

Como escolher a CDP do futuro.

Use esta lista de verificação para investir em uma plataforma de dados de clientes que atenda os desafios do seu negócio.

O futuro da experiência do cliente é construído sobre a confiança. E a confiança depende da utilização dos dados para agregar valor e personalização cada vez que você interage com um cliente.

Com uma plataforma de dados de clientes (CDP), você pode coletar dados de todos os lugares que o cliente interage com sua empresa e consolidá-los em perfis de clientes únicos. Estes perfis podem então ser usados para criar e entregar campanhas de marketing mais personalizadas e experiências consistentes.

Para te ajudar a selecionar a CDP certa para as suas necessidades, uma plataforma que possa garantir o gerenciamento dos seus dados no futuro, nós elaboramos esta lista de verificação da CDP.

5 recursos cruciais da CDP.

1. Perfis unificados em todos os canais e linhas de negócios

Invista em uma única CDP que gerencie dados B2C e B2B com perfis híbridos para pessoas e contas.

- Ela reúne pessoas e dados de conta em perfis unificados?
- Ela pode construir um perfil a partir de dados desconhecidos e adicionar dados conhecidos posteriormente?
- Ela pode conectar identificadores diferentes com perfis de usuários em tempo real?

2. Ingestão em tempo real, atualização de perfil, criação de audiência e ativação

Uma CDP precisa ingerir, processar, qualificar e ativar dados do cliente a uma velocidade que atenda às expectativas de personalização dos consumidores.

- Ingere dados de fontes críticas assim que esses dados se tornam disponíveis?
- Os perfis e segmentos são renovados instantaneamente quando novos dados são ingeridos?
- Você pode transmitir perfis unificados para destinos críticos como Google, Facebook, ou sistemas de personalização no local?

3. Ferramentas de governança produtiva e de consentimento

Procure uma CDP que te permita configurar sua estrutura de governança para atender às exigências de sua equipe de privacidade e construir confiança com seus clientes.

- Oferece capacidades unificadas e automáticas para fazer cumprir as necessidades comerciais, de consumo e regulamentares?
- Pode impor as preferências de consentimento do consumidor para evitar o envio de mensagens no canal errado?
- As regras de governança são configuráveis com base nas exigências da marca e regulamentos regionais?



4. Integrações em nível de perfil com sistemas essenciais

Mantenha seu público centralizado e consistente com perfis de clientes enriquecidos criados pela CDP e compartilhados com seus principais destinos.

- Oferece integrações pré-construídas com suas principais fontes de dados e destinos?
- É suficientemente flexível para suportar o encaminhamento de dados de eventos comportamentais e a ativação de perfis e segmentos para diferentes destinos?
- Oferece integrações com ferramentas além da categoria adtech/martech, tais como infraestrutura de nuvem, data lake e sistemas de atendimento ao cliente que são considerações importantes para sua equipe de TI?

5. Uma verdadeira abordagem de plataforma - extensibilidade e escala por projeto

Escolha uma CDP que cresça com você, apoie novas equipes e use casos com conectividade e colaboração.

- Ela se conecta nativamente a outras aplicações como parte de uma pilha tecnológica mais ampla?
- Você pode construir conectores personalizados para perfis de usuários em sistemas internos ou de parceiros de percepção e ação?
- Fornece ferramentas de colaboração de dados para enriquecer seus dados de primeira parte com insights de parceiros?

“ Uma plataforma de dados do cliente é um investimento em uma ferramenta que terá impacto direto na experiência de seus clientes. A escolha da tecnologia certa é essencial para a adoção interna e o sucesso a longo prazo.

Matt Skinner

Group Manager, Product Marketing, Adobe

Adobe Real-Time Customer Data Platform.

Se sua avaliação mostrar que você precisa de perfis unificados e em tempo real para B2C, B2B, ou tanto pessoas quanto dados de conta, então convidamos você a explorar as capacidades avançadas de gerenciamento de dados da Adobe Real-Time CDP. Ele inclui uma estrutura de governança patentada e configurável com aplicação de consentimento e conectores pré-construídos para centenas de sistemas da indústria, incluindo conectividade nativa para aplicativos Adobe Experience Cloud, bem como a extensibilidade para personalizar integrações quando necessário.

