

फ़र्स्ट-पार्टी डेटा के लिए प्राइवेसी-फ़र्स्ट अप्रोच के साथ हाइपर-पर्सनलाइज़ेड एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करें।

नए डेटा प्राइवेसी कानून और लगातार बदल रही थर्ड-पार्टी कुकी पॉलिसीज़ डिजिटल मार्केटिंग की नई हकीकत है। कस्टमर्स कंसेंट-ड्रिवन, टेलर्ड एक्सपीरिएंसेज़ की उम्मीद करते हैं, जबकि बहुत-से ब्रांड्स इसे मुमकिन बनाने वाले डेटा तक एक्सेस पाने में परेशानी का सामना करते हैं। लेकिन Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) पर OneTrust Universal Consent and Preference Management से मार्केटर्स कस्टमर्स द्वारा शेयर किए जाने वाले फ़र्स्ट-पार्टी डेटा का इस्तेमाल करते हुए एक्शनेबल कस्टमर प्रोफ़ाइल्स बनाकर इन बदलावों का पालन कर सकते हैं, और ऐसा करके पर्सनलाइज़ेड एक्सपीरिएंसेज़ को इनेबल कर सकते हैं।

रियल-टाइम कंसेंट और प्रेफ़रेंस डेटा के साथ यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफ़ाइल्स।

कम्बाइंड सॉल्यूशन्स कंसेंट डेटा, टिकाऊ आइडेंटिफ़ायर्स, और प्राइवेसी प्रेफ़रेंसेज़ को ऐसे यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफ़ाइल में कलेक्ट करते हैं जो दुथ के सिंगल सोर्स के रूप में काम करता है। इससे आप यूरोपियन यूनियन के जनरल डेटा प्रोटेक्शन रेग्युलेशन (GDPR) और कैलिफ़ोर्निया प्राइवेसी राइट्स एक्ट (CPRA) जैसे डेटा प्राइवेसी कानूनों का पालन करते हुए कस्टमर्स के साथ उनकी शर्तों पर इंगेज कर सकते हैं।

नीचे दिए गए कामों के लिए Adobe Real-Time CDP और OneTrust Universal Consent and Preference Management का इस्तेमाल करें:

- अपने कस्टमर प्रोफ़ाइल्स में कंसेंट एड करना और कस्टमर द्वारा दी गई प्रेफ़रेंसेज़ को कलेक्ट और स्टोर करके कस्टमर के बर्ताव और दिलचस्पी की अपनी समझ को बढ़ाना।
- फ़र्स्ट-पार्टी और कंसेंट डेटा पर बनाए गए ऑडिएंस सेगमेंट्स का इस्तेमाल करते हुए स्केल पर पर्सनलाइज़ेड एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करना।
- कंसेंट मैनेजमेंट के ऑटोमेशन के जरिए डेटा प्राइवेसी ज़रूरतों का पालन करना, कस्टमर्स का भरोसा जीतना, और मार्केटिंग वर्कफ़्लोज़ में रुकावटों को कम से कम करना।



Adobe Real-Time CDP और OneTrust Universal Consent and Preference Management साथ मिलकर डेटा मैनेजर्स को कंसेंट और प्रेफरेंस डेटा के आधार पर डिजिटल एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करने की ताकत देते हैं।

Adobe और OneTrust हर टचप्वाइंट पर प्राइवेसी-फर्स्ट कस्टमर एक्सपीरिएंसेज़ कैसे डिलीवर करते हैं।

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent और Preference Management	वे एक साथ कैसे काम करते हैं
फ़ीचर्स	<ul style="list-style-type: none"> कस्टमर इंटरैक्शन्स और प्रेफरेंसेज़ की पूरी पिक्चर पाएँ। सभी चैनल्स में कस्टमर एक्सपीरिएंसेज़ को कनेक्ट करें। 	<ul style="list-style-type: none"> कस्टमर्स तक उनके तरीके से पहुँचने के लिए कंसेंट, टिकाऊ आइडेंटिफ़ायर्स, और प्रेफरेंसेज़ को कलेक्ट करें। मार्केटिंग सिस्टम्स के साथ इंटीग्रेट करके रियल-टाइम प्रेफरेंसेज़ का पालन करें। प्राइवेसी-सेंट्रिक प्रोफ़ाइल्स में कंसेंट ट्रॉजैक्शन्स को सेंट्रलाइज़ करें। 	<ul style="list-style-type: none"> कस्टमर प्रेफरेंसेज़ के साथ अलाइन होने वाले मार्केटिंग इंगेजमेंट्स को एक्टिवेट करें। कंज्यूमर प्रोफ़ाइल्स में कंसेंट डेटा का इस्तेमाल करके पॉलिसीज़ सेट करें। कंसेंट डेटा के बारे में इनसाइट्स पाएँ। टचप्वाइंट-बेस्ड इंगेजमेंट भेजें।
बिज़नेस वैल्यू	<ul style="list-style-type: none"> अल्ट्रा-पर्सनलाइज़ड एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करें। हर जर्नी स्टेज पर कस्टमर्स को इंगेज करें। कस्टमर के बर्ताव से इनसाइट्स पाएँ। 	<ul style="list-style-type: none"> प्राइवेसी-सेंट्रिक कस्टमर एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करें। कंप्लायांस के जोखिम को कम से कम करें। डेटा ट्रॉन्सपरेंसी के ज़रिए कस्टमर का भरोसा जीतें। 	<ul style="list-style-type: none"> प्राइवेसी-फ्रैंडली पर्सनलाइज़ड एक्सपीरिएंसेज़ एक्सपीरिएंसेज़ ऑफ़र करें। कस्टमर्स को सभी चैनल्स में उनकी प्रेफरेंसेज़ का कंट्रोल दें। प्राइवेसी कंप्लायांस प्रोसेसेज़ को ऑटोमेट करें।
टेक्नोलॉजी वैल्यू	<ul style="list-style-type: none"> यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफ़ाइल्स बनाने के लिए डेटा सोर्सेज़ को कम्बाइन करें। 	<ul style="list-style-type: none"> अपने पूरे टेक स्टैक में परमिशन-बैस्ड डेटा को एनफ़ोर्स करें। 	<ul style="list-style-type: none"> कंसेंट मैनेजमेंट और यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफ़ाइल्स को इंटीग्रेट करें।

उदाहरण—मार्केटर्स Adobe Real-Time CDP का OneTrust Universal Consent and Preference Management के साथ कैसे इस्तेमाल कर रहे हैं।

भरोसा कायम करने के लिए पर्सनलाइज़ करना।

किसी ब्रांड को पता चलता है कि किसी कस्टमर की प्रेफरेंसेज़ में अब प्रोडक्ट लॉन्च ईमेल्स शामिल हैं। इंटीग्रेशन उनके प्रोफाइल को अपडेट करता है और इस डेटा को प्रयूचर कम्यूनिकेशन्स के लिए पूरे ऑर्गनाइज़ेशन में सिंक कर देता है जिससे कस्टमर का भरोसा बढ़ता है और कैम्पेन की परफॉर्मेंस में सुधार होता है।

ग्लोबल प्राइवेसी रेग्युलेशन कंप्लायांस हासिल करना।

ग्लोबल रिटेलर ऑटोमैटिक रूप से सभी देशों में कस्टमर कंसेंट को मैनेज करता है, लोकल प्राइवेसी क्रानूनों का पालन करता है, और कस्टमर का भरोसा बरकरार रखता है, जिसके लिए वर्ना उसे बहुत लंबे प्रोसेस से गुज़रना पड़ता।

रेलिवेंट कम्यूनिकेशन्स के साथ कन्वर्ट करना।

प्रेफरेंसेज़ और कंसेंट डेटा समेत कस्टमर प्रोफाइल्स का इस्तेमाल करके कोई मर्चेंट ऐसे कम्यूनिकेशन्स तैयार करता है जो कस्टमर्स के पसंदीदा चैनल्स में उन तक पहुँचते हैं। उसके बाद मर्चेंट प्राइवेसी रूल्स का पालन करते हुए रेलिवेंट इन्सेंटिव्ज़ ऑफ़र करता है जिससे कुल कन्वर्शन्स और इंगेजमेंट बढ़ जाते हैं।

कस्टमर प्रेफरेंसेज़ को ऑटोमैटिक रूप से अपडेट करें।

यूनिफ़ाइड कस्टमर प्रोफाइल्स से, ऑर्गनाइज़ेशन्स पूरी कस्टमर जर्नी में कस्टमर कंसेंट या प्रेफरेंसेज़ में बदलावों को तुरंत दिखा सकते हैं। इससे ऑपरेशन्स स्ट्रीमलाइन होते हैं, वैल्यूएबल समय बचता है, और यह एनश्योर किया जा सकता है कि मार्केटिंग हमेशा कस्टमर की इच्छाओं के मुताबिक हो।

हममें भरोसा रखें।

Adobe और OneTrust के साथ हर टचप्वाइंट पर फ़र्स्ट-पार्टी डेटा-आधारित एक्सपीरिएंसेज़ के बारे में ज्यादा जानकारी के लिए अपने Adobe रिप्रेजेंटेटिव से पूछें।



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.