Adobe

Guia

Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration para marcas.

Como a Collaboration ajuda marcas a planejar, conduzir e medir campanhas mais impactantes.

As necessidades e as expectativas de clientes são dinâmicas, o que força as marcas a adaptar suas estratégias de publicidade. Consumidores gastam mais tempo em canais não tradicionais, desde smart TVs até áudio digital. Isso dificulta a tarefa de alcançar as pessoas com anúncios relevantes e oportunos. Muitas organizações trabalham com ferramentas e silos fragmentados, o que dificulta o gerenciamento e o uso de dados, mesmo com consumidores e órgãos reguladores exigindo políticas de privacidade mais rigorosas. Como resposta a isso, as marcas precisam encontrar novas maneiras de conquistar públicos valiosos, colaborando diretamente com editores e respeitando os padrões de privacidade.

Com a Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) Collaboration, as marcas publicitárias têm um aplicativo de colaboração de dados com foco em privacidade. Assim, elas conseguem trabalhar com editores para descobrir, alcançar e medir públicos premium em qualquer lugar. Esse aplicativo facilita o gerenciamento de campanhas em todos os canais, fornece insights para otimizar as campanhas e respeita o consentimento do cliente e os regulamentos de privacidade. Para as marcas, ele otimiza a identificação e a análise de públicos para distribuir campanhas de impacto com resultados mensuráveis. Com uma arquitetura inovadora e uma experiência do usuário muito simples, a Real-Time CDP Collaboration oferece o que as marcas precisam de maneira mais rápida, segura e com maior eficiência operacional.

Neste guia, analisamos três casos de uso comuns para as marcas que usam a Real-Time CDP Collaboration, além de exemplos de como ela simplifica significativamente as estratégias de mídia com base em públicos, viabilizando a aquisição de novos clientes, o engajamento e a retenção.

Três principais casos de uso da Real-Time CDP Collaboration

1. **Alcance novos públicos para planejar campanhas de maior impacto.**

   Graças à Real-Time CDP Collaboration, as marcas podem colaborar com editores para moldar estratégias de publicidade mais impactantes identificando públicos com oportunidades de direcionamento. Ao conectar os dados de público de maneira direta por meio das fontes de dados preferidas de anunciantes, as marcas podem:

   - Conectar-se com editores premium e parceiros confiáveis para maximizar a inteligência do público e as oportunidades de engajamento
   - Identificar e ativar os canais mais relevantes para suas ações de marketing
   - Ter insights valiosos sobre a sobreposição com públicos de editores, sem mover ou combinar dados brutos do cliente

2. **Aumente o alcance direcionando públicos-alvo valiosos por meio de canais de editores.**

   A Real-Time CDP Collaboration facilita a colaboração centralizada e com proteção de privacidade entre marcas e editores em um ambiente neutro com interface intuitiva. Com o uso de públicos de editores para ações de prospecção, de redirecionamento e de marketing conjunto, as marcas podem:

   - Trabalhar com editores para ativar e engajar de maneira direta segmentos altamente relevantes com mais precisão
   - Aprimorar o grupo de públicos incorporando insights complementares e dados mais completos dos parceiros de identidade
   - Ter gastos mais eficientes com anúncios e melhorar o desempenho das campanhas e as conversões
   - Expandir os públicos com facilidade e segurança usando a modelagem por semelhança (em breve)

3. **Comprove o impacto da campanha com a medição baseada em resultados (lançamento no início de 2025).**

   Com a Real-Time CDP Collaboration, anunciantes e editores têm ferramentas intuitivas para acompanhar, otimizar e compartilhar o desempenho de publicidade. Ela fornece painéis de desempenho por demanda que otimizam as operações e simplificam os processos manuais, incluindo as tarefas a seguir:

- Informar o desempenho das campanhas para otimizar as campanhas, os canais e os anúncios atuais e futuros
- Sobrepor dados de exposição, de canal e de conversão para entender melhor os resultados das campanhas

Experiências (e resultados) melhores para marcas e editores

Agora que abordamos alguns casos de uso comuns, vamos analisar duas implementações hipotéticas para descobrir como a Real-Time CDP Collaboration melhora a compra de anúncios e a experiência de prospecção, além dos resultados das campanhas.

A experiência de compra direta de anúncios hoje em dia sem a Real-Time CDP Collaboration.

A equipe de mídia paga de uma marca quer direcionar públicos por meio de smart TVs (ação operada por editor), um canal que nunca testaram. Para conduzir uma campanha, a equipe configura um ambiente de data clean room com o editor, e as duas partes consultam seus conjuntos de dados para entender as sobreposições e planejar a campanha.

É necessário repetir o processo para cada editor, e a equipe precisa considerar as estruturas de dados e os requisitos únicos.

Conclusão: um processo manual e demorado que atrasa as campanhas, além de ser um caminho ineficiente para alcançar os objetivos da empresa.

A experiência de compra direta de anúncios com a Real-Time CDP Collaboration.

A equipe de mídia paga da marca não precisa fazer upload de listas ou transferir e manipular os dados. Em vez disso, a Real-Time CDP Collaboration lê dados de público da marca e do editor de maneira segura para gerar relatórios de sobreposição em tempo real.

Com base nos insights, a equipe de mídia paga escolhe os melhores públicos para ativação nos canais do editor, além de uma lista de compradores recentes que serão removidos dessa campanha. O editor faz a ativação e mostra anúncios para o público selecionado.

No fim da campanha, o editor disponibiliza à marca um relatório de medição sobre o alcance. A marca adiciona de maneira segura os dados de conversão de vendas da campanha e fecha o ciclo para medir o impacto de vendas.

Conclusão: graças à segurança dos fluxos de trabalho de ativação e da medição colaborativa, as marcas alcançam públicos premium com maior relevância, gastos mais eficientes e uma compreensão maior do desempenho da campanha.

A visão do cliente potencial da experiência ativada.

Ao estimular a colaboração focada na privacidade com os principais editores, a Real-Time CDP Collaboration oferece às marcas uma maneira de fortalecer as estratégias de marketing. Ela oferece as ferramentas necessárias para capturar insights em tempo real, alcançar públicos valiosos além dos canais tradicionais e comprovar o impacto de suas ações de marketing, fornecendo um ROI mensurável em um cenário digital em constante evolução.

Descubra como a Real-Time Customer Data Platform Collaboration pode ajudar sua organização.

Saiba mais