

# Adobe

गाइड

## ब्रांड्स के लिए Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration.

कोलैबोरेशन से ब्रांड्स को ज़्यादा असरदार कैम्पेन्स को प्लान, रन, और मेज़र करने में कैसे मदद मिलती है.

कस्टमर की बदलती ज़रूरतें और उम्मीदें ब्रांड्स को अपनी एडवर्टाइज़िंग स्ट्रैटेजीज़ को अडैप्ट करने के लिए मजबूर कर रही हैं. कंज़्यूमर्स — कनेक्टेड TV से लेकर डिजिटल ऑडियो तक — नॉन-ट्रेडिशनल चैनल्स पर ज़्यादा समय बिता रहे हैं और इससे उन तक रेलिवेंट और समय पर ऐड्स के साथ पहुँचना मुश्किल हो रहा है. बहुत से ऑर्गनाइज़ेशन्स अलग-अलग बंटे हुए टूल्स और साइलोज़ के साथ काम कर रहे हैं जिससे कंज़्यूमर्स और रेग्यूलैटर्स की ओर से लगातार सख्त प्राइवैसी पॉलिसीज़ की माँग किए जाने के बावजूद उनका डेटा मैनेज करना और उस पर कार्रवाई करना ज़्यादा मुश्किल हो रहा है. इसके जवाब में ब्रांड्स को प्राइवैसी स्टैंडर्ड्स का पालन करते हुए सीधे पब्लिशर्स के साथ कोलैबोरेट करके हाई-वैल्यू ऑडिएंसेज़ को एक्टिवेट करने के नए तरीके ढूँढ़ने होंगे.

Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) Collaboration एडवर्टाइज़िंग ब्रांड्स को प्राइवैसी-सेंट्रिक डेटा कोलैबोरेशन एप्लिकेशन देता है जहाँ वे प्रीमियम ऑडिएंसेज़ जहाँ भी हों, वहाँ उन्हें डिस्कवर, टार्गेट, और मेज़र करने के लिए पब्लिशर्स के साथ काम कर सकते हैं. यह सभी चैनल्स में कैम्पेन्स को आसान बनाता है, कैम्पेन्स को ऑप्टिमाइज़ करने के लिए इनसाइट्स देता है, और कस्टमर की रज़ामंदी और प्राइवैसी रेग्यूलेशन्स का पालन करता है. ब्रांड्स के लिए यह मेज़रेबल नतीजों के साथ असरदार कैम्पेन्स डिलीवर करने के लिए ऑडिएंसेज़ की पहचान करने और उन्हें एनालाइज़ करने के प्रोसेस को स्ट्रीमलाइन करता है. इनोवेटिव आर्किटेक्चर और बेहद आसान यूज़र एक्सपीरिएंस के साथ, Real-Time CDP Collaboration, ब्रांड्स को जो चाहिए वह ज़्यादा तेज़, ज़्यादा सिक्वोर ढंग से, और ज़्यादा ऑपरेशनल एफ़िशिएंसी के साथ डिलीवर करता है.

इस गाइड में हम Real-Time CDP Collaboration का इस्तेमाल करते हुए ब्रांड्स के लिए तीन कॉमन यूज़ केसेज़ के बारे में जानेंगे, जिसके साथ उदाहरण दिए जाएंगे कि यह नए कस्टमर हासिल करने, उन्हें इंगेज करने, और बनाए रखने के लिए ऑडिएंस-बेस्ड मीडिया स्ट्रैटेजीज़ को कैसे बेहद आसान बनाता है।

## Real-Time CDP Collaboration के लिए 3 मुख्य यूज़ केसेज़

### 1. ज़्यादा असरदार कैम्पेन्स प्लान करने के लिए नई ऑडिएंसेज़ को एक्सेस करें.

Real-Time CDP Collaboration ब्रांड्स के लिए मौकों को टारगेट करने के लिए ऑडिएंसेज़ की पहचान करके ज़्यादा असरदार एडवर्टाइज़िंग स्ट्रैटेजीज़ को शेष करने के बारे में पब्लिशर्स के साथ कोलैबोरेट करना मुमकिन बनाता है। सीधे एडवर्टाइज़र के पसंदीदा डेटा सोर्सिज़ के ज़रिए ऑडिएंस डेटा को कनेक्ट करके ब्रांड्स:

- ऑडिएंस इंटेलिजेंस और इंगेजमेंट मौकों का अधिकतम लाभ उठाने के लिए प्रीमियम पब्लिशर्स और भरोसेमंद पार्टनर्स के साथ कनेक्ट कर सकते हैं
- अपनी मार्केटिंग कोशिशों के लिए सबसे अधिक रिलिवेंट चैनल की पहचान कर सकते हैं और उसे एक्टिवेट कर सकते हैं
- कोई भी रॉ कस्टमर डेटा को मूव किए बिना या एक-दूसरे से मिलाए बिना पब्लिशर ऑडिएंसेज़ के साथ वैल्यूएबल ओवरलैप इनसाइट्स हासिल कर सकते हैं

### 2. पब्लिशर चैनल्स के ज़रिए हाई-वैल्यू ऑडिएंसेज़ को टारगेट करके पहुँच को बढ़ा सकते हैं.

Real-Time CDP Collaboration इस्तेमाल में आसान इंटरफ़ेस के साथ न्यूट्रल एनवायरनमेंट में ब्रांड्स और पब्लिशर्स के बीच सेंट्रलाइज़्ड, प्राइवैसी-सेफ़ कोलैबोरेशन को आसान बनाता है। प्रोस्पेक्टिंग, रीटारगेटिंग, और को-मार्केटिंग कोशिशों के लिए पब्लिशर ऑडिएंसेज़ का लाभ उठा कर ब्रांड्स:

- ज़्यादा सटीकता के साथ बेहद रिलिवेंट सेगमेंट्स को सीधे एक्टिवेट और इंगेज करके पब्लिशर्स के साथ काम कर सकते हैं
- आइडेंटिटी पार्टनर्स से सप्लिमेंटल इनसाइट्स और एनरिचड डेटा को शामिल करके उनके ऑडिएंस पूल को बढ़ा सकते हैं
- ज़्यादा एफ़िशिएंट तरीके से ऐड खर्च कर सकते हैं और कैम्पेन परफ़ॉर्मेंस और कन्वर्शन में सुधार कर सकते हैं
- एक-जैसी दिखाई देने वाली मॉडलिंग (जल्द आ रही है) से ऑडिएंसेज़ को आसानी से और सिक्वोर तरीके से बढ़ा सकते हैं

### 3. परिणाम-आधारित मेज़रमेंट (2025 के शुरुआत में आ रहा है) से कैम्पेन के असर को साबित कर सकते हैं.

Real-Time CDP Collaboration एडवर्टाइज़र्स और पब्लिशर्स को ऐड परफ़ॉर्मेंस को ट्रैक, ऑप्टिमाइज़, और शेयर करने के लिए यूज़र-फ़्रेंडली टूल्स देता है। यह ऐसे ऑन-डिमांड परफ़ॉर्मेंस डैशबोर्ड्स देता है जो ऑपरेशंस को स्टीमलाइन करते हैं और मैनुअल प्रोसेसिज़ को आसान बनाते हैं जिनमें ये शामिल हैं:

- मौजूदा और भविष्य के ऐड्स, चैनल्स, और कैम्पेन्स को ऑप्टिमाइज़ करने के लिए कैम्पेन परफॉर्मैन्स को रिपोर्ट करना
- कैम्पेन के परिणामों को बेहतर तरीके से समझने के लिए एक्सपोज़र, चैनल, और कन्वर्शन डेटा को ओवरले करना

### ब्रांड्स और पब्लिशर्स के लिए बेहतर एक्सपीरिएंसेज़ (और परिणाम).

अब जब हमने कुछ कॉमन यूज़ केसेज़ को अनकवर कर लिया है, तो आइए हम यह जानने के लिए दो हाइपोथेटिकल इम्प्लीमेंटेशन्स के बारे में बात करते हैं कि Real-Time CDP Collaboration ऐड खरीदने और प्रोस्पेक्टिंग के एक्सपीरिएंस और कैम्पेन के परिणामों में कैसे सुधार करता है.

### आज सीधा ऐड खरीद एक्सपीरिएंस — Real-Time CDP Collaboration के बिना.

किसी ब्रांड की पेड मीडिया टीम कनेक्टेड TV (किसी पब्लिशर द्वारा ऑपरेट किया जाने वाला) के ज़रिए ऑडिऐंसेज़ को टार्गेट करना चाहती है जो ऐसा चैनल है जिसे उन्होंने पहले कभी टेस्ट नहीं किया है. कैम्पेन रन करने के लिए ब्रांड की पेड मीडिया टीम पब्लिशर के साथ डेटा क्लीन रूम एनवायरनमेंट सेट अप करती है, और दोनों पार्टिज़ ओवरलैप्स को समझने और कैम्पेन को प्लान करने के लिए अपने डेटासेट्स से क्वेरी करती हैं.

इस प्रोसेस को हर पब्लिशर के साथ ज़रूर दोहराया जाना चाहिए, और इसके साथ टीम को यूनीक ज़रूरतों और डेटा स्ट्रक्चर्स को नैविगेट करना चाहिए.

**सबक:** यह ज़्यादा समय लेने वाला ऐसा मैनुअल प्रोसेस है जो कैम्पेन्स को धीमा कर देता है और बिज़नेस के ऑब्जेक्टिव्स को हासिल करने का इनएफ़िशिएंट रास्ता है.

### सीधा ऐड खरीद एक्सपीरिएंस — Real-Time CDP Collaboration के साथ.

ब्रांड की पेड मीडिया टीम को लिस्ट्स अपलोड करने की या डेटा को ट्रांसफ़र या इसमें हेरफेर करने की ज़रूरत नहीं होती. इसकी बजाए, Real-Time CDP Collaboration रियल-टाइम ओवरलैप रिपोर्ट्स को सामने लाने के लिए ब्रांड और पब्लिशर, दोनों से ऑडिऐंस डेटा को सिक्वोर तरीके से रीड करता है.

इनसाइट्स के आधार पर पेड मीडिया टीम इस कैम्पेन के लिए सप्रेस किए जाने वाले हाल ही के खरीदारों की लिस्ट के साथ पब्लिशर के चैनल्स में एक्टिवेशन के लिए बेहतरीन ऑडिऐंसेज़ को चुनती है. पब्लिशर एक्टिवेशन को एग्ज़िक्यूट करता है और चुनी गई ऑडिऐंस के सामने ऐड्स पेश करता है.

कैम्पेन के अंत में पब्लिशर ब्रांड को हासिल की गई रीच के बारे में मेज़रमेंट रिपोर्ट देता है. ब्रांड सिक्वोर तरीके से कैम्पेन से अपने सेल्स कन्वर्शन डेटा को जोड़ता है और बिक्री के असर को मेज़र करने के लिए लूप को बंद कर देता है.

**सबक:** सिक्वोर एक्टिवेशन वर्कफ़्लोज़ और कोलैबोरेटिव मेज़रमेंट के कारण ब्रांड्स ज़्यादा रेलिवेंस वाली, ज़्यादा एफ़िशिएंट तरीके से खर्च करने वाली, और कैम्पेन परफॉर्मैन्स की गहरी समझ रखने वाली प्रीमियम ऑडिऐंसेज़ तक पहुँचते हैं.

## एक्टिवेटेड एक्सपीरिएंस के बारे में प्रोस्पेक्ट का व्यू.



लीडिंग पब्लिशर्स के साथ प्राइवैसी-सेंट्रिक कोलैबोरेशन को बढ़ावा देकर, Real-Time CDP Collaboration ब्रांड्स को उनकी मार्केटिंग स्ट्रेटेजीज़ को मज़बूत बनाने का तरीका देता है. यह उन्हें रियल-टाइम इनसाइट्स को कैचर करने, ट्रेडिशनल चैनल्स से परे हाई-वैल्यू ऑडिऐंसेज़ तक पहुँचने, और उनकी मार्केटिंग कोशिशों के असर को साबित करने के लिए टूल्स देता है — जिससे वे तेज़ी से बदल रहे डिजिटल लैंडस्केप में मेज़रेबल ROI डिलीवर कर पाते हैं.

जानें कि Real-Time Customer Data Platform Collaboration आपके ऑर्गनाइज़ेशन की कैसे मदद कर सकता है.

ज्यादा जानें