



Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration 퍼블리셔 활용 사례

고객을 통해 수익을 창출하고 광고주에게 가치를 전달하는 3가지 활용 사례

빠르게 변화하는 광고 지형의 최전선에서 퍼블리셔는 새롭게 떠오르는 과제를 해결하는데 여념이 없습니다. 그 중 가장 우선되는 과제가 ‘개인정보 보호’입니다. 새로운 수입원을 확보하고, 치열한 경쟁 시장에서 자사의 가치를 입증하기 위해서라도 개인정보 보호에 중점을 둔 솔루션이 필요합니다. [Adobe Real-Time Customer Data Platform\(CDP\) Collaboration](#)은 퍼블리셔가 광고 수익을 확대하고, 파트너십을 강화하고, 브랜드에게 자사의 가치를 입증하는 혁신적인 방법을 제공합니다.

이 가이드에서는 Real-Time CDP Collaboration의 주요 활용 사례를 살펴보면서 퍼블리셔가 광고 수익을 확대하고 브랜드와 관계를 강화하는 혁신적인 방법을 알아봅니다.

Adobe Real-Time CDP Collaboration이란?

Real-Time CDP Collaboration은 브랜드, 퍼블리셔, 파트너가 개인정보를 안전하게 관리하고, 가치가 높은 고객을 찾아 접근하고, 분석하도록 도와줍니다. 퍼블리셔는 어디에서나 자사 데이터를 우수 브랜드와 연결하여 기존 기술 스택에 간편하게 통합할 수 있습니다.

Real-Time CDP Collaboration을 사용하면 브랜드와 퍼블리셔는 매번 새로운 클린룸을 마련할 필요없이, 내장된 개인정보 보호 툴을 사용해 안전한 단일 플랫폼에서 데이터 협업을 할 수 있습니다. 또한 브랜드와 퍼블리셔 모두 AI 기반의 인사이트와 직관적인 대시보드를 사용해 고객 데이터를 간편하게 검색 및 분석할 수 있습니다.

퍼블리셔를 위한 주요 기능

Real-Time CDP Collaboration은 퍼블리셔가 자사의 고객 세그먼트를 광고주에게 효과적으로 소개하고, 고객 활성화를 지원하고, 브랜드에게 상세한 캠페인 인사이트를 전달할 수 있도록 다음과 같은 핵심 기능을 제공합니다.

-  **개인정보 보호 중심의 고객 데이터 공유:** 기본적인 원시 고객 데이터를 공유하지 않고도 광고주와 협업할 수 있습니다.
-  **실시간 고객 인사이트:** 중복 고객과 기회 발굴에 관한 즉각적인 인사이트를 얻을 수 있습니다.
-  **온디맨드 캠페인 보고:** 성과 인사이트, 기여도 분석 보고서 등 광고주의 전략 수립에 필요한 정보를 제공할 수 있습니다.
-  **확장 가능한 협업:** 데이터 인프라 및 플랫폼과 상관없이 광고주와 원활하게 통합할 수 있습니다.

퍼블리셔의 3가지 핵심 목표와 달성 방법

Real-Time CDP Collaboration은 퍼블리셔가 추구하는 ‘수익 확대’, ‘운영 효율성’, ‘광고주 관계 강화’라는 주요 목표를 실현할 수 있게 합니다. 특히 소규모 퍼블리셔가 대규모 퍼블리셔와 동등한 환경에서 경쟁할 수 있습니다. 대규모 퍼블리셔와 똑같은 환경에서 시각적 카탈로그를 이용해 자사 고객 세그먼트를 보여줌으로써 광고주는 원하는 고객 세그먼트를 빠르게 찾아 타겟팅할 수 있으며, 이를 통해 크고 작은 모든 규모의 퍼블리셔가 새로운 수익원을 확보할 수 있습니다.

예를 들어 건강, 여행, 피트니스 등 다양한 관심사를 바탕으로 고객 세그먼트를 생성한 라이프스타일 퍼블리셔가 있다고 가정해 보겠습니다. 피트니스 앱을 홍보하려는 광고주는 Real-Time CDP Collaboration을 통해 이 라이프스타일 퍼블리셔가 보유한 고객 중에서 건강에 관심이 있는 고객 세그먼트를 타겟팅할 수 있습니다. 이러한 접근 방식은 추가적인 수익 증대는 물론, 측정 가능한 성과를 통해 광고주와의 관계를 강화할 수 있는 기회가 됩니다.

운영 효율성은 Real-Time CDP Collaboration의 대표적인 이점 중 하나입니다. 이 플랫폼은 워크플로우를 자동화하고 수동 작업을 최소화하여, 고객 활성화 및 확장 프로세스를 간소화합니다. 더이상 데이터 과학자에게 의존하지 않아도 됩니다. 이처럼 간편한 접근 방식으로 퍼블리셔는 복잡한 기술에 발목 잡힐 일이 없이 전략적 성장에 집중할 수 있습니다.

광고주와의 관계 강화 또한 Real-Time CDP Collaboration이 제공하는 강력한 이점입니다. 퍼블리셔는 캠페인 성과에 대한 실행 가능한 인사이트를 광고주에게 제공함으로써 자사가 보유한 고객 세그먼트의 가치를 입증할 수 있습니다. 예를 들어, 스트리밍 서비스를 제공하는 퍼블리셔는 광고주에게 자세한 정보가 포함된 고객 참여도 지표와 광고비 대비 수익(ROAS) 보고서를 제공할 수 있습니다.

Adobe Real-Time CDP Collaboration 퍼블리셔 활용 사례

Real-Time CDP Collaboration은 중립적이고 투명한 애플리케이션을 통해 광고주와의 관계를 확장하고 성장시킵니다.

1. 대규모로 신규 브랜드와 연결

퍼블리셔는 Real-Time CDP Collaboration을 통해 현재 기술 스택과 상관없이 수천 명의 광고주 및 시장 구매자와 연결할 수 있습니다. 인사이트 및 캠페인 계획을 위한 표준과 적합한 고객을 제공할 수 있으며, 광고주가 Adobe 고객 에코시스템의 멤버가 아니더라도 협업에 초대할 수 있습니다. Real-Time CDP Collaboration을 사용하면 광고주 데이터를 간편하게 시스템으로 가져와 활용할 수 있으므로 브랜드는 더욱 빠르게 가치를 실현하게 됩니다.

2. 브랜드의 광고 전달 범위 확대

Real-Time CDP Collaboration을 통해 Adobe 데이터 소스와 타사 데이터 소스에서 미리 만든 고객 세그먼트에 액세스하고, 강력한 개인정보 보호를 통해 데이터 노출을 최소화할 수 있습니다. 브랜드는 중복 고객과 인사이트를 바탕으로 수익 창출 가능성이 높은 광고 캠페인을 보다 효율적으로 계획하고 이에 적합한 고객 세그먼트를 선택할 수 있습니다. 브랜드가 고객 규모를 확대할 때 신뢰할 수 있는 ID 파트너와 협력하여 고객 ID를 확인하고 공유 고객을 더 풍부하게 만들 수 있습니다.

3. 브랜드에게 가치 입증

Real-Time CDP Collaboration의 구성이 손쉬운 성과 보고서는 퍼블리셔가 브랜드의 현재와 미래의 캠페인 투자를 이끌어내는 데 도움을 줍니다. 브랜드는 광고 로그, 광고주 전환율, ID 파트너 데이터를 바탕으로 자사의 광고비 수익률(ROAS)을 더욱 정확히 파악하고, 퍼블리셔는 자사의 가치를 입증할 수 있습니다.

Real-Time CDP Collaboration으로 비즈니스 성과를 향상하세요

타사 쿠키에 대한 의존을 줄여야 하는 마케팅 환경에서 퍼블리셔는 수익을 증대하고, 비즈니스를 효율적으로 운영하고, 광고주에게 자신의 가치를 입증하는 데 상당한 어려움을 겪고 있습니다. 개인정보 보호 규제 및 규정을 준수하는 안전한 데이터 협업 플랫폼을 제공하는 Real-Time CDP Collaboration으로 모든 문제를 손쉽게 해결할 수 있습니다.

플랫폼의 독보적인 확장성으로, 퍼블리셔는 단일 인터페이스를 통해 수천 명의 광고주와 연결할 수 있습니다. 또한 강력한 개인정보 보호 기능으로 민감한 데이터를 안전하게 보호하면서 고객에 관한 유의미한 인사이트를 얻고, 성과가 좋은 고객 세그먼트와 실행 가능한 캠페인 지표를 통해 광고 에코시스템에서 핵심 파트너로 자리매김할 수 있습니다.

[Real-Time CDP Collaboration의 더 많은 이점을 살펴보세요.](#)



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.