puedes hacer el lunes.



BLOQUE 1 · DE 5

Las preguntas incómodas

Lo que lee tu cliente antes de llegar a tu web.



1 Preguntas incómodas

2 Por qué pasa

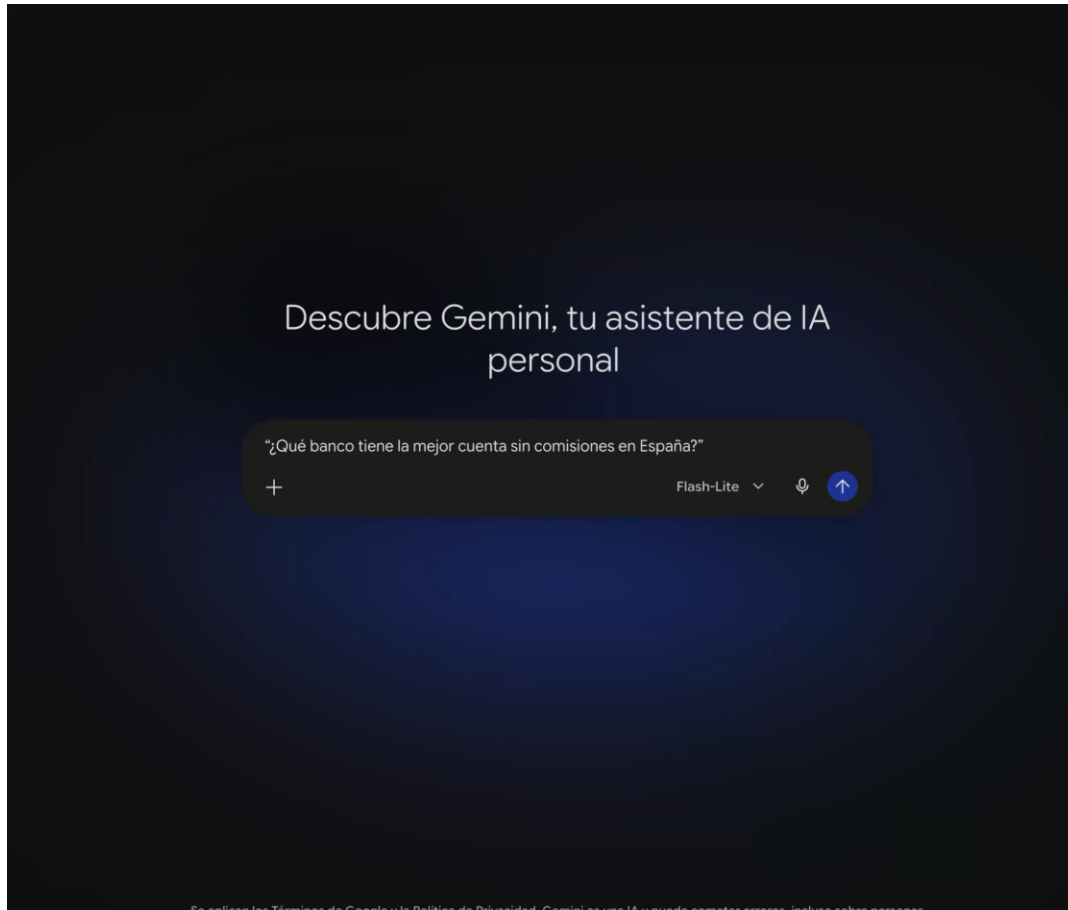
3 Debajo del capó

4 Lo que se acelera

5 Deberes

LA PREGUNTA INCÓMODA · 01 BANCA

“¿Qué banco tiene la mejor cuenta sin comisiones en España?”



EN PANTALLA

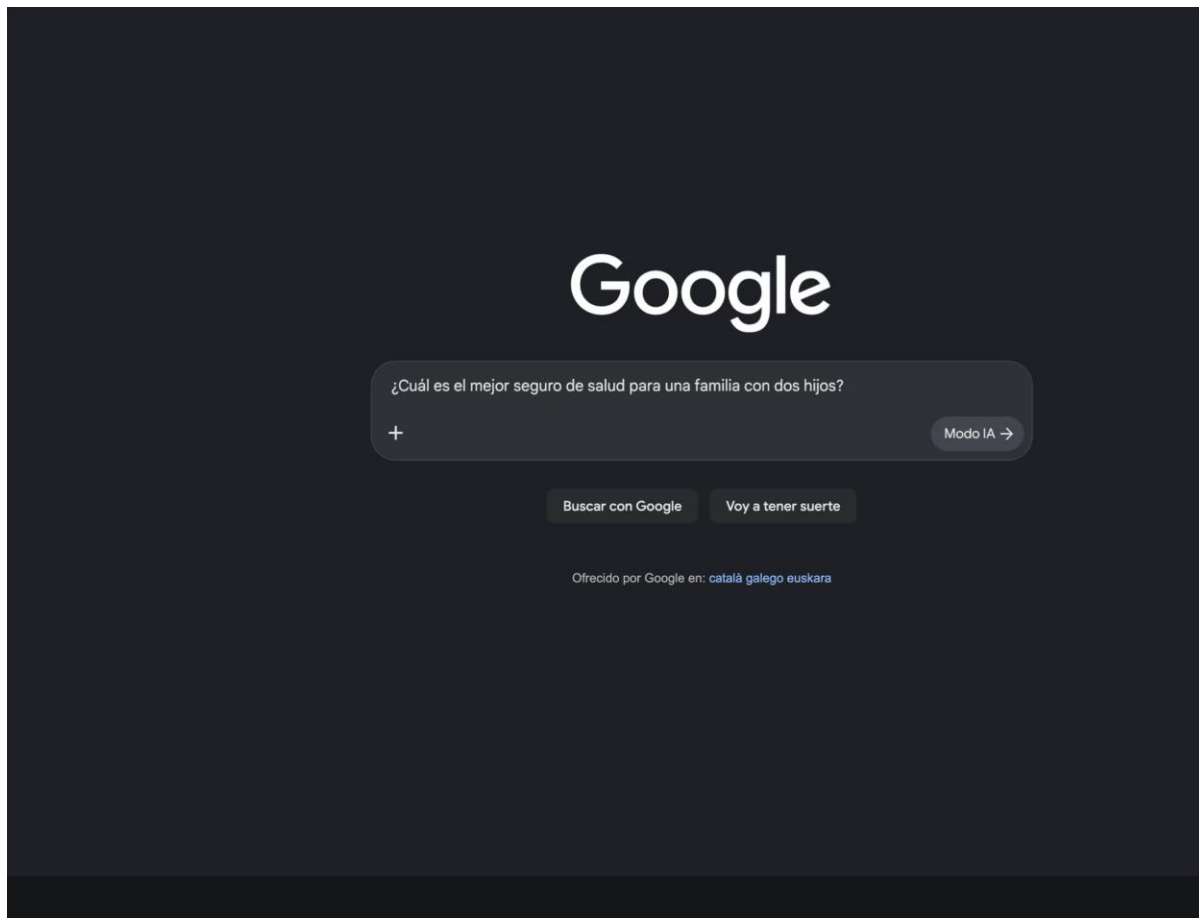
Diez cuentas, tres categorías y ninguna respuesta. Y entre sus fuentes, el blog de un particular.

QUÉ PASA EN EL VÍDEO

Dice que no existe una única mejor opción y despliega diez cuentas en tres grupos. La primera marca que se lee es imagin. Cita Rankia, Rastreator y, varias veces, un blog personal de finanzas.

LA PREGUNTA INCÓMODA · 02 SEGUROS

“¿Cuál es el mejor seguro de salud para una familia con dos hijos?”



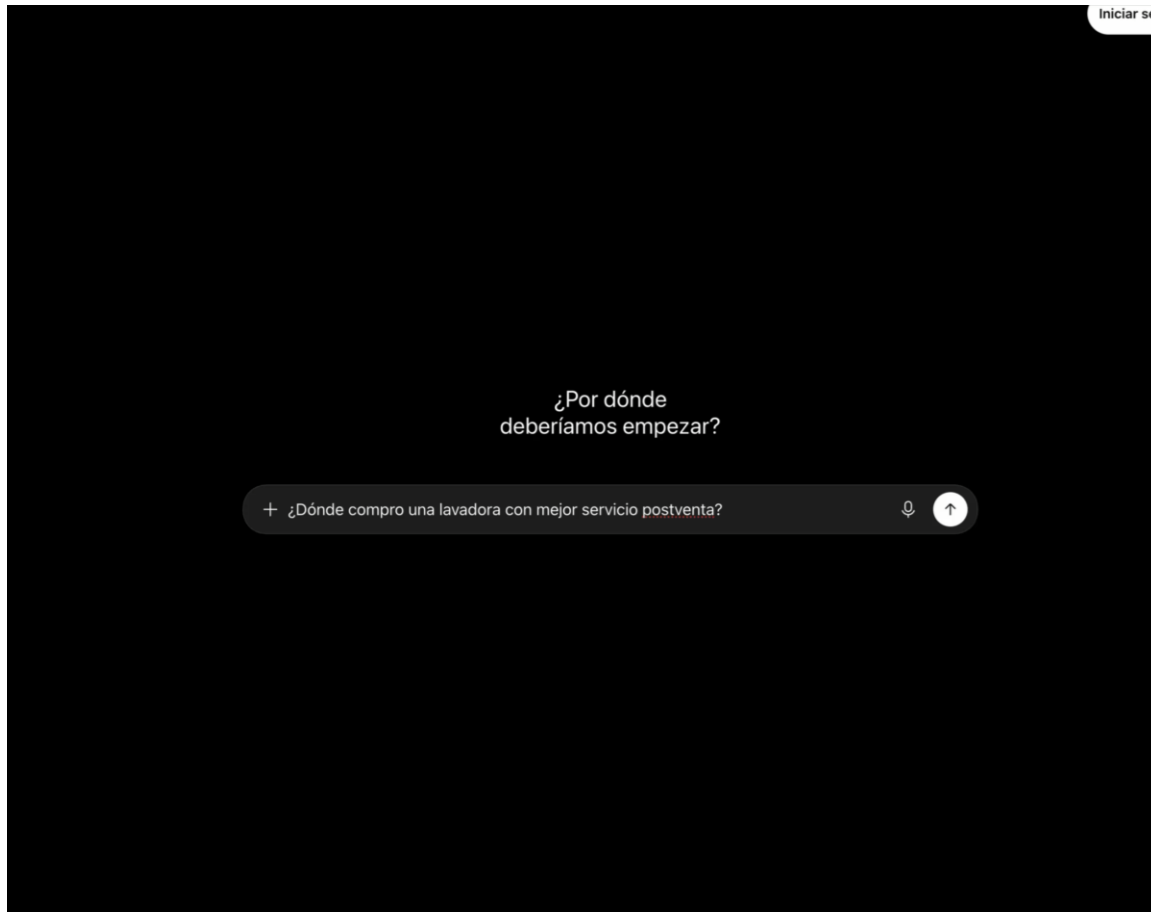
EN PANTALLA

Precios al euro, aseguradora por aseguradora. **Horas antes, la misma pregunta dio otra lista y otros precios.**

QUÉ PASA EN EL VÍDEO

Tabla con cinco aseguradoras, descuento familiar y precio mensual para una familia de cuatro. En la captura de horas antes aparecía AXA y no Adeslas, y los precios eran otros. Cita el blog de otra aseguradora como fuente.

“¿Dónde compro una lavadora con mejor servicio postventa?”



EN PANTALLA

Pregunté dónde comprar y me contestó qué marca. Una marca cae por sus reseñas. Las tiendas son “+ otros”.

QUÉ PASA EN EL VÍDEO

Recomienda Bosch y LG, deja fuera a Siemens por reseñas negativas en Trustpilot y muestra fichas con precio: Leroy Merlin, Alcampo, una tienda de Granada... “+ otros”.

¿Qué tanto tiene la mujer control en combinados en España?

En España, se estima en un 70% "bueno" tener autonomía para decidir si se quiere o no a combinados, pero en México, el porcentaje es menor, al estar en un 50%.

¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales? ¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales? ¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales?

Las mujeres más atractivas del mercado sexual están siendo las siguientes:

Las mejores opciones según tu perfil

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)

¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales?

En México, el porcentaje es menor, al estar en un 50%.

¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales? ¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales? ¿Qué tanto control tienen las mujeres en la decisión de tener o no relaciones sexuales?

Las mujeres más atractivas del mercado sexual están siendo las siguientes:

Las mejores opciones según tu perfil

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)

Cuando buscas un BBA:

- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)
- **Una mujer que sea una buena estudiante** (esta opción es la más efectiva)



- 1 BBVA
- 2 Santander
- 3 Sabadell
- 4 B100

LA PREGUNTA INCÓMODA

¿Quién ha escrito esto sobre ti?

Tu web

Un comparador

Un foro

El propio modelo

BLOQUE 2 · DE 5

¿Por qué pasa esto?

Tres cambios a la vez alrededor de tu marca.



1

Preguntas incómodas

2

Por qué pasa

3

Debajo del capó

4

Lo que se acelera

5

Deberes

BLOQUE 2

¿Por qué pasa esto?

El funnel se ha roto

La decisión se toma dentro de la respuesta.



No eres el único autor

Tu web es una de tres fuentes.

No hay una respuesta única

Cambia con la pregunta, la conversación y el lugar.

Y EL RESULTADO

Te mencionan mal, con la misma seguridad.

El funnel se ha roto



La decisión ha cambiado de sitio: antes llegaba al final de tu web; ahora llega antes de que exista la visita.

¿Dónde la compraría?

Si quieres minimizar problemas cuando haya una avería, además de la marca importa mucho que el vendedor gestione bien instalación, retirada y garantías. Entre las opciones que aparecen ahora mismo:



Bosch WGH244A0ES

★ 4.8 · 1600 reseñas

638,99 € · Leroy Merlin España + otros

Esta Bosch aparece a 638,99 € en Leroy Merlin y tiene una valoración de 4,8/5 con muchas reseñas en el resultado consultado.



Bosch WGG244Z0ES

★ 4.7 · 176 reseñas

555,00 € · Bosch ES + otros



LG F4A1009NWK

378,00 € · Electrodomésticos Centro Granada



Bosch WUU28T68ES

★ 4.8 · 28 reseñas

500,94 € · Leroy Merlin España + otros

La decisión, y hasta el enlace de compra, ocurren dentro de la respuesta.

La tienda queda reducida a "+ otros".

POR QUÉ PASA ESTO

No eres el único autor de tu marca

LO CONTROLAS

Lo que publicas

Tu web, tus fichas, tus preguntas frecuentes.

NO LO CONTROLAS

Lo que dicen de ti

Comparadores, medios, foros, vídeos. Pesan tanto como tú, o más.

NO LO CONTROLAS

Lo que se rellena

Datos de otra versión, otra ciudad u otro producto, cuando le falta información.

FUENTES REALES CITADAS EN LA PRUEBA

BANCA

El blog de un particular → qué cuenta abrir

SEGUROS

El blog de otra aseguradora → comparar a las demás

RETAIL

Trustpilot → deja fuera a una marca de lavadoras

BANCA

Comparadores → casi todas las respuestas

BANCA

Un vídeo de YouTube → la comisión de una transferencia

RETAIL

Una revista de estilo de vida → plazos de devolución

Tu web es una fuente más. Y casi nunca la más citada.

Ni siquiera hay una respuesta

1

Cambia según cómo preguntes

Dos formas de pedir lo mismo. Dos bancos distintos.

CHATGPT

¿Qué banco tiene la mejor cuenta sin comisiones en España?

Si quieres una cuenta principal para cobrar la nómina, recibos, Bizum y usarla normalmente, miraría especialmente Openbank.

→ **Recomienda Openbank**

Quiero una cuenta sin comisiones y sin domiciliar nómina, ¿cuál me recomiendas?

Mi recomendación: BBVA Cuenta Online Sin Comisiones

→ **Ahora, solo BBVA**

2

Se contradice consigo mismo

Mismo modelo, mismo dato, dos conversaciones.

GEMINI

¿Qué tienda tiene mejor política de devoluciones en electrodomésticos?

MediaMarkt
30 días (habitual en su club de fidelización o campañas) / 14 días estándar

Club: 30 días

¿Cuántos días tengo para devolver algo en Mediamarkt?

○ Socios (MediaMarkt Club Card): Si estás registrado en su club, el plazo se amplía hasta 60 días tanto para cambios como para devoluciones. Diario Femenino

Club: 60 días, según una revista

3

Cambia según dónde estés

Nunca le dije dónde estaba. Respondió pensando en Valladolid.

CHATGPT

¿Dónde compro una lavadora con mejor servicio postventa?

En Valladolid, además, he encontrado servicios técnicos que trabajan con Bosch, Balay y otras marcas, lo que es una ventaja adicional. Servicio Técnico Valladolid

→ **Busca talleres en Valladolid**

¿Qué seguro de salud tiene menos copagos?

Si me dices tu edad, provincia (por ejemplo Valladolid), si es para una persona o familia y si quieres hospitalización, puedo compararte las opciones actuales y decirte cuáles tienen 0 € de copago y cuánto cuestan aproximadamente.

→ **Y pone Valladolid de ejemplo**

POR QUÉ PASA ESTO

Lo grave no es que no te mencione. Es que te mencione mal, con la misma seguridad.

Un banco mediano español · "¿Qué comisiones cobra por mantener la cuenta?" · Lo que paga, al trimestre, quien no cumple ningún requisito

GEMINI

máx. **26 €**

✗ No cuadra con la tarifa oficial

GOOGLE

máx. **30 €**

✗ Se contradice en la misma respuesta

CHATGPT

40 €

✗ Cifra correcta, cuenta equivocada

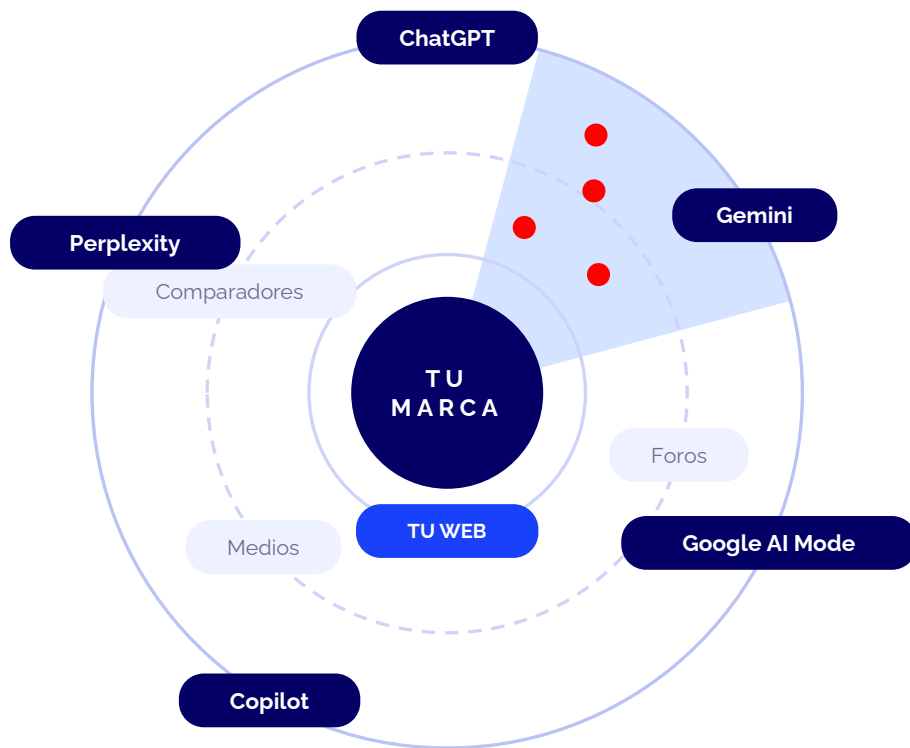
DOCUMENTO OFICIAL

40 €

✓ Cuenta a la vista · sep. 2026

Tres modelos. Tres tarifas. El único que acierta la cifra se equivoca de producto.

Adobe Brand Visibility: lo que la IA ve de tu marca.



Lo que monitoriza Brand Visibility
Interior: tu web. Medio: lo que dicen de ti. Exterior: donde se responde.

Adobe Brand Visibility

LLM Optimizer

+

Semrush



Qué dicen las respuestas

Menciones y cuota de voz frente a tu competencia.

SEMRUSH



Quién es la fuente

Si citan tu web o un comparador.

LLMO + SEMRUSH



Qué preguntas ganas y pierdes

Sobre una base de casi 300 millones de preguntas reales.

SEMRUSH



Qué agentes leen tu web

Qué páginas visitan los bots de IA y cuáles fallan.

LLM OPTIMIZER

Detectar



Priorizar



Corregir



Medir

BLOQUE 3 · DE 5

Lo que hemos visto debajo del capó

Tres casos reales al abrir el CMS.



1

Preguntas incómodas

2

Por qué pasa

3

Debajo del capó

4

Lo que se acelera

5

Deberes

Caso 1 · Gestor propietario sin API

Seguros

Datos sensibles y lógica de negocio



Qué encontramos

Endpoints dentro del CMS sirviendo datos a otras aplicaciones, y páginas publicadas fuera del árbol de navegación.



Por qué marketing no lo veía

Todo vivía en una carpeta fuera del entorno de autoría. Desde el editor, no existía.



Qué costó resolverlo

Sacarlo del CMS y replataformarlo aparte. Un coste que nadie había previsto.



Qué cambió después

El CMS vuelve a su función real: ser el proveedor de contenido.

LA CIFRA

+400

URLs publicadas, sensibles y fuera de control

PARA TU MARCA

Si está publicado, un rastreador puede leerlo. Aunque tú no sepas que existe.

LO QUE ENCONTRAMOS AL ABRIR EL CAPÓ

Caso 2 · El CMS que hacía de CRM

Utility

Datos sensibles y lógica de negocio



Qué encontramos

Lógica de negocio y datos de usuarios duplicados en el CMS y en el CRM.



Por qué marketing no lo veía

Marketing no controla lo que se construye dentro del CMS. Y el CMS acaba haciendo de todo.



Qué costó resolverlo

Semanas: curar el dato, alinear entornos y cambiar dónde se guarda cada cosa.



Qué cambió después

El CMS vuelve a ser proveedor de contenido. Cada dato, en un solo sitio.

LA CIFRA

+15

scripts de gestión de usuarios
viviendo dentro del CMS

PARA TU MARCA

Dos sistemas guardando el mismo dato acaban diciendo cosas distintas.

LO QUE ENCONTRAMOS AL ABRIR EL CAPÓ

Caso 3 · Lo que creían tener

Banca

Inventario previo a la migración



Páginas publicadas

+54 %

Creían tener

+1.500

Había de verdad

2.310



Activos (imágenes, PDFs)

-52 %

Creían tener

+72.000

Había de verdad

34.673

LA CIFRA

0 de 2

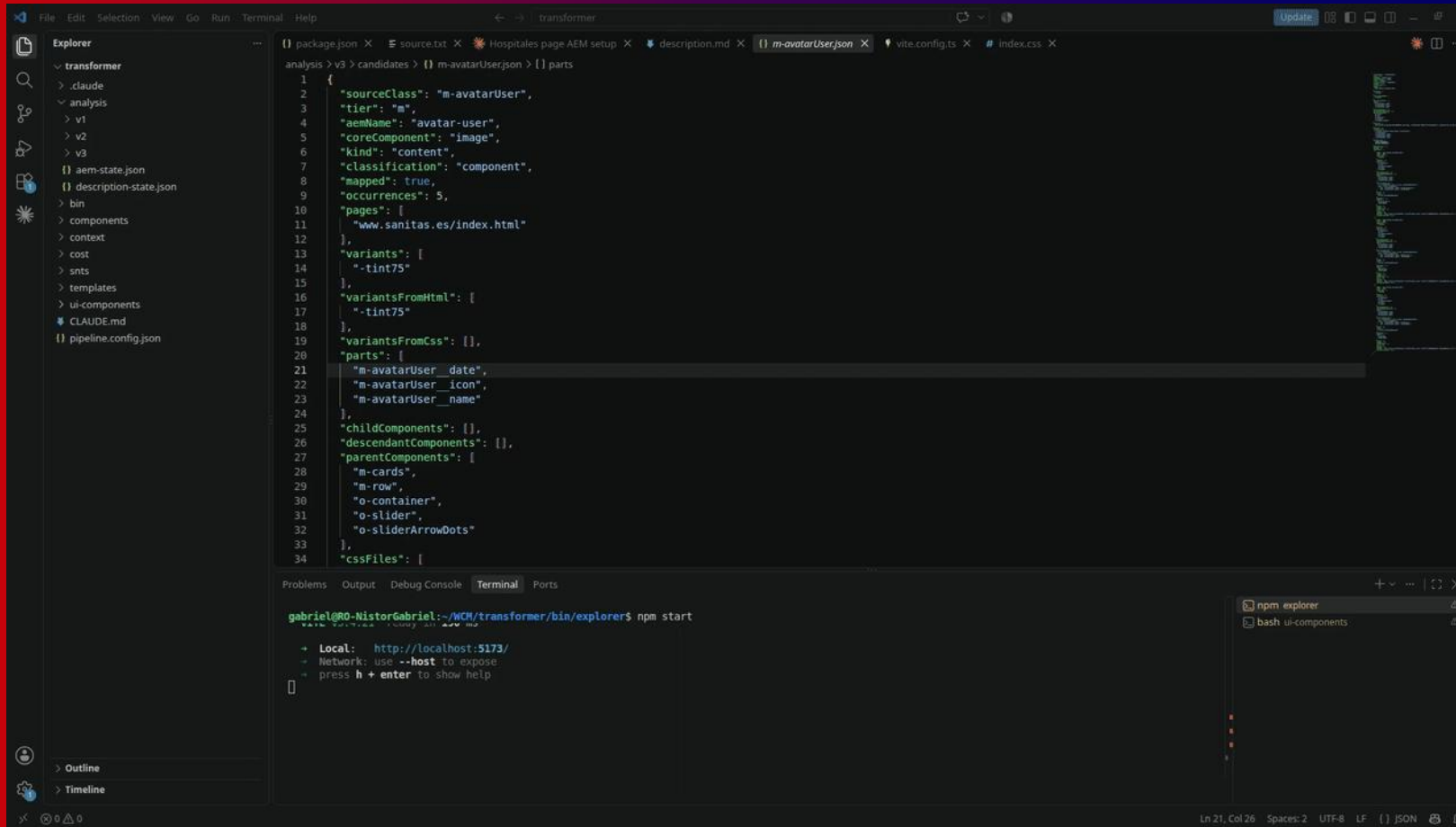
cifras del inventario coincidían
con la realidad.

PARA TU MARCA

Si el inventario falla en las dos direcciones, todo lo que se estime sobre él, también.

LO QUE ENCONTRAMOS AL ABRIR EL CAPÓ

¿Cómo? Con Linneaus conectado con MCPs de Adobe



01 Escanea

Recibe las URLs del sitio actual

02 Recorre

Rastrea las páginas y detecta patrones

03 Pregunta

Una persona confirma cada tipo de bloque

04 Construye

Crea los componentes web

05 Genera

Los convierte en componentes de AEM

Nuestra Plataforma no solo migra o reconstruye si no que analiza en profundidad en busca de inconsistencias y hallazgos que no deberían estar ahí

Un problema, dos caras

LA CAUSA

No sabes qué contenido tienes

Y lo que tienes está:

 Duplicado

 Contradictorio

 Desactualizado

 En un PDF



LO SUFRE MARKETING · BLOQUE 2

No controlas tu relato

Los modelos rellenan con fuentes y versiones que no son tuyas.

3 modelos, 3 tarifas para la misma cuenta

30 o 60 días según la conversación

Un matiz en la pregunta y el banco desaparece



LO SUFRE LA MIGRACIÓN · CASOS 1-3

Tus migraciones se retrasan

El calendario se lo come entender lo que hay, no construir lo nuevo.

+400 URLs fuera de control

+15 scripts de usuarios dentro del CMS

2.310 páginas donde creían tener 1.500

Misma causa, misma primera tarea: **saber qué tienes publicado, dónde y quién responde de ello.**

BLOQUE 4 · DE 5

Lo que se acelera y lo que no

La IA resuelve lo verificable. El criterio sigue siendo tuyo.



1

Preguntas incómodas

2

Por qué pasa

3

Debajo del capó

4

Lo que se acelera

5

Deberes

BLOQUE 4 — LO QUE SE ACELERA Y LO QUE NO

Dónde está la línea

SE ACELERA

Lo verificable

- ✓ Inventariar el contenido
- ✓ Mapear modelos de contenido
- ✓ Detectar contradicciones y duplicados
- ✓ Migrar la estructura

Lo que una máquina puede comprobar. Semanas → días.

NO SE ACELERA

Lo que exige criterio

- Decidir el mensaje
- Validar lo regulatorio
- Aprobar lo editorial
- Responder cuando algo sale mal

Lo firma una persona, con nombre y apellidos.

La IA resuelve lo verificable. Lo que exige criterio sigue siendo vuestro.

LO QUE SE ACELERA Y LO QUE NO

Mendel: Decides una vez. Se publica N veces.

1

CRITERIO

La plantilla

Aprobada por marketing, una sola vez. Aquí, con Experience Modernization Agent de Adobe.

2

LO QUE YA TIENES

El contenido

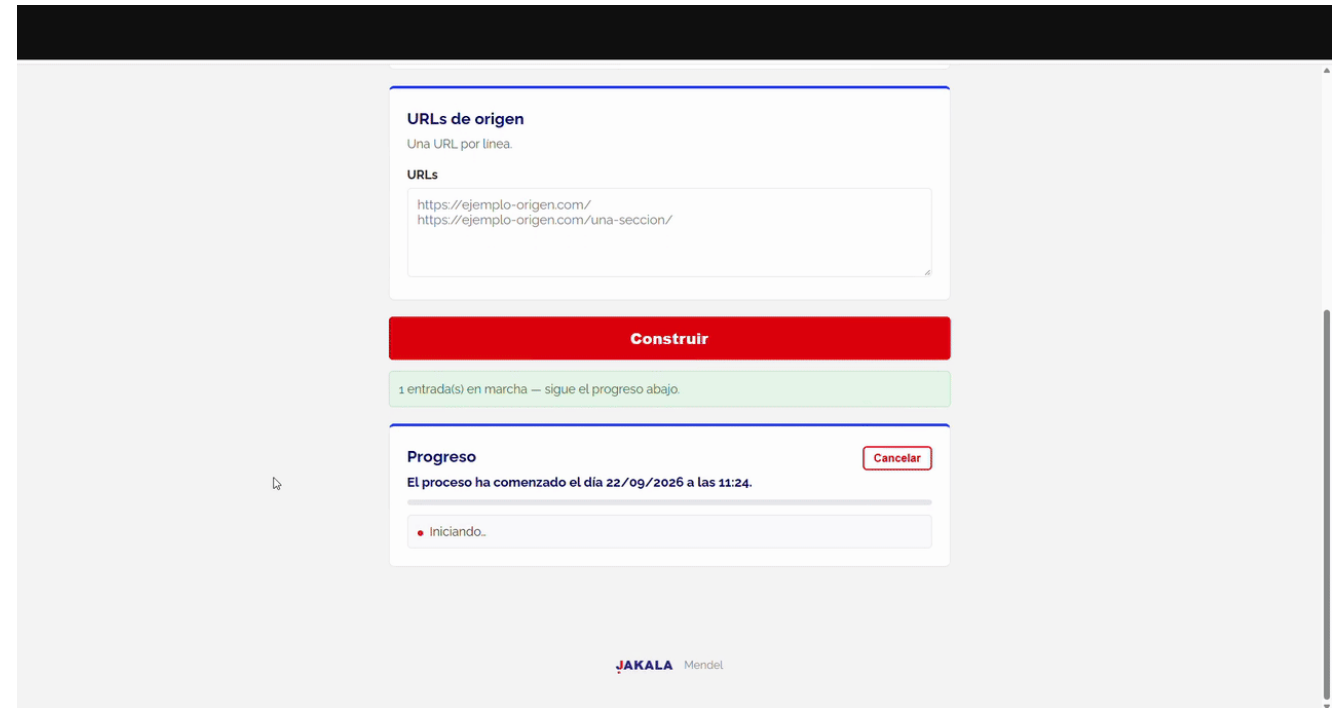
Las URLs de las páginas que ya tienes publicadas.

3

SE ACELERA

N sitios

Mismo esqueleto, distinto contenido. Una landing por producto, un sitio por centro, por país o por marca.

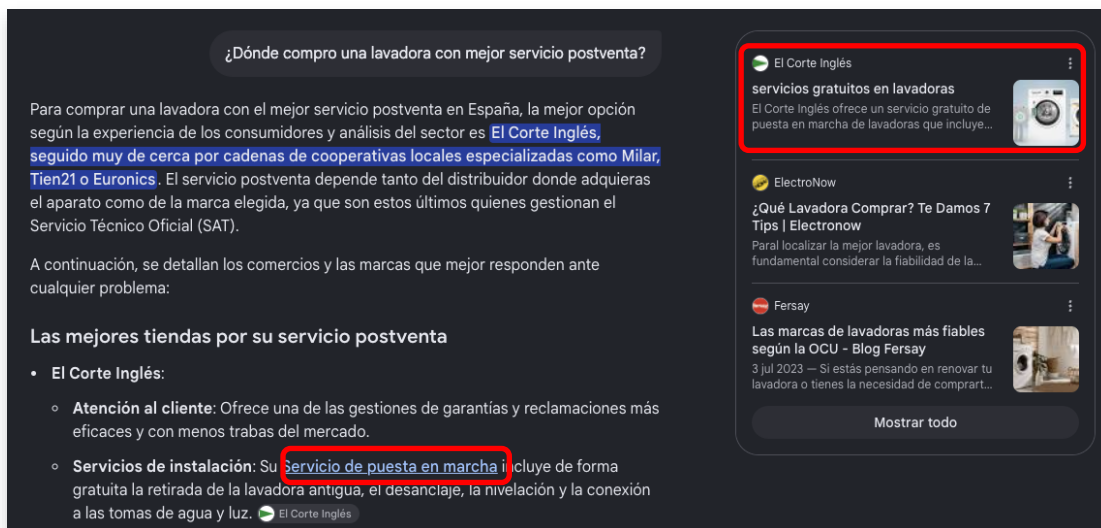


Demo real · agente de JAKALA

La plantilla es la decisión editorial. La réplica es lo que se acelera.

LO QUE SE ACELERA Y LO QUE NO

La tecnología ya no es el cuello de botella. Lo es quién decide.



Google cita la página de El Corte Inglés escrita como respuesta.

DECISIONES QUE SOLO MARKETING PUEDE TOMAR

1

Qué preguntas queréis responder mejor que nadie

¿Cuáles son las diez de vuestra categoría?

2

Qué tiene que ser inequívoco sobre vuestra marca

¿Qué dato no puede aparecer de dos maneras?

3

Quién valida lo que se publica para ser citado

¿Quién firma hoy lo que la IA va a leer?

4

Qué pasa cuando una respuesta os contradice

¿Quién se entera, y qué hace?

El rol que suele faltar: alguien que responda por el contenido que lee la IA.

BLOQUE 5 · DE 5

Deberes para el jueves

Tres cosas que podéis hacer sin presupuesto.



1

Preguntas incómodas

2

Por qué pasa

3

Debajo del capó

4

Lo que se acelera

5

Deberes

Tres cosas para el próximo día, sin presupuesto

01

Preguntad a un modelo por vuestra marca y documentad qué falla.

COMO

Tres modelos, sin sesión, la misma pregunta, capturas con fecha.

02

Coged las diez preguntas reales de vuestros clientes y comprobad si vuestro contenido las responde.

DONDE

Atención al cliente, el buscador de vuestra web, vuestros comerciales.

03

Averiguad quién es hoy el dueño de esto.

PISTA

Si la respuesta es "depende", ya tenéis la respuesta.

Masterclass: Adobe CX Coworker



Matias Acosta (JAKALA)

Head of Adobe Global Hub



Boris Daffos (Adobe)

Manager Solution Consulting
Italy & Iberica chez



Coworker

Coworker

Tu compañero de IA para
marketing y experiencia de cliente.

De la estrategia a la ejecución, convirtiendo la
complejidad en resultados reales — con una simple
conversación.



Hoy, lanzar una campaña es sobre todo coordinación: pantallas, equipos y días



días

de coordinación por campaña

6 pasos

cada uno en una herramienta distinta

6 responsables

cada uno con su propia cola de trabajo

5 traspasos

cada uno, una espera

El trabajo de verdad — pensar la campaña — es una pequeña parte del tiempo; el resto es mover cosas de un sitio a otro.

Un compañero de IA al que le das el objetivo, no la tarea

ANTES · ASISTENTE DE IA

Responde preguntas



¿Cuántos perfiles hay en la audiencia de fidelización?

1,2 M de perfiles

¿Cómo configuro un destino de streaming?

Ve a Destinations > Catalog > ...

...y después el trabajo lo sigues haciendo tú.

AHORA · COWORKER

Hace el trabajo

Crea la audiencia para la promo de primavera y configura el journey de bienvenida.

- Planificar los pasos ✓ **hecho**
- Crear la audiencia · 48.300 perfiles ✓ **hecho**
- Crear el journey de bienvenida · 3 emails ✓ **hecho**
- Validar contra las reglas de marca y consentimiento ✓ **hecho**

Listo para tu aprobación →



El trabajo que antes se repartía entre varias pantallas, varios equipos y varios días ahora ocurre en una sola conversación, en minutos.

Fuente: Adobe Experience League. Disponible de forma general desde el 10 de junio de 2026.

Tú pides, él planifica, ejecuta, valida y tú apruebas: un ciclo que se corrige solo



QUÉ HACE POSIBLE EL CICLO



Skills

Guías reutilizables (en texto plano) que le dicen cómo se hace cada tarea. Puedes crear las tuyas: "guarda este análisis como una skill".



Memoria

Aprende tus preferencias, decisiones y correcciones de una sesión a la siguiente.



Conectores MCP

Acceso gobernado a las aplicaciones de Adobe y a sistemas de terceros.



Gobernanza

Hereda tus permisos de Adobe, pide aprobación, comprueba el cumplimiento antes de ejecutar y guarda un registro de auditoría.

Funcionalidades que nos aporta Adobe CX Coworker


Chat**Disponible**

Tú hablas, él trabaja: informes, audiencias, journeys, dudas de producto, mover configuraciones entre entornos.

Prueba gratuita**QUÉ HACE YA CHAT****Datos**

informes y comparativas · embudos · previsiones · "¿por qué ha caído X?" · resúmenes ejecutivos

Audiencias

crear a partir de texto · estimar tamaño · ver qué condición pesa más · duplicados · publicar

Journeys

crear desde un prompt o desde la imagen de un diagrama · detectar conflictos · analizar abandonos y errores

Operaciones

dudas de producto · inventario de datos · mover esquemas y audiencias entre sandboxes

FUNCIONA EN

Real-Time CDP

Journey Optimizer

Customer Journey Analytics

Adobe Target

AEM

Workfront

Marketo Engage

Ediciones B2B: próximamente

Cómo interactuamos con Adobe CX Coworker



Retail

Prepara la campaña de vuelta al cole: audiencia de familias que compraron el año pasado pero no este, tres emails con nuestra plantilla, y avísame si choca con la campaña de moda.

Audiencia, contenido, secuencia y comprobación de conflictos entre journeys. ✓



Salud y seguros

Configura la bienvenida a los nuevos asegurados: email de alta, guía de la app a los 3 días y recordatorio anual de revisión, solo para quienes hayan dado su consentimiento.

Journey de bienvenida con consentimiento y permisos aplicados antes de ejecutar. ✓



Banca

Objetivo: subir un 3 % el cross-sell de seguro de hogar entre clientes con hipoteca. Propón audiencia, canales y mensaje, y vigila el resultado cada semana.

Plan de campaña con objetivo medible, seguimiento y ajustes propuestos, con aprobación. ✓



Viajes

¿Por qué cayeron las conversiones de la web la semana pasada? Dame un resumen ejecutivo y un journey de recuperación para quienes abandonaron el pago.

Diagnóstico con causa probable, resumen para dirección y journey de carrito abandonado. ✓

Úsalo desde la IA que tu empresa ya tiene: Copilot, Claude, ChatGPT, Gemini

DÓNDE TRABAJA LA GENTE



1 · Adobe Marketing Agent

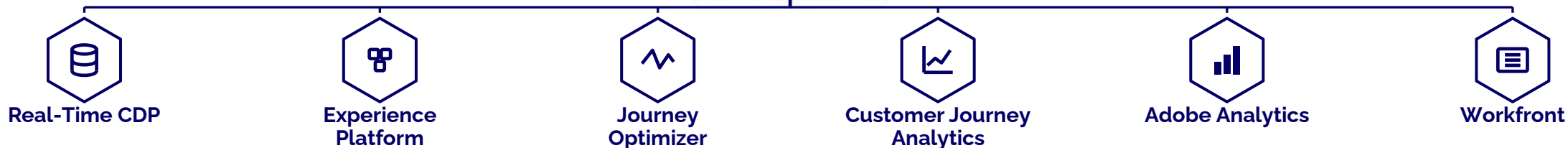
Pregunta desde Copilot, Claude, ChatGPT, Gemini o watsonx y recibe datos de Adobe: audiencias, journeys, rendimiento de campañas.



2 · Gateway (MCP)

Cualquier asistente compatible con MCP trabaja directamente con las herramientas de Adobe: lee y escribe donde esté permitido. Expone solo lo que permiten tu licencia y tus permisos

EN QUÉ FUNCIONA



Por debajo: modelos de AWS, Anthropic, Google, Microsoft, OpenAI o NVIDIA sobre estándares abiertos (MCP y A2A). Adobe no te obliga a elegir un asistente.

Autónomo con supervisión humana, y honesto sobre lo que ya está maduro

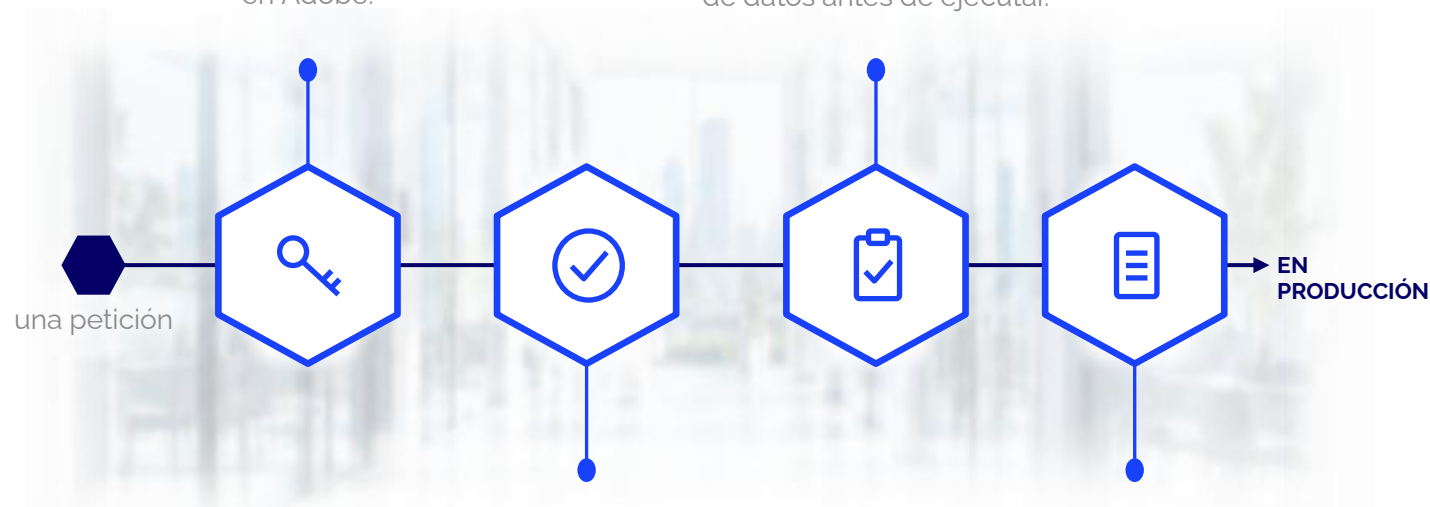
CADA TAREA PASA POR CUATRO PUERTAS

Tus permisos, no otros

Coworker solo ve y toca lo que tú puedes ver y tocar en Adobe.

Comprobaciones previas

Revisa cumplimiento, consentimiento y políticas de datos antes de ejecutar.



Aprobación antes de publicar

Puertas de aprobación en cada fase: nada se activa sin visto bueno.

Registro de auditoría completo

Un registro de qué hizo, cuándo y por instrucción de quién.



Un compañero que hace el trabajo, desde la IA que ya usas, con tus reglas

Menos coordinación, más criterio

El equipo pide objetivos y
revisa resultados.

Sin cambiar de herramienta

Funciona desde Copilot,
Claude, ChatGPT o Gemini,
con los permisos que ya
tienes en Adobe.

Empieza pequeño y medible

Un caso de uso, un objetivo,
cuatro semanas.

SIGUIENTE PASO

Una sesión de descubrimiento de 2 horas con JAKALA

Elegimos tres casos de uso, medimos uno y lo lanzamos como piloto.

SEMANA 1



Elegir tres
casos de uso

SEMANA 2



Elegir uno y
definir la métrica

SEMANA 3



Construirlo con
Coworker

SEMANA 4



Medir y decidir

Reservar la sesión →



Powered by Adobe Mastered by Jakala