



Leverera hyperpersonaliserade upplevelser med egna data och integritet i första rummet

Nya lagar om datasekretess och cookiepolicyer från andra leverantörer som hela tiden uppdateras – det är så verkligheten ser ut i dag inom digital marknadsföring. Kunderna förväntar sig samtyckesbaserade och skräddarsydda upplevelser, medan många varumärken har svårt att komma över de data som skulle göra detta möjligt. Men med OneTrust Universal Consent and Preference Management i Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) kan marknadsförarna hänga med i förändringarna genom att bygga ändamålsenliga kundprofiler utifrån egna data som kunderna valt att dela för att sedan ta fram personaliserade upplevelser.

Samlade kundprofiler med data om samtycke och önskemål i realtid

De kombinerade lösningarna lagrar samtyckesdata, varaktiga identifierare och sekretessinställningar i en samlad kundprofil, som fungerar som en enda källa för information. På så sätt kan ni engagera kunderna på deras villkor samtidigt som ni följer gällande lagstiftning om datasekretess, som EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR) och USA:s California Consumer Privacy Act (CCPA).

Använd Adobe Real-Time CDP och OneTrust Universal Consent and Preference Management för att:

- Lägga till samtycke i kundprofiler och få en bättre bild av kundernas beteenden och intressen genom att samla och lagra inställningar de själva anger.
- Leverera personaliserade upplevelser i stor skala med hjälp av målgruppssegment som bygger på egna data och samtyckesdata.
- Följa kraven på datasekretess, skapa förtroende hos kunderna och minimera störningar i marknadsföringsarbetsflöden med hjälp av automatiserad samtyckeshantering.



Genom att kombinera Adobe Real-Time CDP och OneTrust Universal Consent and Preference Management kan marknadsförare och datachefer leverera digitala upplevelser som bygger på kundernas data om samtycke och önskemål.

Så här levererar Adobe och OneTrust kundupplevelser som prioriterar integritet i alla kontaktytor

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent and Preference Management	Så här samverkar de
Funktioner	● Få en heltäckande bild av kundinteraktioner och kundönskemål. ● Koppla samman kundupplevelser över alla kanaler.	● Samla in samtycke, varaktiga identifierare och inställningar för att möta kunderna på de sätt de föredrar. ● Respektera inställningar i realtid genom att integrera med marknadsföringssystem. ● Centralisera samtyckes-transaktioner i skyddade profiler.	● Engagera med marknadsföring som passar kunderna. ● Skapa policyer med hjälp av samtyckesdata i konsumentprofiler. ● Få insikter om samtyckesdata. ● Engagera utifrån kontaktytor.
Affärsvärde	● Leverera extremt personaliserade upplevelser. ● Engagera kunderna längs hela deras resa. ● Dra lärdom av kundernas beteenden.	● Leverera kundupplevelser med integritet i fokus. ● Säkra regellefterlevnaden. ● Vinn kundernas förtroende med hjälp av datatransparens.	● Erbjud skyddade personaliserade upplevelser. ● Ge kunderna kontroll över deras inställningar över alla kanaler. ● Automatisera processer för regellefterlevnad på integritetsområdet.
Teknikvinster	● Kombinera datakällor för att ta fram samlade kundprofiler.	● Behörighetsbaserad dataanvändning i hela teknikstacken.	● Integrera samtyckeshantering och samlade kundprofiler.

Exempel – så här använder marknadsförare Adobe Real-Time CDP med OneTrust Universal Consent and Preference Management

Personalisering som skapar tillit

Ett varumärke får kännedom om att en kund nu vill få mejl om produktlanseringar. Integreringen uppdaterar deras profil och synkroniserar informationen i hela organisationen för framtida bruk, vilket ökar kundens tillit och förbättrar kampanjresultaten.

Global regelefterlevnad inom integritetsområdet

En global detaljhandlare hanterar kundsamtycke automatiskt i alla länder, följer lokal lagstiftning och behåller kundernas förtroende i något som annars skulle vara en tungrodd process.

Konvertering med relevant kommunikation

Med hjälp av kundprofiler som inkluderar data om önskemål och samtycke tar en handlare fram budskap som når kunderna i de kanaler de helst använder. Handlaren erbjuder sedan relevanta incitament samtidigt som de följer gällande lagstiftning om datasekretess, vilket ökar konverteringarna såväl som engagemanget.

Automatisk uppdatering av kundinställningar

Med hjälp av samlade kundprofiler kan organisationer omedelbart spegla förändringar i kundernas samtycke och inställningar längs hela kundresan. Detta effektiviserar hela verksamheten, sparar värdefull tid och säkerställer att marknadsföringen alltid passar kundernas önskemål.

Lita på oss.

Kontakta er Adobe-representant för att få mer information om upplevelser som bygger på egna data i alla kontaktytor med Adobe och 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.