

Ofrece experiencias hiperpersonalizadas con un enfoque centrado en la privacidad de los datos de origen.

Las nuevas leyes de privacidad de datos y las cambiantes políticas de cookies de terceros son la nueva realidad del marketing digital. Los clientes esperan experiencias personalizadas y basadas en el consentimiento, y muchas marcas tienen dificultades para acceder a los datos que necesitan para brindarlas. Pero con Universal Consent and Preference Management de OneTrust en Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP), los expertos en marketing pueden crear perfiles utilizando los datos de origen que los clientes aceptan compartir, lo que les permite proporcionar experiencias personalizadas y adaptarse a estos cambios.

Perfiles de clientes unificados con datos en tiempo real sobre consentimiento y preferencias.

Las soluciones combinadas recopilan datos de consentimiento, identificadores duraderos y preferencias de privacidad en un perfil de cliente unificado que sirve como única fuente de confianza. Esto te permite interactuar con los clientes en sus propios términos y cumplir con las leyes de privacidad de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea y la Ley de Derechos de Privacidad de California (CPRA).

Con Adobe Real-Time CDP y Universal Consent and Preference Management de OneTrust, podrás hacer lo siguiente:

- Incorporar el consentimiento a los perfiles de tus clientes y comprender en mayor profundidad su comportamiento e intereses mediante la recopilación y el almacenamiento de sus preferencias.
- Ofrecer experiencias personalizadas a gran escala utilizando segmentos de público creados a partir de datos de origen y de consentimiento.
- Cumplir los requisitos de privacidad de datos, ganar la confianza de tus clientes y minimizar las interrupciones en los flujos de trabajo de marketing mediante la automatización de la gestión del consentimiento.



En conjunto, Adobe Real-Time CDP y Universal Consent and Preference Management de OneTrust permiten a los expertos en marketing y a los gerentes de datos ofrecer experiencias digitales basadas en datos sobre el consentimiento y las preferencias.

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

	Adobe Real-Time CDP	Universal Consent and Preference Management de OneTrust	Qué puedes hacer con los dos combinados
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Obtén una visión integral de las interacciones y preferencias de los clientes. ● Conecta las experiencias de los clientes en todos los canales. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recopila el consentimiento, identificadores duraderos y las preferencias para llegar a los clientes a su manera. ● Respeta las preferencias en tiempo real mediante 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 ajustadas a las preferencias de los clientes. ● Establece políticas a partir de los datos de consentimiento de los perfiles de los consumidores. ● Obtén información sobre los datos de consentimiento. ● Envía interacciones basadas en los puntos de contacto.
Valor comercial	<ul style="list-style-type: none"> ● Propicia experiencias ultrapersonalizadas. ● Interactúa con los clientes en cada fase del recorrido. ● Obtén información valiosa sobre el comportamiento de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece experiencias del cliente centradas en la privacidad. ● Minimiza el riesgo de incumplimiento. ● Gáñate la confianza de los clientes gracias a la transparencia de los datos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece experiencias personalizadas que respeten la privacidad. ● Permite que los clientes controlen 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 clientes unificados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Garantiza el cumplimiento de las políticas de uso de datos basadas en permisos en todo tu stack tecnológico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Integra la gestión del consentimiento y los perfiles unificados de los clientes.

Ejemplos: cómo los expertos en marketing utilizan Adobe Real-Time CDP con Universal Consent and Preference Management de OneTrust.

Personalización para generar confianza.

Una marca se entera de que un cliente modificó sus preferencias para recibir correos electrónicos sobre el lanzamiento de productos. La integración actualiza el perfil de este cliente y sincroniza estos datos en toda la organización para las comunicaciones futuras, lo que aumenta la confianza del cliente y mejora el rendimiento de la campaña.

Cumplimiento de las leyes internacionales de privacidad.

Un minorista global administra automáticamente el consentimiento de sus clientes en todos los países, cumple las leyes de privacidad locales y mantiene la confianza de sus clientes en lo que, de otro modo, sería un proceso laborioso.

Conversiones con comunicaciones pertinentes.

A partir de los perfiles de los clientes, que incluyen datos sobre preferencias y consentimiento, un comerciante elabora comunicaciones que llegan a los clientes en los canales que ellos prefieren. De este modo, el comerciante ofrece incentivos pertinentes y cumple las reglas de privacidad, lo que aumenta las conversiones y la participación en general.

Actualización automática de las preferencias de los clientes.

Con perfiles del cliente unificados, las organizaciones pueden reflejar al instante los cambios en el consentimiento o las preferencias del cliente a lo largo de su recorrido. Esto agiliza las operaciones, ahorra tiempo valioso y garantiza que el marketing sea siempre coherente con los deseos de los clientes.

Confía en nosotros.

Solicita a tu representante de Adobe más información sobre las experiencias basadas en datos de origen en cada punto 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 Estados Unidos y otros países. Todas las demás marcas comerciales pertenecen a sus respectivos propietarios.