



Guida

# Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration per i brand

**Come Collaboration aiuta i brand a pianificare, eseguire e misurare campagne di maggiore impatto.**

Le esigenze e le aspettative della clientela sono in continua evoluzione, costringendo i marchi ad adattare le proprie strategie pubblicitarie. Le persone trascorrono sempre più tempo su canali non tradizionali, dalla TV connessa all'audio digitale, e sono più difficili da raggiungere con annunci pertinenti al momento giusto. Molte organizzazioni lavorano ancora con sistemi isolati e strumenti frammentati che rendono i dati più difficili da gestire e mettere a frutto, nonostante il pubblico e le autorità di regolamentazione continuino a chiedere politiche più rigide in materia di privacy. In risposta, i brand devono trovare nuovi modi per attivare segmenti di pubblico di alto valore attraverso la collaborazione diretta con i publisher, rispettando allo stesso tempo gli standard sulla privacy.

Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) Collaboration è un'applicazione creata appositamente per collaborare sui dati mantenendo la privacy al centro. In questo modo, i marchi pubblicitari possono lavorare con i publisher per scoprire, targetizzare e misurare audience esclusive ovunque. Questa soluzione facilita la gestione delle campagne su tutti i canali, offre informazioni strategiche per ottimizzarle e rispetta le normative in materia di consenso e privacy. Per i brand, semplifica il processo di identificazione e analisi delle audience, consentendo la diffusione di campagne efficaci che producono risultati misurabili. Con un'architettura innovativa e un'esperienza utente estremamente intuitiva, Real-Time CDP Collaboration offre ai marchi ciò di cui hanno bisogno in modo più veloce, più sicuro e con maggiore efficienza operativa.

Questa guida illustra tre casi d'uso comuni per i brand che utilizzano Real-Time CDP Collaboration, con esempi che dimostrano come questa soluzione semplifichi notevolmente le strategie di comunicazione multimediale basate su audience per favorire l'acquisizione, il coinvolgimento e la fidelizzazione di nuova clientela.

## **3 casi d'uso strategici per Real-Time CDP Collaboration**

### **1. Accedi a nuove audience per pianificare campagne di maggiore impatto.**

Real-Time CDP Collaboration consente ai brand di collaborare con i publisher per definire strategie pubblicitarie di maggiore impatto attraverso l'individuazione delle audience che offrono opportunità di targeting. Collegando i dati sul pubblico direttamente dalle origini dati preferite dell'inserzionista, i brand possono:

- Entrare in contatto con publisher di fascia alta e partner affidabili per massimizzare l'audience intelligence e le opportunità di engagement
- Individuare e attivare i canali più rilevanti per le proprie attività di marketing
- Ottenere informazioni preziose sulla sovrapposizione con il pubblico dei publisher senza dover trasferire o mescolare dati grezzi sulla clientela

### **2. Amplia la copertura rivolgendoti a segmenti di pubblico di alto valore attraverso i canali dei publisher.**

Real-Time CDP Collaboration facilita la collaborazione centralizzata tra brand e publisher, nel rispetto della privacy e in un ambiente neutrale con un'interfaccia intuitiva. Attingendo al pubblico dei publisher per attività di prospecting, retargeting e co-marketing, i brand possono:

- Collaborare con i publisher per attivare e coinvolgere segmenti altamente rilevanti in modo diretto e con maggiore precisione
- Migliorare il proprio bacino di pubblico incorporando approfondimenti aggiuntivi e dati arricchiti da partner di identità
- Effettuare investimenti pubblicitari più efficienti e migliorare le prestazioni e la conversione delle campagne
- Espandere i segmenti di pubblico in modo semplice e sicuro con la modellazione lookalike (disponibile a breve)

### **3. Dimostra l'impatto delle campagne con misurazioni basate sui risultati (in arrivo a inizio 2025).**

Real-Time CDP Collaboration offre a inserzionisti e publisher strumenti intuitivi per monitorare, ottimizzare e condividere le performance degli annunci. Le dashboard on-demand sulle prestazioni ottimizzano le attività operative e semplificano i processi manuali, anche attraverso:

- Report sulle performance delle campagne per l'ottimizzazione di annunci, campagne e canali attuali e futuri
- Sovrapposizione dei dati su esposizione, canali e conversione per una migliore comprensione dei risultati delle campagne

## Esperienze (e risultati) migliori per brand e publisher

Ora che conosciamo alcuni casi d'uso comuni, analizziamo due ipotetiche implementazioni per scoprire come Real-Time CDP Collaboration migliora l'esperienza di ricerca e acquisto degli spazi pubblicitari, nonché i risultati delle campagne.

### Acquisto diretto di spazi pubblicitari, senza Real-Time CDP Collaboration

Il team che gestisce i paid media di un marchio desidera rivolgersi al pubblico attraverso la TV connessa (gestita da un publisher), un canale mai testato prima. A tale scopo, crea una data clean room con il publisher, ed entrambe le parti interrogano i propri set di dati per comprendere le sovrapposizioni e pianificare una campagna.

Questo processo deve essere ripetuto per ogni publisher, quindi il team deve gestire di volta in volta strutture dati e requisiti specifici.

**Risultato:** il processo manuale richiede molto tempo, con un conseguente rallentamento delle campagne e un percorso inefficiente verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

### Acquisto diretto di spazi pubblicitari, con Real-Time CDP Collaboration

Il team che gestisce i paid media del marchio non deve caricare elenchi o trasferire e manipolare dati. Real-Time CDP Collaboration legge in modo sicuro i dati sul pubblico sia del marchio che del publisher per generare report di sovrapposizione in tempo reale.

Sulla base degli approfondimenti ricavati, il team sceglie le audience migliori da attivare nei canali del publisher, insieme a un elenco di persone che hanno effettuato acquisti recenti e verranno quindi escluse da questa campagna. Il publisher procede con l'attivazione e mostra gli annunci al pubblico selezionato.

Al termine della campagna, il publisher fornisce al brand un report sulla copertura raggiunta. Il brand aggiunge in modo sicuro i dati sulle conversioni di vendita prodotte dalla campagna e chiude il ciclo misurando l'impatto delle vendite.

**Risultato:** grazie a processi di attivazione sicuri e misurazioni collaborative, i brand raggiungono segmenti di pubblico esclusivi con maggiore pertinenza, effettuano investimenti pubblicitari più efficienti e comprendono più a fondo le prestazioni delle campagne.

## L'esperienza dal punto di vista dell'utente



Promuovendo una collaborazione incentrata sulla privacy con i principali publisher, Real-Time CDP Collaboration consente ai brand di rafforzare le proprie strategie di marketing. Fornisce loro gli strumenti per acquisire informazioni strategiche in tempo reale, raggiungere audience di alto valore oltre i canali tradizionali e dimostrare l'impatto delle proprie iniziative di marketing, generando un ROI misurabile in un panorama digitale in rapida evoluzione.

**Scopri come Real-Time Customer Data Platform Collaboration può essere utile alla tua organizzazione.**

Scopri di più