Adobe

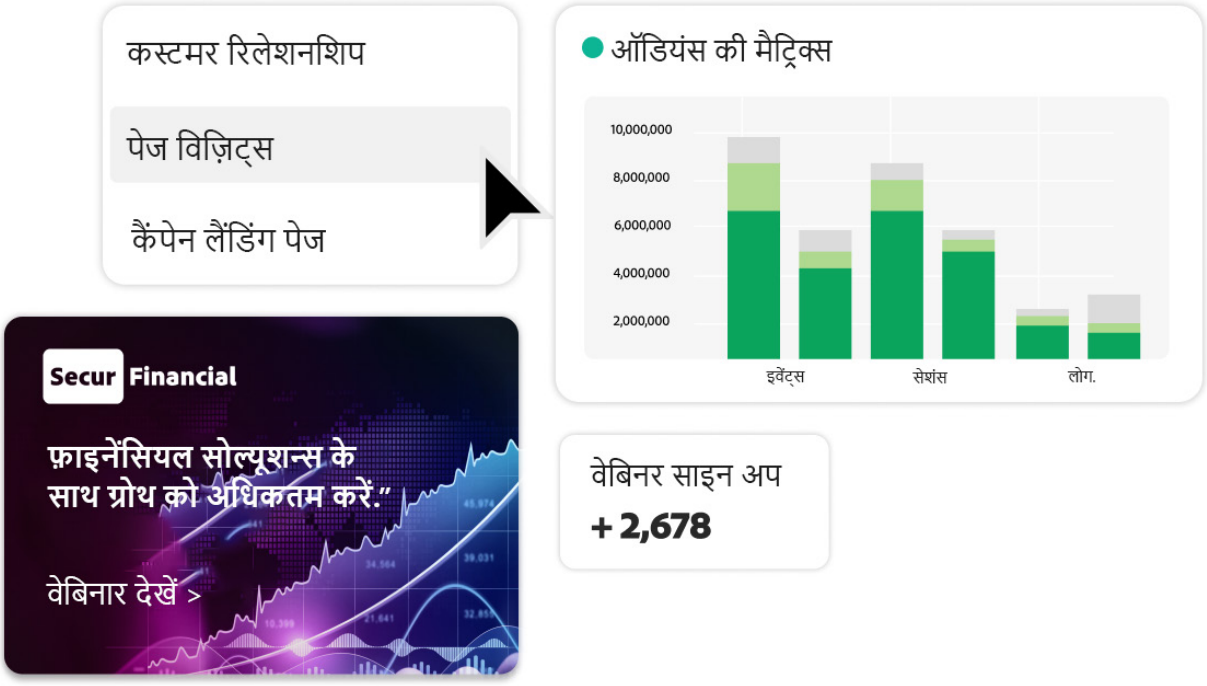
खरीदार की गाइड

कस्टमर डेटा प्लेटफ़ॉर्म खरीदार की गाइड.

आपकी कस्टमर एनालिटिक्स टेक्नोलॉजी के लिए 8 ज़रूरतें

जैसे-जैसे कस्टमर्स की पर्सनलाइज़ेशन और प्राइवेसी के लिए एक्सपेक्टेशन्स बढ़ती जा रही हैं, कंपेटिटिव एडवांटेज मिलने की उम्मीद करने वाले ब्रांड्स को अपनी कस्टमर एनालिटिक्स स्ट्रेटेजी को विकसित करना होगा. मॉडर्न एनालिटिक्स स्ट्रेटेज़ी के दो सबसे ज़रूरी कॉम्पोनेन्ट हैं: फ़र्स्ट-पार्टी डेटा के आधार पर कस्टमर का यूनिफ़ाइड व्यू बनाना और कस्टमर ज़र्नी का सिक्वेंसियल व्यू विकसित करना.

कई एनालिटिक्स केटेगरीज़ का मिलन - ख़ासकर मार्केटिंग और प्रोडक्ट - ब्रांड्स के लिए अपने कस्टमर्स को अच्छी तरह से समझने की ज़रूरत को दिखाता है. बेशक, रास्ते में आर्गेनाइज़ेशनल और तकनीकी चुनौतियां हैं जिन पर काबू पाना है. Adobe Experience Platform पर आधारित Adobe Customer Journey Analytics इन चुनौतियों का समाधान करने के लिए एक आइडियल सोल्यूशन है. यह बेहतरीन क्रॉस-चैनल कस्टमर इनसाइट्स, डेटा मैनेजमेंट, एडवांस्ड यूज़र-लेवल रिपोर्टिंग, गाइडेड एनालिसिस वर्कफ़्लो, और सिक्योर सेंसिटिव डेटा हैंडलिंग देता है, साथ ही IT ओवरहेड को कम करता है और डेटा एक्सेस को सबके लिए सुलभ बनाता है.



मॉडर्नाइज़ेशन की ज़रूरत.

अपने कस्टमर्स की अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए, ब्रांड्स को सभी चैनलों पर उनके कस्टमर्स की मंशा, पसंद और व्यवहार को समझना चाहिए. ब्रांड्स को क्रॉस-चैनल कस्टमर डेटा को तेज़ी से बिज़नेस एक्शंस में बदलने की क्षमता भी चाहिए, ताकि कस्टमर एक्सपीरियंस में सुधार हो — यह कोई छोटा काम नहीं है.

मार्केटर्स, डिजिटल लीडर्स, और प्रोडक्ट टीमें प्रत्येक कस्टमर और उनकी यात्रा का यूनिफ़ाइड व्यू चाहती हैं, लेकिन अक्सर ये टीमें silos में काम करती हैं. Breaking down silos - जिससे टीमें सभी एनालिटिक्स सोर्सेज़ से ओम्नीचैनल डेटा तक पहुंच सकें, शेयर कर सकें और उस पर एक्ट कर सकें - कॉम्पटिटिव एडवांटेज़ के साथ काम करने के पहले क़दमों में से एक है. कस्टमर के इस होलिस्टिक व्यू पाने में मुख्य बाधा तकनीक है.

आज की कस्टमर एनालिटिक्स सोल्यूशंस कस्टमर-सेंट्रिक ऑर्गनाइज़ेशन्स की ज़रूरी पहलों को पूरा करने के लिए नहीं बनी हैं, जिसमें शामिल हैं:

- पर्सन-बेस्ड डेटा के आधार पर कस्टमर का सरल और यूनिफ़ाइड व्यू बनाना.
- यात्रा के दौरान कस्टमर इनसाइट्स को पहचानना ताकि रुकावटें कम हों और कस्टमर सेटिस्फ़ेक्शन में सुधार हो
- एक कंप्लायेंट और प्राइवेसी-सेफ़ डाटा मैनेजमेंट रणनीति को डेवेलप करना
- रैपिड डेटा एनालिसिस, मैनेजमेंट, कंटेंट पर्सनलाइज़ेशन, और ज़र्नी ऑर्केस्ट्रेशन के लिए AI को डिप्लॉय करना

कई मामलों में, ब्रांड्स इन इनिशिएटिव्स को अड्रेस करने के लिए जनरल-पर्पस बिज़नेस इंटेलिजेंस (BI) टूल्स पर निर्भर करते हैं, लेकिन ये टूल्स कस्टमर की ज़र्नी का ऐसा कॉम्प्रीहेंसिव व्यू प्रदान करने के लिए डिज़ाइन नहीं किए गए हैं. ट्रेडिशनल BI टूल्स को अधिकांश ऑर्गनाइजेशन्स की मॉडर्न एनालिटिकल ज़रूरतों को पूरा करने के लिए सिग्निफ़िकेंट डेटा इंजीनियरिंग और कोड-इंटेंसिव स्किल्स की ज़रूरत होती है. इसका नतीजा एनालिटिक्स मार्केट में एक गैप है, जहां ब्रांड्स कस्टमर जर्नी एनालिसिस वर्कफ़्लो को स्ट्रीमलाइन करने और उनके टाइम-टू-इंसाइट को बेहतर बनाने के लिए सॉल्यूशन की तलाश कर रहे हैं, जिससे बेहतर बिज़नेस आउटकम्स मिलेंगे.

कस्टमर एनालिटिक्स मॉडर्नाइज़ेशन रोडमैप.

ज़्यादातर ऑर्गनाइज़ेशन्स के पास किसी न किसी प्रकार की एनालिटिक्स सर्विस होती है, लेकिन वे अभी भी अपने कस्टमर्स और बिज़नेस को पर्याप्त वैल्यू प्रदान नहीं कर रही हैं. "आइए मॉडर्नाइज़ेशन रोडमैप पर नज़र डालते हैं और देखते हैं कि कस्टमर एनालिटिक्स की केपेबिलिटीज़ को बढ़ाने और आपकी टीम्स को ऑडियंसेज़ और उनकी क्रॉस-चैनल जर्नी की गहरी समझ देके कैसे एक बड़ा इम्पैक्ट बनाया जा सकता है.

शुरुआत में, ज़्यादातर ऑर्गनाइजेशन्स साइलोड डिज़िटल एनालिटिक्स पर निर्भर करते हैं, जिससे कस्टमर और उनकी जर्नी का एक फ़्रैग्मेंटेड व्यू मिलता है. अपने कस्टमर डेटा का एक्शनएबल इनसाइट्स के लिए लाभ उठाने के लिए, ऑर्गनाइज़ेशन्स को पहले व्यक्ति-आधारित, ज़र्नी-ओरिएंटेड पर्सपेक्टिव अपनाना चाहिए.

अगला क़दम एक मज़बूत कस्टमर एनालिटिक्स सॉल्यूशन पर विचार करना है - जैसे कि कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स - जो क्रॉस-चैनल कस्टमर एनालिसिस करने के लिए डिज़ाइन किया गया है. यह Adobe Analytics और अन्य कस्टमर एनालिटिक्स सॉल्यूशन्स की लिमिटेशंस को एड्रेस करता है, एक ज़्यादा कंप्रीहेंसिव, AI-असिस्टेड टूल्स का सेट प्रदान करके जिससे कस्टमर ज़र्नी को समझा जा सकता है.

अतिरिक्त अनिवार्यताएं

- इंज़ेश्चन और डेटा कैपेसिटी नीड्स
- कस्टमर ट्रस्ट बनाए रखने के लिए एनहांस्ड सिक्योरिटी, सुरक्षा और शासन
- स्ट्रिमिंग मीडिया माप
- नॉन-एनालिस्ट्स के लिए सेल्फ़-सर्व हेतु सिम्पलीफ़ाइड एनालिसिस

कस्टमर एनालिटिक्स के लिए 8 महत्वपूर्ण ज़रूरतें.

1. **कॉम्प्रीहेंसिव कस्टमर इनसाइट्स:** ब्रांडों में अक्सर चैनल्स और डिवाइसेज़ में कस्टमर जर्नीज़ की विज़िबिलिटी की कमी होती है, जिससे अनजान फ़्रिक्शन पॉइंट्स बनते हैं. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स आपको सभी टचपॉइंट्स - डिज़िटल और ऑफ़लाइन - से कस्टमर डेटा को इनज़ेस्ट, यूनिफ़ाई और विज़ुअलाइज़ करने की इजाज़त देता है, बिना डेटा साइंस एक्सपर्टीज़ के. यह आपको बिना किसी देरी के इनसाइट्स को ज़ल्दी से डिस्कवर करने में मदद करता है ताकि आप सीमलेस और पर्सनलाइज़्ड कस्टमर एक्सपीरियंस दे सकें

2. **एफ़िशिएंट डेटा मैनेजमेंट:** वर्तमान में डेटा कलेक्शन और प्रोसेसिंग का काम मुश्किल, ग़लतियों के साथ और इंफ़्लेक्सिबल होता है. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स मॉडर्न डेटा मैनेजमेंट कैपेबिलिटीज़ देता है जैसे डेटा कलेक्शन के बाद डायनामिकली मॉडिफ़ाई और करेक्ट करना, जिससे डेटा हैंडलिंग ज़्यादा असरदार हो जाता है और IT और एनालिटिक्स टीमों पर ऑपरेशनल बोझ कम पड़ता है.

3. **फ़्लेक्सिबल डेटा एनालिसिस:** ऑर्गनाइज़ेशन्स वर्तमान में पहले से तय डेटा स्ट्रक्चर्स की लिमिटेशन्स द्वारा रोके जाते हैं, जो उनके लिए बदलते बिज़नेस प्रश्नों का उत्तर देना मुश्किल बनाता है. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स आपको डेटा कलेक्शन के बाद इसे मॉडिफ़ाई करने की इजाज़त देता है — जैसे नए मेट्रिक्स या डाइमेंशन्स जोड़ना और एट्रिब्यूशन विंडोज़ या सेशन विंडोज़ को मॉडिफ़ाई करना.

4. **एडवांस्ड यूज़र-लेवल रिपोर्टिंग:** कस्टमर्स के बढ़ते डिवाइसेज़ और चैनल्स पर समय बिताने के साथ, ऑर्गनाइज़ेशन्स को सटीक ट्रैकिंग और रिपोर्टिंग डेटा इकट्ठा करने में नई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है. कस्टमर जर्नी एनालिटिक्स मल्टीपल डेटा सेट्स से डेटा को यूनिफ़ाई करता है (जिसमें अक्सर एक कंसिस्टेंट ID की कमी होती है) और एक आइडेंटिटी ग्राफ़ का इस्तेमाल करके हर कस्टमर के लिए एक सिंगल ID बनाता है, जिससे व्यापक कस्टमर ज़र्नी का विश्लेषण आसान हो जाता है.

5. **कस्टमर डेटा प्रोटेक्शन:** ऑर्गनाइज़ेशन्स को पर्सनली आइडेंटिफ़ाइअबल इन्फ़ॉर्मेशन (PII) और प्रोटेक्टेड हेल्थ इन्फ़ॉर्मेशन (PHI) जैसे सेंसिटिव डेटा को सुरक्षित रूप से मैनेज और एनालाइज़ करने की ज़रूरत का सामना करना पड़ता है. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स जैसे एक सिक्योर कस्टमर एनालिटिक्स प्लेटफ़ॉर्म रेग्युलेटरी स्टैंडर्ड्स का पालन करता है, जिससे आप कस्टमर बिहेवियर्स में डीप इनसाइट्स पा सकते हैं और यूज़र प्राइवेसी को सुरक्षित रख सकते हैं.

6. **रिड्यूस्ड IT और एनालिटिकल ओवरहेड:** बिज़नेस इंटेलिजेंस और एनालिटिक्स टीमें अक्सर डेटा एक्सपोर्टिंग और SQL क्वेरी करने जैसे मैनुअल प्रोसेस में काफ़ी समय और संसाधन ख़र्च करती हैं, जो महंगा और कारगर नहीं होता है. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स इन प्रोसेस को ऑटोमेट कर सकता है, जिससे संसाधनों को ज़्यादा स्ट्रैटेजिक एक्टिविटीज़ के लिए फ़्री कर सकता है और इनसाइट पाने में लगने वाले समय को कम कर सकता है.

7. **डिसेंट्रलाइज़्ड डेटा एक्सेस:** स्पेशलाइज़्ड एनालिटिक्स टीमों पर निर्भर ऑर्गनाइज़ेशन्स फ़ैसले लेने की प्रक्रियाओं में बाधाओं का सामना कर सकते हैं. कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स के साथ, आप गाइडेड एनालिसिस व्यूज़ के ज़रिए डेटा एक्सेस को डेमोक्रेटाइज़ कर सकते हैं, जिससे प्रोडक्ट और मार्केटिंग टीमें तेज़ी से और स्वतंत्र रूप से इन्फ़ॉर्म्ड डिसीज़न्स ले सकती हैं.

8. **इंटीग्रेटेड जेनरेटिव AI:** बड़ी मात्रा में ग्राहक डेटा की व्याख्या करने के लिए जेनरेटिव AI का इस्तेमाल डिसिज़न-मेकिंग प्रोसेस में काफ़ी तेज़ी ला सकता है और वैल्युएबल इनसाइट्स को अनकवर कर सकता है. एम्बेडेड जेनरेटिव AI क्षमताओं के साथ, कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स डेटा एनालिटिक्स को एकमात्र डिस्क्रिप्टिव फ़ंक्शन से बदलकर एक प्रिडिक्टिव और प्रिस्क्रिप्टिव पावरहाउस बना देता है, जिससे इनोवेशन, ROI, और अन्य फ़ायदे मिलते हैं.

कस्टमर ज़र्नी एनालिटिक्स और कॉमन कस्टमर एनालिटिक्स सॉल्यूशन्स के बीच मुख्य अंतर.

जब कस्टमर एनालिटिक्स सॉल्यूशन वेन्डर्स का मूल्यांकन कर रहे हों, तो हम इन क्षमताओं की तलाश करने और उन्हें अपने बिज़नेस की जरूरतों से तुलना करने की सलाह देते हैं.

केपेबिलिटी	बिज़नेस वैल्यू	अन्य एनालिटिक्स सॉल्यूशन	Customer Journey Analytics
कस्टमर डायमेंशन	अनलिमिटेड डाइमेंशन्स ऑफ़र करता है, जिससे न्यूमेरिक, टेक्स्ट, ऑब्जेक्ट्स, लिस्ट्स, या मिक्स्ड वैल्यूज के साथ अधिक व्यापक और फ्लेक्सिबल डेटा एनालिसिस की अनुमति मिलती है.	☐	कोई सीमा नहीं
यूनिक वैल्यूज़ या डेटा एलिमेंट्स	यह सुनिश्चित करता है कि रिपोर्टिंग और विश्लेषण में कोई सीमा न हो, एक ही आयाम में असीमित यूनिक वैल्यूज़ या डायमेंशन आइटम्स की इजाज़त देकर ज़्यादा विस्तृत और सूक्ष्म इनसाइट्स देता है	☐	कोई सीमा नहीं
कस्टमर एट्रिब्यूट्स	यह सुनिश्चित करता है कि रिपोर्टिंग और एनालिसिस में कोई सीमाएं न हों, एक ही डाइमेंशन में अनलिमिटेड यूनिक वैल्यूज़ या डाइमेंशन आइटम्स की अनुमति देकर ज़्यादा डिटेल्ड और सूक्ष्म इनसाइट्स पाए जा सकें.	☐	कोई सीमा नहीं
डेटा व्यूज़	री-इम्प्लीमेंटेशन के बिना डेटा में बदलाव या उसे हटाने की इज़ाजत देता है. डाइमेंशन्स को सबस्ट्रिंग्स का इस्तेमाल करके मैनिपुलेट करने, किसी भी वैल्यू से मेट्रिक्स बनाने, और सब-इवेंट्स को फ़िल्टर करने की इज़ाजत देता है, वह भी बिना डेटा को नष्ट किए.	☐	✓
डेराइव्ड फ़ील्ड्स	तुरंत और पिछली तारीख़ के कॉम्प्लेक्स डेटा बदलाव ऑन-द-फ्लाई लागू करने की इज़ाजत देता है, जिससे रिपोर्टिंग समय के दौरान रुल-बेस्ड डेटा मैनिपुलेशन और प्रोसेसिंग का समर्थन होता है, बिना डेटा को फ़िर से इन्ज़ेस्ट या री-राइट किए.	☐	✓
इंटेलिजेंट कैप्शन्स	डेटा में प्रमुख ट्रेंड्स और महत्वपूर्ण इवेंट्स का ऐनलाइज़ करके नेचुरल लैंग्वेज इनसाइट्स ऑटोमेटिकली जेनरेट करता है, जिससे डेटा की इंटरप्रिटेशन को बढ़ावा मिलता है.	☐	✓
फ़ील्ड-आधारित पहचान जुड़ाव	बिना ऑथेंटिकेटेड और ऑथेंटिकेटेड सेशन्स से डिवाइस-स्पेसिफ़िक डेटा सेट्स को आसानी से जोड़ता है, जिसमें ज्ञात डिवाइसेस के लिए हिस्टोरिकल डेटा को बैकफ़िल करने की क्षमता होती है.	☐	✓
ग्राफ़-बेस्ड स्टिचिंग	Adobe Experience Platform आइडेंटिटी ग्राफ़ में किसी भी आइडेंटिटी के आधार पर सभी कस्टमर डेटा सेट्स को जोड़कर, सिंगल डेटा सोर्स पर आधारित आइडेंटिटी-बेस्ड स्टिचिंग से आगे बढ़ता है. Adobe Real-Time Customer Data Platform या Adobe Journey Optimizer में बनाए गए ऑडियंस को मापता और समझता है और पर्सनलाइज़ेशन को सुधारने के लिए कस्टमर व्यवहार और पसंद को ज़्यादा गहराई से समझता है.	☐	✓
टाइम-सीरीज़ फ़ोरकास्टिंग	पिछले डेटा के आधार पर आंकड़ों की भविष्यवाणियां करता है, जो प्लानिंग, बजटिंग, रिस्क मैनेजमेंट, रिसोर्स एलोकेशन, और परफ़ॉर्मेंस इवैल्यूएशन में मदद कर सकती हैं. फ़्रीफ़ॉर्म टेबल्स और लाइन ग्राफ़ विज़ुअलाइज़ेशन में उपलब्ध है, जिसमें कस्टमाइज़ेबल सेटिंग्स होती हैं.	☐	✓
एक्सपेरिमेंटेशन एनालिसिस	ऑनलाइन और ऑफ़लाइन सहित, किसी भी सोर्स से डेटा का इस्तेमाल करते हुए किसी भी एक्सपेरिमेंट के लिफ़्ट और कॉन्फ़िडेंस को इवैल्युएट करें.	☐	✓
अट्रिब्यूशन मॉडल्स	क्रॉस-चैनल डेटा का इस्तेमाल करता है और फ़्लेक्सिबल अट्रिब्यूशन विंडोज़ ऑफ़र करता है ताकि जटिल कस्टमर जर्नीज़ में ज़्यादा समृद्ध इनसाइट्स प्राप्त हो सकें.	☐	✓
गाइडेड एनालिसिस वर्कफ़्लोज़	मार्केटर्स, प्रोडक्ट मैनेजर्स, और एनालिटिक्स टीमों को तुरंत अपने प्रोडक्ट एक्सपीरियंस और कस्टमर डेटा को समझने देता है.	☐	✓
डेटा एक्सपोर्ट केपेबिलिटीज़	मिलियन्स ऑफ़ रोज़, मल्टिपल ब्रेकडाउन, सेग्मेंटेशंस, कैल्कुलेटेड मेट्रिक्स, और पावरफ़ुल एड-हॉक और शेड्यूल्ड रिपोर्टिंग के लिए सपोर्ट प्रदान करता है.	☐	✓
एड हॉक SQL एनालिसिस	Adobe Experience Platform डेटा लेक में इन्जेस्ट किए गए डेटा पर एड-हॉक SQL क्वेरीज़ की इजाज़त देता है, जिससे एक्सप्लोरेशन और वैलिडेशन की सुविधा मिलती है.	☐	✓
BI extension (via SQL)	यूज़र्स को कस्टमर जर्नी एनालिटिक्स में समान मेट्रिक्स और डाइमेंशन्स को उनके पसंदीदा बिज़नेस इंटेलिजेंस टूल में क्वेरी करने की इजाज़त देता है.	☐	✓

आपकी सभी ज़रूरतों को पूरा करने वाली कस्टमर एनालिटिक्स टेक्नोलॉजी — Adobe Customer Journey Analytics.

Adobe Customer Journey Analytics एक आधुनिक कस्टमर एनालिटिक्स सॉल्यूशन के लिए सभी बॉक्स चेक करता है. यह ऑर्गनाइज़ेशन्स को विभिन्न चैनल्स, डिवाइसेस और समय के ज़रिये कस्टमर आइडेंटिटीज़ और इंटरैक्शंस को जोड़कर एक फ़र्स्ट-पार्टी डेटा स्ट्रैटेज़ी में बदलने का अधिकार देता है. यह डेटा फ़्लेक्सिबिलिटी और गवर्नेंस को AI-ड्रिवन इनसाइट्स और होलिस्टिक एनालिसिस के साथ जोड़ता है. और यह ऑर्गनाइज़ेशन्स को कस्टमर्स एक्सपीरियंस की तेज़ी से बढ़ती मांगों को पूरा करने, नए डेटा नियमों का पालन करने, और एक तेज़ी से कॉम्पिटेटिव बाज़ार में आगे रहने के लिए आवश्यक गति, पैमाना, और कुशलता के साथ सुलभ और सटीक कस्टमर इनसाइट्स प्रदान करता है.

इस बारे में और जानें कि कैसे Adobe Customer Journey Analytics आपके कस्टमर्स के जर्नीज़ को समझने और उन्हें अद्भुत रियल-टाइम एक्सपीरियंस के साथ पाने में मदद कर सकता है.

ज़्यादा जानें

Adobe

Adobe, Adobe लोगो, Adobe Experience Platform, और Adobe Customer Journey Analytics संयुक्त राज्य अमेरिका और/या अन्य देशों में या तो रजिस्टर्ड ट्रेडमार्क हैं या Adobe के ट्रेडमार्क हैं. © 2025 Adobe. सभी राइट्स रिज़र्व्ड हैं।