

Adobe

Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration per i publisher

3 casi d'uso per monetizzare le audience e offrire valore agli inserzionisti.

Il mondo della pubblicità è in rapida evoluzione, e i publisher sono in prima linea nell'affrontare le sfide emergenti. Dalla promozione di nuovi flussi di entrate alla dimostrazione del valore in un mercato saturo, la necessità di soluzioni efficienti che mettano la privacy al centro non è mai stata così forte.

[Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#) offre ai publisher un sistema innovativo per aumentare i ricavi pubblicitari, rafforzare le partnership e dimostrare il proprio valore ai brand.

Questa guida, dedicata ai principali casi d'uso di Real-Time CDP Collaboration per i publisher, spiega come aumentare i ricavi pubblicitari e rafforzare le relazioni con i brand in modo innovativo.





Cos'è Adobe Real-Time CDP Collaboration?

Real-Time CDP Collaboration è una soluzione incentrata sulla privacy che permette ai brand, ai publisher e ai loro partner di identificare, raggiungere e analizzare audience di alto valore. I publisher possono entrare in contatto con i brand più importanti usando dati di prime parti da qualsiasi posizione, semplificando così l'integrazione con gli strumenti tecnologici già impiegati.

Anziché richiedere nuove clean room ogni volta che un brand e un publisher avviano una partnership, Real-Time CDP Collaboration utilizza strumenti di privacy integrati per abilitare la collaborazione sui dati da un'unica piattaforma sicura. Inoltre, semplifica la ricerca e l'analisi dei dati sul pubblico per entrambe le parti grazie a informazioni strategiche basate sull'IA e a dashboard intuitive.

Funzionalità principali per i publisher

Vediamo alcune funzionalità di Real-Time CDP Collaboration che possono aiutare i publisher a commercializzare meglio le proprie audience, supportare l'attivazione e fornire informazioni approfondite sulle campagne per i brand.

-  **Condivisione di audience con la privacy al centro:** collabora con gli inserzionisti senza condividere i dati grezzi di base sulla clientela.
-  **Informazioni strategiche sulle audience in tempo reale:** ottieni informazioni immediate sui segmenti di pubblico sovrapposti e scopri nuove opportunità.
-  **Report on demand sulle campagne:** fornisci informazioni strategiche sulle prestazioni e report di attribuzione per orientare le strategie dell'inserzionista.
-  **Collaborazione scalabile:** sfrutta la perfetta integrazione con qualsiasi inserzionista, indipendentemente dalla sua piattaforma o infrastruttura dati.

Come queste funzionalità contribuiscono a risolvere i problemi specifici dei publisher

Per aumentare il valore, lavorare in modo efficiente e migliorare le relazioni con gli inserzionisti, i publisher devono affrontare un percorso a ostacoli. La risposta diretta a queste criticità è Real-Time CDP Collaboration. Questa piattaforma livella il campo di gioco per le realtà più piccole, consentendo ai publisher di presentare i propri segmenti di pubblico proprietari in un catalogo visivo. Ciò consente agli inserzionisti di scoprire e targetizzare facilmente queste audience, creando nuovi flussi di entrate per publisher di tutte le dimensioni.

Ad esempio, un publisher che opera nel settore lifestyle potrebbe creare segmenti di pubblico in base a interessi quali salute, viaggi e fitness. Utilizzando Real-Time CDP Collaboration, qualsiasi inserzionista che desideri promuovere un'app sportiva può rivolgersi, tramite quel

publisher, al segmento di pubblico che ha manifestato interesse per uno stile di vita salutare. Questo approccio genera ulteriore valore e rafforza le relazioni con gli inserzionisti, producendo risultati misurabili.

L'efficienza operativa è un altro aspetto importante che distingue Real-Time CDP Collaboration. Automatizzando i flussi di lavoro e riducendo le attività manuali, la piattaforma semplifica il processo di attivazione ed espansione del pubblico anche senza l'intervento di data scientist. Questo approccio ottimizzato consente ai publisher di concentrarsi sulla crescita strategica, anziché arrancare tra innumerevoli complicazioni tecniche.

Real-Time CDP Collaboration rafforza anche le relazioni con gli inserzionisti. I publisher possono fornire informazioni sfruttabili sulle prestazioni delle campagne, dimostrando il valore dei propri segmenti di audience. Ad esempio, un publisher specializzato in servizi di streaming potrebbe offrire a un inserzionista metriche dettagliate sull'engagement del pubblico e report relativi al ritorno sugli investimenti pubblicitari (ROAS), ottimizzando le campagne future e consolidando la collaborazione.

Casi d'uso di Adobe Real-Time CDP Collaboration per i publisher

Real-Time CDP Collaboration offre applicazioni pratiche per espandere e far crescere le relazioni con gli inserzionisti attraverso una piattaforma agnostica e trasparente.

1. Entra in contatto con nuovi brand su larga scala.

Real-Time CDP Collaboration aiuta i publisher a entrare in contatto con migliaia di inserzionisti e acquirenti sul mercato, indipendentemente dal loro stack tecnologico esistente. Ogni publisher può fornire audience standard e personalizzate per l'accesso a informazioni strategiche e la pianificazione delle campagne, con la possibilità di invitare qualsiasi inserzionista a collaborare, anche se non fa parte dell'ecosistema di clienti Adobe. Con Real-Time CDP Collaboration, l'onboarding dei dati degli inserzionisti è semplice, così i brand possono realizzare valore in tempi più rapidi.

2. Estendi la copertura pubblicitaria dei brand.

Real-Time CDP Collaboration consente l'accesso a segmenti di pubblico predefiniti da origini dati Adobe e non Adobe, con protezione della privacy per ridurre al minimo l'esposizione dei dati. I brand possono utilizzare i segmenti di pubblico sovrapposti e i relativi approfondimenti per pianificare le campagne e selezionare le audience in modo tale da promuovere campagne pubblicitarie più efficienti e redditizie. Per espandere ulteriormente il pubblico, i brand possono collaborare con partner di identità affidabili per determinare le identità della clientela e arricchire le audience condivise.

3. Dimostra il valore ai brand.

Real-Time CDP Collaboration consente ai publisher di configurare report sulle prestazioni per aiutare i marchi pubblicitari a effettuare investimenti migliori nelle campagne attuali e future. Grazie a una combinazione di registri degli annunci, conversioni degli inserzionisti e dati forniti da partner di identità, gli inserzionisti possono comprendere meglio il proprio ROAS per riconoscere il tuo valore come publisher.

Inizia a usare Real-Time CDP Collaboration per migliorare i risultati di business dei publisher.

In un ambiente di marketing caratterizzato da una dipendenza ridotta dai cookie di terze parti, i publisher devono affrontare sfide impegnative per aumentare i ricavi, lavorare in modo efficiente e dimostrare il proprio valore agli inserzionisti. Real-Time CDP Collaboration risolve queste sfide fornendo una piattaforma sicura per la collaborazione sui dati che garantisce la conformità alle normative in materia di privacy.

La scalabilità della piattaforma consente ai publisher di entrare in contatto con migliaia di inserzionisti attraverso un'unica interfaccia. Le sue funzionalità di privacy consentono di estrarre approfondimenti di valore sul pubblico senza compromettere i dati sensibili. I segmenti di pubblico ad alte prestazioni e le metriche sfruttabili sulle campagne disponibili tramite Real-Time CDP Collaboration posizionano i publisher come partner indispensabili nell'ecosistema pubblicitario.

[Scopri come Real-Time CDP Collaboration può essere utile alla tua organizzazione.](#)

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

Adobe e il logo Adobe sono marchi o marchi registrati di Adobe negli Stati Uniti e/o in altri Paesi.

© 2025 Adobe. All rights reserved.