

## Bereitstellung hyperpersonalisierter Erlebnisse mit einem datenschutzzentrierten Ansatz für First-Party-Daten.

Neue Datenschutzgesetze und ständig überarbeitete Richtlinien zu Third-Party-Cookies sind heute Alltag im Digital Marketing. Kundschaft erwartet maßgeschneiderte Erlebnisse, die auf ihrem Einverständnis basieren. Doch viele Marken tun sich schwer, die hierfür benötigten Daten abzurufen. Mit OneTrust Universal Consent and Preference Management in Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) können Marketing-Fachleute sich auf diese Änderungen einstellen, indem sie verwertbare Kundenprofile mit First-Party-Daten erstellen, deren Nutzung die Kundschaft zugestimmt hat, und so personalisierte Erlebnisse ermöglichen.

### Einheitliche Kundenprofile mit Echtzeitdaten zu Einverständnis und Präferenz.

Die kombinierten Lösungen erfassen Einverständnisdaten, beständige IDs und Präferenzen zum Datenschutz in einem einheitlichen Kundenprofil als zentraler Datenquelle. So könnt ihr mit Kundschaft zu deren Bedingungen interagieren und die Einhaltung von Datenschutzgesetzen wie der Datenschutz-Grundverordnung der EU (DSGVO) und dem California Privacy Rights Act (CPRA) sicherstellen.

### Adobe Real-Time CDP und OneTrust Universal Consent and Preference Management ermöglichen Folgendes:

- Einverständnis in Kundenprofile aufnehmen und euer Verständnis des Verhaltens und der Interessen der Kundschaft vertiefen, indem ihr von der Kundschaft angegebene Präferenzen erfasst und speichert.
- Personalisierte Erlebnisse mit Zielgruppensegmenten basierend auf First-Party- und Einverständnisdaten im benötigten Umfang bereitstellen.
- Durch Automatisierung des Consent-Managements Datenschutzanforderungen erfüllen, Kundenvertrauen aufbauen und Disruption in Marketing-Workflows minimieren.



Gemeinsam versetzen Adobe Real-Time CDP und OneTrust Universal Consent and Preference Management Marketing-Fachleute und Personen im Daten-Management in die Lage, digitale Erlebnisse basierend auf Einverständnis- und Präferenzdaten bereitzustellen.

## So stellen Adobe und OneTrust datenschutzzentrierte Kundenerlebnisse an jedem Touchpoint bereit.

|                               | Adobe Real-Time CDP   | OneTrust Universal Consent and Preference Management  | In Kombination  |
|-------------------------------|---|---|---|
| <b>Features</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ganzheitliches Bild der Kundeninteraktionen und -präferenzen erhalten.</li> <li>● Kundenerlebnisse auf allen Kanälen vernetzen.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Einverständnis, beständige IDs und Präferenzen erfassen, um die Kundschaft so anzusprechen, wie sie es wünscht.</li> <li>● Echtzeit-Präferenzen durch Integration mit Marketing-Systemen berücksichtigen.</li> <li>● Einverständnistransaktionen in datenschutzzentrierten Profilen zentralisieren.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Marketing-Interaktionen aktivieren, die den Kundenpräferenzen entsprechen.</li> <li>● Richtlinien mit Einverständnisdaten in Verbraucherprofilen festlegen.</li> <li>● Erkenntnisse zu den Einverständnisdaten erhalten.</li> <li>● Touchpoint-basierte Interaktionen senden.</li> </ul> |
| <b>Geschäftlicher Nutzen</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ultrapersonalisierte Erlebnisse bereitstellen.</li> <li>● Kundeninteraktionen in jeder Phase der Customer Journey erzielen.</li> <li>● Erkenntnisse aus Kundenverhalten gewinnen.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Datenschutzzentrierte Kundenerlebnisse bereitstellen.</li> <li>● Compliance-Risiken minimieren.</li> <li>● Kundenvertrauen durch Datentransparenz aufbauen.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Datenschutzfreundliche, personalisierte Erlebnisse anbieten.</li> <li>● Kundinnen und Kunden auf allen Kanälen die Kontrolle über ihre Präferenzen geben.</li> <li>● Prozesse zur Datenschutzkonformität automatisieren.</li> </ul>  |
| <b>Technologischer Nutzen</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Datenquellen zur Erstellung einheitlicher Kundenprofile kombinieren.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Einverständnisbasierte Daten im gesamten Technologie-Stack durchsetzen.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Consent-Management und einheitliche Kundenprofile integrieren.</li> </ul>  |

## **Beispiele: So nutzen Marketing-Fachleute Adobe Real-Time CDP mit OneTrust Universal Consent and Preference Management.**

### **Personalisierung zur Stärkung des Vertrauens.**

Eine Marke stellt fest, dass eine Person nun auch E-Mails zur Einführung neuer Produkte erhalten möchte. Die Integration aktualisiert das entsprechende Profil und synchronisiert diese Daten in der gesamten Organisation für künftige Kommunikation, was das Vertrauen der Person stärkt und die Kampagnen-Performance steigert.

### **Globale Konformität mit Datenschutzrichtlinien.**

Ein globaler Einzelhändler verwaltet automatisch das Einverständnis in verschiedenen Ländern, erfüllt die Anforderungen lokaler Datenschutzgesetze und wahrt das Kundenvertrauen, was anderenfalls ein sehr arbeitsaufwendiger Prozess wäre.

### **Conversions mit relevanter Kommunikation.**

Mit Kundenprofilen, die Präferenz- und Einverständnisdaten enthalten, kommuniziert ein Händler auf eine Art, die die Kundschaft auf deren bevorzugten Kanälen anspricht. So kann der Händler relevante Incentives anbieten und gleichzeitig die Datenschutzregeln einhalten, was zu insgesamt mehr Conversions und Interaktionen führt.

### **Automatische Aktualisierung von Kundenpräferenzen.**

Mit einheitlichen Kundenprofilen können Organisationen über die gesamte Customer Journey hinweg unmittelbar auf Änderungen beim Einverständnis oder den Präferenzen der Kundschaft reagieren. Dies optimiert betriebliche Abläufe, spart wertvolle Zeit und stellt sicher, dass das Marketing stets den Kundenwünschen entspricht.

### **Vertraut uns.**

Wenn ihr Fragen dazu habt, wie ihr mit Adobe und OneTrust an jedem Touchpoint auf First-Party-Daten basierende Erlebnisse bereitstellen könnt, wendet euch an euren Adobe-Kontakt.



Adobe, the Adobe logo, and Adobe Real-Time Customer Data Platform are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.