



指南

面向品牌的 Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration

Collaboration 如何帮助品牌策划、运行和衡量更具影响力的营销活动。

不断变化的客户需求和期望正迫使品牌调整其广告策略。消费者在非传统渠道上花费的时间越来越多,包括联网电视、数字音频等,这使得通过相关且及时的广告触及他们变得越来越困难。尽管消费者和监管机构不断要求制定更严格的隐私政策,但许多组织仍在使用分散而孤立的工具,使得他们的数据更难管理和利用。对此,品牌必须寻找新的方法,在尊重隐私标准的同时,通过直接与发布商合作来激活高价值受众。

Adobe Real-time Customer Data Platform (CDP) Collaboration 为广告品牌提供了一个以隐私为中心的数据协作应用程序,品牌可以在其中与发布商合作,在本地发现、定位和衡量优质受众。该工具能促进跨渠道营销活动,提供优化营销活动的洞察,并遵守客户的同意和隐私法规。对于品牌而言,它简化了识别和分析受众的流程,以开展具有可衡量结果且有影响力的营销活动。凭借创新的架构和极为简洁的用户体验,Real-Time CDP Collaboration 能更快、更安全地满足品牌需求,同时提高运营效率。

在本指南中,我们将探讨品牌使用 Real-Time CDP Collaboration 的三个常见用例,以及它如何大幅简化基于受众的媒体策略以推动新客户获取、参与和保留的示例。

Real-Time CDP Collaboration 的 3 个关键用例

1. 接触新受众,以规划更具影响力的营销活动

Real-Time CDP Collaboration 使品牌能够与发布商合作,通过识别符合定位机会的受众来制定更具影响力的广告策略。通过直接从广告商的首选数据源连接受众数据,品牌可以:

- 与优质发布商和可靠的合作伙伴建立联系,以最大限度地增加受众情报和参与机会
- 确定并激活与其营销工作最相关的渠道
- 在不移动或混合任何原始客户数据的情况下,通过发布商受众获取有价值的重叠洞察

2. 通过发布商渠道定位高价值受众,扩大覆盖范围

Real-Time CDP Collaboration 拥有简单易用的界面,可在一个中立环境中促进品牌与发布商之间保证隐私安全的集中式协作。通过借助发布商受众进行潜在客户挖掘、重定向和联合营销,品牌可以:

- 与发布商合作,更精准地直接激活并吸引高度相关的区段
- 通过整合来自身份标识合作伙伴的补充洞察和丰富数据,扩大其受众群体
- 推动更高效的广告支出,提高营销活动效果和转化率
- 借助相似人群拓展建模轻松且安全地扩展受众(即将推出)

3. 通过基于结果的衡量方式证明营销活动的影响力(于 2025 年初推出)

Real-Time CDP Collaboration 为广告商和发布商提供了用户友好的工具,用于跟踪、优化和共享广告效果。它提供按需生成的效果仪表盘,可简化运营并减少手动操作,功能包括:

- 报告营销活动效果, 以优化当前及未来的广告、渠道和营销活动
- 叠加曝光、渠道和转化数据, 以便更好地了解营销活动成果

为品牌和发布商提供更好的体验(及成果)

我们已经了解了一些常见用例, 接下来让我们探讨两个假设的实施方案, 看看 Real-Time CDP Collaboration 如何改善广告购买和潜在客户挖掘体验, 以及营销活动的结果。

当今没有 Real-Time CDP Collaboration 的直接广告购买体验

一个品牌的付费媒体团队希望通过联网电视(由发布商运营)来定位受众, 这是他们之前未曾测试过的渠道。为了开展营销活动, 该品牌的付费媒体团队与发布商搭建一个数据清理室环境, 双方查询各自的数据集以了解重叠情况并规划营销活动。

对于每个发布商都必须重复此过程, 同时团队要应对独特的要求和数据结构。

要点: 这是一个耗时的手动过程, 会拖慢营销活动的进度, 且无法高效实现业务目标。

有 Real-Time CDP Collaboration 后的直接广告购买体验

该品牌的付费媒体团队不必上传列表, 也不必传输和处理数据。相反, Real-Time CDP Collaboration 会安全地读取品牌和发布商双方的受众数据, 以生成实时重叠报告。

付费媒体团队会基于洞察, 从发布商渠道中选择最适合用于激活的受众, 同时列出要在此次营销活动中排除的近期购买者名单。发布商执行激活, 并向选定的受众展示广告。

在营销活动结束时, 发布商会向品牌提供一份关于覆盖范围的衡量报告。品牌可以安全地添加营销活动的销售转化数据, 并形成闭环以衡量销售影响力。

要点: 得益于安全的激活工作流程和协作式衡量, 品牌能够触及相关性更高的优质受众, 提高支出效率, 并更深入地了解营销活动效果。

已激活体验的潜在客户视图



通过与领先发布商开展以隐私为中心的协作, Real-Time CDP Collaboration 为品牌提供了加强其营销策略的途径。它让品牌拥有所需的工具来获取实时洞察、触及传统渠道之外的高价值受众, 并证明其营销工作的影响力, 从而在快速发展的数字环境中实现可衡量的投资回报率。

了解 Real-time Customer Data Platform Collaboration 如何为您的组织提供帮助

[了解详细信息](#)