

Adobe

Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration para editores.

3 casos de uso para monetizar segmentos de público y ofrecer valor a los anunciantes.

El panorama publicitario evoluciona rápidamente, y los editores son quienes deben hacer frente a muchos de los desafíos emergentes. Ya sea para encontrar nuevos flujos de ingresos o demostrar su valor en un mercado saturado, necesitan más que nunca soluciones eficientes y centradas en la privacidad. [Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#) ofrece un método único para que los editores generen más ingresos publicitarios, consoliden la relación con sus partners y demuestren su valor ante las marcas.

En esta guía, exploraremos los principales casos de uso para los editores que usan Real-Time CDP Collaboration, una herramienta que permite obtener más ganancias y asociarse con las marcas de forma más eficiente.

¿Qué es Adobe Real-Time CDP Collaboration?

Real-Time CDP Collaboration es una solución centrada en la privacidad que permite que las marcas, los editores y sus partners identifiquen, lleguen a segmentos valiosos del público y los analicen. Los editores pueden conectarse con las principales marcas usando sus propios datos de origen, lo que facilita la integración con los stacks tecnológicos existentes de cada marca.

En lugar de requerir clean rooms nuevos para trabajar con cada marca, Real-Time CDP Collaboration ofrece herramientas de privacidad integradas que facilitan la colaboración de datos desde una sola plataforma segura. A su vez, simplifica la búsqueda y el análisis de datos del público, tanto para las marcas como para los editores, gracias a los paneles intuitivos y la información valiosa obtenida con tecnología de IA.

Funciones principales para editores.

Real-Time CDP Collaboration incluye funciones que están diseñadas para ayudar a los editores a comercializar sus segmentos de público, facilitar la activación y brindar información detallada a las marcas sobre sus campañas. Estas son algunas de ellas:

-  **Intercambio seguro de segmentos del público:** colabora con anunciantes sin tener que compartir datos sin procesar del cliente de un nivel subyacente.
-  **Datos valiosos del público en tiempo real:** obtén datos valiosos al instante con respecto a la superposición de público y las oportunidades de descubrimiento.
-  **Informes de campaña a petición:** elabora informes de atribución y rendimiento para fundamentar las estrategias de los anunciantes.
-  **Colaboración escalable:** colabora fácilmente con los anunciantes, sin importar la plataforma o infraestructura de datos que tengan.

Cómo estas funciones ayudan a resolver problemas comunes.

Real-Time CDP Collaboration está diseñada específicamente para resolver los retos más críticos que enfrentan los editores a la hora de generar más ingresos, operar con eficiencia y mejorar las relaciones con los anunciantes. La plataforma nivela el campo de juego para los editores más pequeños ya que les permite exhibir sus segmentos de público de origen en un catálogo visual. Los anunciantes pueden explorar estos segmentos y dirigirse a ellos fácilmente, y esto crea nuevos flujos de ingresos para todos los editores, sin importar su tamaño.

Supongamos que un editor en el rubro de estilo de vida crea segmentos de público a partir de intereses como salud, viajes y bienestar. Con Real-Time CDP Collaboration, un anunciante que quiere dar publicidad a una aplicación de bienestar puede escoger el segmento de público orientado a vida saludable y dirigirse a él. De esta forma, el editor no solo genera más ingresos, sino que también brinda resultados medibles que fortalecen su relación con el anunciante.

La eficiencia operativa es otra área importante en la que se destaca Real-Time CDP Collaboration. Gracias a la automatización de los flujos de trabajo y la reducción de esfuerzos manuales, la plataforma simplifica el proceso de activación y expansión de segmentos de público y reduce la dependencia de los científicos de datos. Con este enfoque optimizado, los editores se enfocan en el crecimiento estratégico en lugar de verse obstaculizados por cuestiones técnicas.

Real-Time CDP Collaboration también fortalece las relaciones con los anunciantes. Los editores pueden proporcionarles información valiosa y práctica sobre el rendimiento de la campaña y de esta forma demostrar el valor de sus segmentos de público. Por ejemplo, un editor de servicios de streaming puede ofrecer informes detallados sobre métricas de participación y retorno de la inversión publicitaria (ROAS) para consolidar la colaboración y ayudar al anunciante a optimizar sus próximas campañas.

Casos de uso de Adobe Real-Time CDP Collaboration para editores.

La aplicación agnóstica y transparente de Real-Time CDP Collaboration ofrece usos prácticos para entablar y fortalecer las relaciones con los anunciantes.

1. Conéctate con marcas nuevas a gran escala.

Real-Time CDP Collaboration conecta a los editores con miles de anunciantes y compradores del mercado, sin importar cuál sea su stack tecnológico existente. Como editor, puedes proporcionar segmentos de público estándares o personalizados para la obtención de información y la planificación de campañas. También puedes invitar a colaborar a cualquier anunciante, independientemente de si forma parte o no del ecosistema de clientes de Adobe. En Real-Time CDP Collaboration, la incorporación de datos del anunciante es tan sencilla que las marcas obtienen un mayor valor más rápidamente.

2. Amplía el alcance publicitario de las marcas.

Real-Time CDP Collaboration permite acceder a segmentos de público previamente creados a partir de fuentes de datos dentro y fuera de Adobe, y a la vez protege la privacidad para minimizar la exposición de los datos. Las marcas pueden usar información valiosa y datos sobre la superposición de público para escoger segmentos y planificar campañas publicitarias más eficientes y lucrativas. Y para ampliar aún más los segmentos de público, pueden colaborar con partners de identidad fiables que les ayudan a resolver identidades de clientes y enriquecer segmentos de público compartidos.

3. Demuestra tu valor ante las marcas.

En Real-Time CDP Collaboration, los editores pueden crear informes configurables sobre el rendimiento de las campañas para ayudar a las marcas a optimizar sus inversiones actuales y futuras. Mediante una combinación de registros de anuncios, conversiones del anunciante y datos de partners de identidad, los anunciantes pueden entender mejor su ROAS y los editores pueden demostrar aún más su valor.

Comienza a usar Real-Time CDP Collaboration y mejora los resultados empresariales de los editores.

En un entorno de marketing que depende cada vez menos de cookies de terceros, los editores enfrentan retos importantes a la hora de generar más ingresos, operar con eficiencia y demostrar su valor a los anunciantes. Real-Time CDP Collaboration permite abordar estos desafíos mediante una plataforma segura de colaboración de datos que garantiza el cumplimiento de las regulaciones de privacidad.

Gracias a su escalabilidad, los editores pueden conectarse con miles de anunciantes a través de una única interfaz. Las funciones de privacidad permiten proporcionar datos significativos sobre el público sin comprometer información confidencial. Los segmentos de público de alto rendimiento y las métricas de campaña procesables de Real-Time CDP Collaboration convierten a los editores en partners indispensables del ecosistema 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 red background.

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

© 2025 Adobe. Todos los derechos reservados.