

Brinda experiencias hiperpersonalizadas con un enfoque que priorice la privacidad de los datos de fuentes primarias

Las nuevas leyes de privacidad de los datos y las cambiantes políticas de cookies de terceros son la nueva realidad del marketing digital. La clientela espera experiencias personalizadas a las que haya dado su consentimiento, en un contexto en el que muchas marcas tienen problemas para acceder a los datos que posibilitan dichas experiencias. Gracias a OneTrust Universal Consent and Preference Management en Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP), ahora los equipos de marketing pueden cumplir con estos cambios desarrollando perfiles de clientes procesables con datos de fuentes primarias que la clientela puede elegir si desea compartir o no, lo que posibilita experiencias personalizadas.

Perfiles de cliente unificados con datos en tiempo real de consentimiento y preferencias

Estas soluciones combinadas recopilan datos sobre el consentimiento, los identificadores duraderos y las preferencias de privacidad en un perfil de cliente unificado que constituye la única fuente de información fiable, lo que te permite interactuar con tu clientela en los términos que esta establezca mientras cumples con las leyes de privacidad de los datos como, por ejemplo, el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (RGPD) y la California Privacy Rights Act (CPRA).

Usos de Adobe Real-Time CDP y OneTrust Universal Consent and Preference Management

- Incorpora el consentimiento a los perfiles de tus clientes y conoce más a fondo su comportamiento y sus intereses mediante la recopilación y el almacenamiento de las preferencias que hayan indicado.
- Brinda experiencias personalizadas a escala utilizando segmentos de público creados a partir de datos de consentimiento y de fuentes primarias.
- Cumple los requisitos de privacidad de los datos, genera confianza entre la clientela y minimiza las interrupciones de los flujos de trabajo de marketing al automatizar la gestión del consentimiento.



Con Adobe Real-Time CDP y OneTrust Universal Consent and Preference Management, los equipos de marketing y gestión de datos pueden ofrecer experiencias digitales basadas en los datos sobre el consentimiento y las preferencias.

Cómo Adobe y OneTrust ofrecen experiencias de cliente que priorizan la privacidad en todos los puntos de contacto

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent and Preference Management	Cómo se complementan
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Obtén una visión integral de las interacciones y preferencias de tus clientes. ● Conecta las experiencias de tus clientes en todos los canales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Reúne el consentimiento, los identificadores duraderos y las preferencias para contactar con la clientela según sus términos. ● Satisfaz las preferencias en tiempo real a través de la integración con los sistemas de marketing. ● Centraliza las transacciones de consentimiento en perfiles centrados en la privacidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Activa interacciones de marketing adaptadas a las preferencias de tus clientes. ● Define políticas basadas en datos de consentimiento de los perfiles de cliente. ● Obtén información sobre los datos de consentimiento. ● Genera interacciones basadas en puntos de contacto.
Valor comercial	<ul style="list-style-type: none"> ● Brinda experiencias ultrapersonalizadas. ● Interactúa con tus clientes en todas las fases de su recorrido. ● Obtén información a partir del comportamiento de la clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece experiencias de cliente centradas en la privacidad. ● Minimiza el riesgo de incumplimiento normativo. ● Gánate la confianza de tus clientes a través de la transparencia de los datos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece experiencias personalizadas que respeten la privacidad. ● Dales a tus clientes el control de sus preferencias en todos los canales. ● Automatiza los procesos de cumplimiento de la privacidad.
Valor tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> ● Combina fuentes de datos para crear perfiles de cliente unificados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementa políticas de datos basados en permisos en toda tu pila tecnológica. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Integra la gestión del consentimiento y perfiles de cliente unificados.

Ejemplos: cómo usan los equipos de marketing Adobe Real-Time CDP con OneTrust Universal Consent and Preference Management

Personalización para generar confianza

Una marca descubre que, entre las preferencias de un miembro de su clientela, ahora está el recibir correos electrónicos sobre el lanzamiento de productos. La integración actualiza su perfil y sincroniza estos datos en toda la organización para las comunicaciones futuras, lo que aumenta la confianza de su cliente y mejora el rendimiento de las campañas.

Cumplimiento de las normativas mundiales de privacidad

Una multinacional del comercio minorista gestiona el consentimiento de su clientela en todos los países, cumple las leyes de privacidad locales y preserva la confianza de sus clientes, y lo hace de forma automática. Por otros medios, este sería un proceso arduo.

Conversión con comunicaciones pertinentes

Al usar perfiles de cliente que incluyen datos sobre las preferencias y el consentimiento, un comercio elabora comunicaciones que sus clientes reciben a través de los canales que prefieren. Acto seguido, el comercio ofrece incentivos pertinentes sin dejar de cumplir en ningún momento las normas de privacidad, lo que aumenta las conversiones y la participación globales.

Actualiza automáticamente las preferencias de la clientela

Con perfiles de cliente unificados, las organizaciones pueden reflejar al instante los cambios en el consentimiento o las preferencias de la clientela a lo largo de su recorrido. De este modo, se optimizan las operaciones, se ahorra un tiempo valioso y se consigue que el marketing vaya siempre acorde a los deseos de la clientela.

Danos tu confianza

Solicita a tu representante de Adobe más información sobre las experiencias potenciadas por datos de fuentes primarias en todos los puntos de contacto con Adobe y OneTrust.



Adobe, el logotipo de Adobe y Adobe Real-Time Customer Data Platform son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países. Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivos dueños.