

Offri esperienze iper-personalizzate usando dati di prime parti e mantieni la privacy al centro.

L'applicazione di nuove leggi sulla privacy dei dati e la continua evoluzione delle politiche sui cookie di terze parti sono la nuova realtà del marketing digitale. La clientela chiede esperienze personalizzate basate sul consenso, ma molti brand hanno difficoltà ad accedere ai dati necessari per poterle offrire. Ora, con OneTrust Universal Consent and Preference Management su Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP), i team di marketing possono adeguarsi a questi cambiamenti creando profili cliente sfruttabili a partire dai dati di prime parti che ogni cliente sceglie di condividere. In questo modo, offrire esperienze personalizzate non sarà più un problema.

Profili cliente unificati con dati in tempo reale su consenso e preferenze

Le soluzioni combinate raccolgono dati di consenso, identificatori duraturi e preferenze sulla privacy in un profilo cliente unificato che funge da unico punto di riferimento. Ciò consente di interagire con ogni utente alle sue condizioni, rispettando allo stesso tempo le normative in materia di privacy dei dati, come il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR) dell'Unione Europea e il California Privacy Rights Act (CPRA).

Utilizza Adobe Real-Time CDP e OneTrust Universal Consent and Preference Management per:

- Aggiungere i dati di consenso ai profili cliente e comprendere in modo più approfondito il comportamento e gli interessi delle persone raccogliendo e archiviando le loro preferenze.
- Offrire esperienze personalizzate su larga scala utilizzando segmenti di pubblico creati a partire da dati di prime parti e di consenso.
- Rispettare i requisiti di privacy dei dati, creare un rapporto di fiducia con ogni cliente e ridurre al minimo le interruzioni nei flussi di lavoro di marketing attraverso l'automazione della gestione del consenso.



Insieme, Adobe Real-Time CDP e OneTrust Universal Consent and Preference Management consentono a chi si occupa di marketing e gestione dati di offrire esperienze digitali alimentate dai dati relativi al consenso e alle preferenze.

Come Adobe e OneTrust offrono esperienze cliente incentrate sulla privacy in ogni punto di contatto

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent and Preference Management	Come funzionano insieme
Funzionalità	<ul style="list-style-type: none">● Ottieni un quadro completo delle interazioni e preferenze di ogni cliente.● Collega le esperienze cliente sui vari canali.	<ul style="list-style-type: none">● Raccogli consenso, identificatori duraturi e preferenze per raggiungere ogni cliente a modo suo.● Rispetta le preferenze in tempo reale sfruttando l'integrazione con i sistemi di marketing.● Centralizza le transazioni di consenso in profili incentrati sulla privacy.	<ul style="list-style-type: none">● Attiva interazioni di marketing in linea con le preferenze di ogni cliente.● Imposta criteri usando i dati di consenso nei profili cliente.● Ottieni informazioni dettagliate sui dati di consenso.● Invia interazioni basate sul punto di contatto.
Valore di business	<ul style="list-style-type: none">● Offri esperienze ultra-personalizzate.● Coinvolgi la clientela in tutte le fasi del percorso.● Ottieni informazioni strategiche dai comportamenti dell'utente.	<ul style="list-style-type: none">● Offri esperienze cliente incentrate sulla privacy.● Riduci al minimo il rischio di non conformità.● Conquista la fiducia della clientela offrendo trasparenza sui dati.	<ul style="list-style-type: none">● Offri esperienze personalizzate che rispettano la privacy.● Consenti all'utente di controllare le proprie preferenze su tutti i canali.● Automatizza i processi di conformità alla privacy.
Valore tecnologico	<ul style="list-style-type: none">● Unisci più fonti di dati per creare profili cliente unificati.	<ul style="list-style-type: none">● Applica dati basati sul consenso nel tuo stack tecnologico.	<ul style="list-style-type: none">● Integra la gestione del consenso e i profili cliente unificati.

Esempi di come i team di marketing stanno usando Adobe Real-Time CDP e OneTrust Universal Consent and Preference Management

Creare fiducia con la personalizzazione.

Un marchio ha capito che le preferenze di un cliente ora comprendono le e-mail sul lancio di nuovi prodotti. L'integrazione aggiorna il profilo e sincronizza questi dati nell'intera organizzazione per le comunicazioni future, aumentando la fiducia del cliente e migliorando le prestazioni delle campagne.

Raggiungere la conformità alle normative mondiali sulla privacy.

Un retailer globale gestisce automaticamente il consenso della clientela in tutti i paesi, rispetta le normative locali in materia di privacy e mantiene la fiducia del pubblico in ciò che altrimenti sarebbe un processo laborioso.

Favorire la conversione con comunicazioni pertinenti.

Utilizzando profili cliente che includono dati relativi alle preferenze e al consenso, un esercente crea comunicazioni che raggiungono ogni cliente sui suoi canali preferiti. L'esercente offre quindi incentivi pertinenti per l'utente nel rispetto delle normative sulla privacy, aumentando i livelli complessivi di conversione ed engagement.

Aggiornare automaticamente le preferenze dell'utente.

Grazie ai profili cliente unificati, le organizzazioni possono riflettere immediatamente i cambiamenti nel consenso o nelle preferenze della clientela durante il customer journey. Questo semplifica le attività operative, fa risparmiare tempo prezioso e garantisce che i contenuti di marketing siano sempre in linea con i desideri della clientela.

Fidati di noi.

Contatta il tuo o la tua responsabile Adobe per richiedere maggiori informazioni su come offrire esperienze alimentate dai dati di prime parti in tutti i punti di contatto con Adobe e OneTrust.



Adobe, il logo Adobe e Adobe Real-Time Customer Data Platform sono marchi o marchi registrati di Adobe negli Stati Uniti e/o in altri paesi. Tutti gli altri marchi appartengono ai rispettivi proprietari.