

Adobe

パブリッシャー向け Adobe Real-Time CDPの コラボレーション機能

広告主に価値を提供し、オーディエンスを収益化するための3つのユースケース

広告を取り巻く状況は急速に進化しており、パブリッシャーは最前線で新たな課題に取り組んでいます。新たな収益源獲得の実現から、激しい市場競争で価値を実証するまで、効果的かつプライバシーを重視したソリューションの必要性はかつてないほど高まっています。[Adobe Real-Time CDPのコラボレーション機能](#)は、パブリッシャーに広告収入の拡大、パートナーシップの強化、企業への価値を証明する、革新的な方法を提供します。

このガイドでは、Real-Time CDP Collaborationを使用するパブリッシャーの主なケースを探り、パブリッシャーが革新的な方法で広告収入を拡大し、企業との関係性を強化できるようにします。





Adobe Real-Time CDP Collaboration とは何ですか？

Real-Time CDP Collaborationは、企業、パブリッシャーおよびそのパートナーが、価値の高いオーディエンスを特定、リーチ、分析できる、プライバシー中心のソリューションです。パブリッシャーは、どこからでもファーストパーティデータを使用してトップ企業とつながることができるため、既存のテクノロジースタックに容易に統合できます。

Real-Time CDP Collaborationでは、企業とパブリッシャーが提携するたびに新しいクリーンルームを必要とするのではなく、組み込みのプライバシーツールを使用して、安全かつ単一のプラットフォームから、データコラボレーションを実現します。また、AIを活用したインサイトと直感的なダッシュボードにより、企業やパブリッシャー向けの、オーディエンスデータの検索と分析を簡素化します。

パブリッシャー向けの主な機能

これらは、パブリッシャーによるオーディエンスの活用、アクティベーションのサポート、企業にキャンペーンに関する詳細なインサイトを提供できるよう設計された、Real-Time CDPのコラボレーション機能の一部です。

-  **プライバシー中心のオーディエンスの共有**：基盤となる未処理の顧客データを共有せず
に広告主と提携します。
-  **リアルタイムのオーディエンスのインサイト**：オーディエンスの重複と機会の発見について、
インサイトを即座に得ることができます。
-  **オンデマンドのキャンペーンレポート**：広告主の戦略に役立つパフォーマンスに関する
インサイトとアトリビューションレポートを提供します。
-  **スケーラブルなコラボレーション**：データインフラストラクチャやプラットフォームに関係
なく、広告主とシームレスに統合します。

これらの機能がパブリッシャーの問題解決に どのように役立つのか

Real-Time CDP Collaborationは、収入の拡大、効率的な運営、広告主との関係強化において、パブリッシャーが直面する重要な課題に直接対処します。小規模なパブリッシャーは、ファーストパーティのオーディエンスセグメントを視覚的なカタログで紹介することで、対等なプラットフォームで競うことができます。広告主はこれらのオーディエンスを容易に見つけ出してターゲット設定できるので、どの規模のパブリッシャーでも新しい収益源を創出できます。

例えば、ライフスタイルを提供するパブリッシャーは、健康、旅行、フィットネスなどの関心に基づいてオーディエンスのセグメントを作成したいと思うでしょう。Real-Time CDPのコラボレーション機能を使用すると、フィットネスアプリのプロモーションをする広告主は、パブリッシャーの健康志向のオーディエンスをターゲットにすることができます。計測可能な結果を提供し、このアプローチによってさらなる収益をもたらすことができるため、広告主との関係が強化されます。

業務効率化は、Real-Time CDP Collaborationが手腕を発揮する、もう一つの重要な分野です。ワークフローを自動化し、手作業を削減することで、このプラットフォームは、データサイエンティストに頼ることなく、オーディエンスのアクティベーションと拡大のプロセスを簡素化します。この合理化されたアプローチにより、パブリッシャーは技術的な複雑さにとらわれることなく、戦略的な成長に集中できます。

また、Real-Time CDP Collaborationは、広告主との関係を強化します。パブリッシャーは、キャンペーンのパフォーマンスに関する実用的なインサイトを提供し、オーディエンスセグメントの価値を示すことができます。例えば、ストリーミングサービスのパブリッシャーは、詳細なエンゲージメント指標と広告費用対効果 (ROAS) レポートを広告主に提供することで、将来のキャンペーンを最適化し、コラボレーションをさらに強化できます。

パブリッシャー向けAdobe Real-Time CDP Collaborationのユースケース

Real-Time CDP Collaborationは、中立的で透明性の高いアプリケーションを通じて、広告主との関係を拡大および成長させる実用的な活用法を提供します。

1. 新しい企業と大規模につながる

Real-Time CDP Collaborationなら、既存のテクノロジースタックに関係なく、パブリッシャーは何千もの広告主やマーケット内のバイヤーとつながることができます。パブリッシャーは、インサイトやキャンペーンプランニング用に標準オーディエンスと独自のオーディエンスを提供でき、アドビのカスタマーエコシステムの一部であるかどうかにかかわらず、任意の広告主をコラボレーションに招待することができます。Real-Time CDPのコラボレーション機能を使用することで広告主のデータのオンボーディングが容易になり、企業は価値の実現を迅速化できます。

2. 企業広告のリーチを拡大する

Real-Time CDP Collaborationなら、アドビおよびアドビ以外のデータソースから、事前構築済みのオーディエンスにアクセスでき、プライバシー保護によりデータの露出を最小限に抑えます。企業は、キャンペーンプランニングとオーディエンスの選択にオーディエンスの重複およびインサイトを活用し、効率化された収益性の高い広告キャンペーンを推進することができます。オーディエンスをさらに拡大するために、企業は信頼できるIDパートナーと協力して、顧客のIDを解決し、共有オーディエンスを拡充させることができます。

3. 企業に価値を証明する

Real-Time CDP Collaborationなら、は、パブリッシャーに設定可能なパフォーマンスレポートを提供し、広告ブランドによる現在および将来のキャンペーン投資の促進を支援します。広告ログ、広告主のコンバージョン、IDパートナーのデータを組み合わせることで、広告主は広告費用対効果をより深く理解し、パブリッシャーとしての価値を明確にすることができます。

Real-Time CDP Collaborationを活用して パブリッシャーのビジネス成果を向上させましょう。

サードパーティCookieへの依存度が低減したマーケティング環境では、パブリッシャーは、売上の向上、効率的な運用、広告主への価値証明において、大きな課題に直面しています。Real-Time CDP Collaborationは、プライバシー規制への準拠を維持しながら、データコラボレーションの安全性に優れたプラットフォームを提供することでこれらの課題に対処します。

プラットフォームの高い拡張性を利用し、パブリッシャーは単一のインターフェイスを通じて、何千もの広告主とつながることができます。そのプライバシー機能により、機密データを損なうことなく、効果的なオーディエンスに関するインサイトを得ることができます。Real-Time CDP Collaborationはにおけるパフォーマンスの高いオーディエンスセグメントと実行可能なキャンペーン指標により、パブリッシャーは広告のエコシステムにおいて不可欠なパートナーとして位置付けられます。

[Real-Time CDP Collaborationはが自社にどのように役立つかを
ご覧ください。](#)



Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.