

**Adobe**

# **Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration para agencias de medios**

**Tres casos de uso para monetizar segmentos de público y ofrecer valor a anunciantes**

El sector publicitario evoluciona rápidamente y las agencias de medios se sitúan al frente a la hora de abordar los nuevos retos. Desde impulsar nuevas fuentes de ingresos hasta demostrar el valor en un mercado saturado, la necesidad de soluciones eficientes centradas en la privacidad nunca ha sido mayor. [Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#) ofrece a las agencias de medios una manera transformadora de ampliar a escala los ingresos publicitarios, mejorar las asociaciones y demostrar su valor a las marcas.

En esta guía analizaremos cómo pueden las agencias de medios utilizar Real-Time CDP Collaboration para ampliar a escala los ingresos publicitarios y reforzar su relación con las marcas de formas innovadoras.





# ¿Qué es Adobe Real-Time CDP Collaboration?

Real-Time CDP Collaboration es una solución que da prioridad a la privacidad y permite a las marcas, las agencias de medios y sus partners identificar y analizar segmentos de público de alto valor, así como llegar a ellos. Las agencias de medios pueden conectar con marcas líderes empleando datos de fuentes primarias en cualquier ubicación, lo que simplifica la integración con pilas tecnológicas existentes.

Para que no hagan falta nuevas salas limpias cada vez que una marca y una agencia de medios se asocien, Real-Time CDP Collaboration utiliza herramientas integradas de privacidad con el fin de permitir la colaboración de datos desde una única plataforma segura. También simplifica la búsqueda y el análisis de datos del público para marcas y agencias de medios gracias a paneles intuitivos e información impulsada por IA.

## Principales funciones para agencias de medios

Estas son algunas de las funciones de Real-Time CDP Collaboration diseñadas para ayudar a las agencias de medios a comercializar mejor sus segmentos de público, respaldar la activación y ofrecer información exhaustiva sobre las campañas para las marcas:

-  **Intercambio de públicos centrado en la privacidad:** colabora con anunciantes sin compartir datos de cliente subyacentes sin procesar.
-  **Información sobre públicos en tiempo real:** obtén información inmediata sobre el solapamiento de públicos y las oportunidades de descubrimiento.
-  **Informes a la carta sobre las campañas:** ofrece información sobre el rendimiento e informes de atribución para fundamentar las estrategias publicitarias.
-  **Colaboración ampliable:** conecta fácilmente con agencias de medios sea cual sea su plataforma o infraestructura de datos.

## Cómo ayudan estas funciones a abordar los desafíos clave de las agencias de medios

Real-Time CDP Collaboration aborda directamente los retos más importantes a los que se enfrentan las agencias de medios a la hora de ampliar a escala los ingresos, impulsar su eficiencia y mejorar su relación con anunciantes. La plataforma facilita el trabajo a las agencias más pequeñas al permitirles mostrar sus segmentos de público de fuentes primarias en un catálogo visual. Cada anunciante puede descubrir y segmentar fácilmente a ese público y crear así nuevos flujos de ingresos para agencias de todos los tamaños.

Por ejemplo, una centrada en el estilo de vida puede crear segmentos de público basándose en intereses como la salud, el turismo y el deporte. Mediante el uso de Real-Time CDP Collaboration,

una empresa anunciante que promocione una aplicación de deporte puede dirigirse al público interesado en la salud de esa agencia de medios. Este enfoque permite obtener ingresos adicionales y refuerza las relaciones con anunciantes al ofrecer resultados mensurables.

La eficiencia operativa constituye otro importante ámbito en el que destaca Real-Time CDP Collaboration. Al automatizar los flujos de trabajo y reducir el esfuerzo manual, la plataforma simplifica el proceso de activación y expansión de público sin recurrir a profesionales de la ciencia de datos. Este enfoque agilizado permite a las agencias de medios centrarse en el crecimiento estratégico en lugar de estancarse con complejidades técnicas.

Real-Time CDP Collaboration también refuerza las relaciones con anunciantes. Las agencias de medios pueden proporcionar información procesable sobre el rendimiento de las campañas para demostrar el valor de sus segmentos de público. Por ejemplo, una agencia encargada de un servicio de streaming puede ofrecer métricas de interacción detalladas e informes sobre el retorno de la inversión en publicidad (ROAS) a una empresa anunciante y, de esa forma, optimizar futuras campañas y reforzar la colaboración.

## Casos de uso de Adobe Real-Time CDP Collaboration para agencias de medios

Real-Time CDP Collaboration ofrece métodos prácticos para ampliar y hacer evolucionar las relaciones con anunciantes a través de una aplicación independiente y transparente.

### 1. Conectar con nuevas marcas a gran escala

Real-Time CDP Collaboration ayuda a las agencias de medios a conectar con miles de anunciantes y clientes del mercado con independencia de su pila tecnológica existente. Las agencias pueden proporcionar segmentos de público estándar y personalizados para obtener información y planificar campañas, además de invitar a cualquier anunciante a colaborar, tanto si forma parte del ecosistema de clientes de Adobe como si no. Gracias a Real-Time CDP Collaboration, se simplifican los datos de incorporación de cada anunciante para que las marcas puedan sacarles partido en menos tiempo.

### 2. Ampliar el alcance publicitario de las marcas

Real-Time CDP Collaboration brinda acceso a segmentos de público prediseñados desde fuentes de datos de Adobe y de terceros protegiendo la privacidad para minimizar la exposición de los datos. Las marcas pueden utilizar solapamientos de público e información para planificar campañas y seleccionar audiencias con el fin de impulsar campañas publicitarias más lucrativas y eficientes. Si les interesa ampliar aún más los segmentos de público, las marcas pueden colaborar con partners de identidad de confianza para resolver identidades de clientes y enriquecer el público que tienen en común.

### 3. Demostrar el valor a las marcas

Real-Time CDP Collaboration proporciona a las agencias de medios informes configurables sobre el rendimiento para ayudar a las marcas publicitarias a impulsar las inversiones en campañas actuales y futuras. La combinación de datos de partners de identidad, registros de anuncios y conversiones publicitarias ayuda a cada anunciante a comprender mejor su ROAS y el valor que le aporta como agencia de medios.

# Empieza a usar Real-Time CDP Collaboration para mejorar los resultados empresariales de las agencias de medios

En un entorno de marketing en el que las cookies de terceros tienen menos relevancia, las agencias de medios se enfrentan a importantes retos de cara a aumentar sus ingresos, impulsar la eficiencia y demostrar su valor a cada anunciante. Real-Time CDP Collaboration responde a estos retos al proporcionar una plataforma segura de colaboración de datos que cumple las normativas de privacidad.

La capacidad de ampliación de la plataforma permite a las agencias de medios conectar con miles de anunciantes a través de una misma interfaz. Sus funciones de privacidad permiten obtener información valiosa sobre el público sin poner en peligro los datos confidenciales. Las métricas de campañas procesables y los segmentos de público de alto rendimiento de Real-Time CDP Collaboration convierten a las agencias de medios en partners imprescindibles en el panorama publicitario.

[Descubre cómo Real-Time CDP Collaboration puede ayudar a tu organización.](#)

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a bold, white, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

Adobe y el logotipo de Adobe son marcas registradas o marcas comerciales de Adobe en los Estados Unidos y/o en otros países.

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.