

# Lever hypergepersonaliseerde ervaringen met een benadering tot data uit de eerste hand waarin privacy centraal staat.

Nieuwe wetgeving inzake gegevensbescherming en voortdurend veranderend beleid ten aanzien van cookies van derden zijn de nieuwe realiteit van digitale marketing. Klanten verwachten toegesneden ervaringen op basis van toestemming, terwijl merken nauwelijks toegang kunnen krijgen tot de data die ze daarvoor nodig hebben. Maar met OneTrust Universal Consent and Preference Management op Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) kunnen marketeers voldoen aan deze veranderingen door actiegerichte klantprofielen te maken met data uit de eerste hand die klanten besluiten te delen, wat gepersonaliseerde ervaringen mogelijk maakt.

## Uniforme klantprofielen met real-time data over toestemmingen en voorkeuren.

Met de gecombineerde oplossingen worden toestemmingsdata, duurzame ID's en privacyvoorkeuren verzameld en bijeengebracht in een uniform klantprofiel dat fungeert als centrale informatiebron. Hierdoor kunnen klanten op hun voorwaarden interacteren, terwijl wordt voldaan aan wetgeving inzake gegevensbescherming zoals de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) van de Europese Unie en de California Privacy Rights Act (CPRA).

## Gebruik Adobe Real-Time CDP en OneTrust Universal Consent and Preference Management voor het volgende:

- Voeg toestemming toe aan je klantprofielen en vergroot je inzicht in klantgedrag en -interesses door voorkeuren die klanten opgeven te verzamelen en op te slaan.
- Lever op grote schaal gepersonaliseerde ervaringen met doelgroepsegmenten die zijn gebaseerd op data uit de eerste hand en toestemmingsdata.
- Voldoe aan eisen met betrekking tot gegevensbescherming, bouw vertrouwen op bij klanten en beperk verstoringen van marketingworkflows tot een minimum door toestemmingsbeheer te automatiseren.



Samen stellen Adobe Real-Time CDP en OneTrust Universal Consent and Preference Management marketeers en datamanagers in staat om digitale ervaringen te leveren die zijn gebaseerd op toestemmings- en voorkeursdata.

## Hoe Adobe en OneTrust op elk contactpunt ervaringen leveren waarbij privacy centraal staat.

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent and Preference Management	Hoe ze samenwerken
<b>Functies</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krijg een holistisch beeld van klantinteracties en voorkeuren.</li> <li>• Koppel klantervaringen via verschillende kanalen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verzamel toestemmingsdata, duurzame ID's en voorkeuren om klanten te bereiken zoals zij dat willen.</li> <li>• Voldoe aan real-time voorkeuren door integratie met marketingsystemen.</li> <li>• Centraliseer toestemmingstransacties in privacygerichte profielen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activeer marketinginteracties die overeenstemmen met klantvoorkeuren.</li> <li>• Stel beleid in met toestemmingsdata in consumentenprofielen.</li> <li>• Krijg inzicht in de toestemmingsdata.</li> <li>• Verzend interacties op basis van contactpunten.</li> </ul>
<b>Bedrijfswaarde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lever ultragepersonaliseerdere ervaringen.</li> <li>• Spreek klanten in elke fase van het traject aan.</li> <li>• Vergaar inzichten uit klantgedrag.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lever privacygerichte klantervaringen.</li> <li>• Minimaliseer het risico van niet-naleving van regelgeving.</li> <li>• Win het vertrouwen van de klant met datatransparantie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bied privacyvriendelijke gepersonaliseerde ervaringen.</li> <li>• Bied klanten controle over hun voorkeuren op verschillende kanalen.</li> <li>• Automatiseer nalevingsprocessen met betrekking tot privacy.</li> </ul>
<b>Technologische waarde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Combineer databronnen om uniforme klantprofielen te maken.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dwing het gebruik van data op basis van toestemming af in je tech-stack.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integreer toestemmingsbeheer en uniforme klantprofielen.</li> </ul>

## **Voorbeelden – hoe marketeers Adobe Real-Time CDP en OneTrust Universal Consent and Preference Management gebruiken:**

### **Personaliseren om vertrouwen op te bouwen.**

Een merk ontdekt dat e-mails over productlanceringen zijn toegevoegd aan klantvoorkeuren. Dankzij de integratie wordt het profiel bijgewerkt en wordt deze data in de hele organisatie gesynchroniseerd voor toekomstige berichten. Daardoor stijgt het vertrouwen van klanten en worden de campagneprestaties verbeterd.

### **Naleving van internationale privacyregelgeving realiseren.**

Een internationale retailer beheert automatisch toestemmingen van klanten in verschillende landen, volgt lokale privacywetten en behoudt het vertrouwen van de klant op een manier die anders arbeidsintensief zou zijn.

### **Conversie met relevante berichten.**

Met klantprofielen die voorkeurs- en toestemmingsdata omvatten maakt een verkoper berichten om klanten te bereiken via hun voorkeurskanalen. De verkoper biedt vervolgens relevante prikkels terwijl aan de privacyregels wordt voldaan, waardoor het aantal conversies stijgt en de betrokkenheid toeneemt.

### **Automatisch klantvoorkeuren bijwerken.**

Met uniforme klantprofielen kunnen organisaties direct wijzigingen met betrekking tot toestemmingsdata of voorkeuren van klanten doorvoeren in het hele klanttraject. Dit leidt tot gestroomlijnde activiteiten, bespaart waardevolle tijd en garandeert dat marketing altijd voldoet aan de wensen van de klant.

### **Vertrouw op ons.**

Vraag je Adobe-vertegenwoordiger om meer informatie over ervaringen op basis van data uit de eerste hand op elk contactpunt met Adobe en OneTrust.



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.