

มอบประสบการณ์ที่มีความเฉพาะตัวสูงด้วยแนวทางการเข้าถึงข้อมูลของ first-party โดยให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว

กฎหมายความเป็นส่วนตัวของข้อมูลใหม่และนโยบาย third-party cookie ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจะเข้ามามีบทบาทในการตลาดดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ลูกค้าคาดหวังประสบการณ์ที่ปรับแต่งตามความต้องการโดยได้รับความยินยอมในขณะที่หลายแบรนด์ต้องดิ้นรนเข้าถึงข้อมูลที่ทำให้ประสบการณ์ดังกล่าวเป็นไปได้ แต่ OneTrust Universal Consent และ Preference Management บน Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) จะช่วยให้ทีมการตลาดปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้โดยสร้างโปรไฟล์ลูกค้าที่นำไปใช้งานได้จากข้อมูล first-party ที่ลูกค้าเลือกที่จะแชร์ เพื่อมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคล

โปรไฟล์ลูกค้าที่ผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวพร้อมด้วยข้อมูลความยินยอมและความต้องการแบบเรียลไทม์

โซลูชันผสมผสานจะรวบรวมข้อมูลความยินยอม ตัวระบุที่ใช้ได้นาน และการตั้งค่าข้อมูลส่วนบุคคลไว้ในโปรไฟล์ลูกค้าที่ผสมผสานเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งทำหน้าที่เป็น single source of truth วิธีการนี้ช่วยให้คุณมี engagement กับลูกค้าตามเงื่อนไขของลูกค้าได้ในขณะที่ยังปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เช่น General Data Protection Regulation (GDPR) ของสหภาพยุโรป และ California Privacy Rights Act (CPRA)

ใช้ Adobe Real-Time CDP และ OneTrust Universal Consent and Preference Management เพื่อดำเนินการต่อไปนี้

- เพิ่มความยินยอมลงในโปรไฟล์ลูกค้าของคุณและทำความเข้าใจพฤติกรรมและความสนใจของลูกค้าให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นโดยการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลความต้องการที่ลูกค้าให้ไว้
- มอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลแก่ลูกค้าจำนวนมากโดยใช้เซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่สร้างขึ้นจากข้อมูล first-party และข้อมูลความยินยอม



- ปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล สร้างความไว้วางใจกับลูกค้า และลดการหยุดชะงักของเวิร์กโฟลว์การตลาดให้เหลือน้อยที่สุดผ่านระบบจัดการความยินยอมอัตโนมัติ

Adobe Real-Time CDP และ OneTrust Universal Consent and Preference Management ทั้งหมดช่วยให้นักการตลาดและผู้จัดการข้อมูลสามารถมอบประสบการณ์ดิจิทัลโดยใช้ข้อมูลความยินยอมและความต้องการ

วิธีที่ Adobe และ OneTrust มอบประสบการณ์ลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวในทุกทัชพอยต์

	Adobe Real-Time CDP	OneTrust Universal Consent and Preference Management	การทำงานร่วมกัน
พีเจอาร์	<ul style="list-style-type: none"> ● มองภาพแบบองค์รวมของการโต้ตอบและความต้องการของลูกค้า ● เชื่อมต่อประสบการณ์ลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ● รวบรวมความยินยอม ตัวระบุที่ใช้ได้นาน และความต้องการเพื่อเข้าถึงลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ● เคารพความต้องการแบบเรียลไทม์โดยการผสานการทำงานกับระบบการตลาด ● รวมศูนย์การดำเนินการด้านความยินยอมไว้ในโปรไฟล์ที่เน้นความเป็นส่วนตัว 	<ul style="list-style-type: none"> ● สร้าง engagements ทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ● กำหนดนโยบายโดยใช้ข้อมูลความยินยอมในโปรไฟล์ผู้บริโภค ● รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลความยินยอม ● ส่งข้อมูล engagement ตามทัชพอยต์
คุณค่าทางธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● มอบประสบการณ์ที่มีความเฉพาะบุคคลสูง ● สร้าง engagement กับลูกค้าในทุกชั้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ● รับข้อมูลเชิงลึกจากพฤติกรรมของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ● มอบประสบการณ์ลูกค้าที่เน้นความเป็นส่วนตัว ● ลดความเสี่ยงในการปฏิบัติตามข้อกำหนดให้เหลือน้อยที่สุด ● ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าผ่านความโปร่งใสของข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> ● นำเสนอประสบการณ์เฉพาะบุคคลที่เคารพความเป็นส่วนตัว ● ให้ลูกค้าควบคุมความต้องการของตนได้ในทุกช่องทาง ● ทำให้กระบวนการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความเป็นส่วนตัวเป็นแบบอัตโนมัติ
คุณค่าด้านเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ● รวมแหล่งข้อมูลเพื่อสร้างโปรไฟล์ลูกค้าที่ผสานเป็นหนึ่งเดียว 	<ul style="list-style-type: none"> ● บังคับใช้ข้อมูลตามสิทธิ์อนุญาตทั่วทั้งชุดเทคโนโลยีของคุณ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ผสานรวมการจัดการความยินยอมและโปรไฟล์ลูกค้าที่ผสานเป็นหนึ่งเดียว

ตัวอย่าง — นักการตลาดใช้ Adobe Real-Time CDP ร่วมกับ OneTrust Universal Consent และ Preference Management อย่างไร

นำเสนอเฉพาะบุคคลเพื่อสร้างความไว้วางใจ

แบรนด์หนึ่งเรียนรู้ว่าตอนนี้ลูกค้าต้องการรับอีเมลเกี่ยวกับการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ การผสมผสานการทำงานจะอัปเดตข้อมูลโปรไฟล์ของลูกค้าและซิงค์ข้อมูลนี้ทั่วทั้งองค์กรเพื่อการสื่อสารในอนาคต จึงเพิ่มความไว้วางใจของลูกค้าและปรับปรุงประสิทธิภาพของแคมเปญ

บรรลุเป้าหมายการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับความเป็นส่วนตัวทั่วโลก

ผู้ค้าปลีกระดับโลกรายหนึ่งจัดการความยินยอมของลูกค้าโดยอัตโนมัติในทุกประเทศ ปฏิบัติตามกฎหมายการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวในท้องถิ่น และรักษาความไว้วางใจของลูกค้า ซึ่งอาจเป็นกระบวนการที่ใช้ความเพียรพยายามอย่างมากหากใช้วิธีที่ไม่เหมาะสม

สร้าง conversion ด้วยการสื่อสารที่ตรงใจ

ผู้ค้าปลีกหนึ่งใช้โปรไฟล์ลูกค้าที่รวมถึงข้อมูลความต้องการและความยินยอมเพื่อจัดทำสื่อสารที่เข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางที่ลูกค้าต้องการ จากนั้นผู้ค้าจะเสนอแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องโดยปฏิบัติตามกฎความเป็นส่วนตัว เพิ่ม conversions และ engagement โดยรวม

อัปเดตข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยอัตโนมัติ

โปรไฟล์ลูกค้าที่ผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวช่วยหลายองค์กรสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในความยินยอมหรือความต้องการของลูกค้าตลอดกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ทันที วิธีการนี้ช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ประหยัดเวลาอันมีค่า และทำให้มั่นใจได้ว่าการตลาดจะสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเสมอ

ไว้วางใจในตัวเรา

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากตัวแทนของ Adobe เกี่ยวกับประสบการณ์ที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล first-party ในทุกทัชพอยต์ที่ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับ Adobe และ OneTrust

Adobe

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.

© 2024 Adobe. All rights reserved.