



Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) för utgivare

3 användningsfall för att tjäna pengar på målgrupper och leverera värde till annonsörerna.

Reklamlandskapet förändras snabbt och utgivarna måste tackla nya utmaningar på horisonten. Från att driva nya intäktsströmmar till att ge värde på en redan trång marknad – behovet av effektiva, sekretessfokuserade lösningar har aldrig varit större. [Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#) erbjuder ett banbrytande sätt för utgivare att skala upp annonseringsintäkterna, förbättra partnerskapen och bevisa sitt värde för varumärkena.

I den här guiden kommer vi att utforska de primära användningsfallen för utgivare med Real-Time CDP Collaboration, som låter utgivare innovera hur de kan skala upp reklamintäkterna och stärka relationerna med varumärken.

Vad är Adobe Real-Time CDP Collaboration?

Real-Time CDP Collaboration är en integritetsfokuserad lösning som låter varumärken och utgivare, och dessas partner, identifiera, nå och analysera värdefulla målgrupper. Utgivare kan interagera med de främsta varumärkena med hjälp av förstahandsdata varifrån som helst, vilket gör det enkelt att integrera i den befintliga tekniska miljön.

Istället för att behöva nya datarenrum varje gång ett varumärke och en utgivare samarbetar använder Real-Time CDP Collaboration inbyggda integritetsverktyg för att möjliggöra datasamarbete från en enda plattform. Det förenklar också att hitta och analysera målgruppsdata – för varumärken och utgivare – med AI-baserade insikter och intuitiva kontrollpaneler.

Viktiga funktioner för utgivare.

Det här är några av funktionerna i Real-Time CDP Collaboration som är utformade för att hjälpa utgivare att annonsera bättre för sin målgrupp, stödja aktivering och leverera djupa kampanjinsikter för varumärken:

 **Integritetsfokuserad målgruppsdelning:** Samarbeta med annonsörer utan att dela underliggande kundrådata.

 **Målgruppsinsikter i realtid:** Skaffa omedelbara insikter i målgruppsöverlappningar och utforska möjligheter.

 **On demand-kampanjrapportering:** Leverera prestandainsikter och attribueringsrapporter som kan vara till stöd för framtagning av annonseringsstrategier.

 **Skalbart samarbete:** Integrera sömlöst med annonsörer, oavsett deras datainfrastruktur eller plattform.

Hur de här funktionerna hjälper till att tackla smärtpunkter hos utgivare.

Real-Time CDP Collaboration tar sig direkt an de kritiska utmaningar som utgivare står inför i samband med att skala upp intäkterna, verka effektivt och förbättra annonsörsrelationerna. Plattformen hjälper små utgivare genom att låta dem visa upp sina förstaparts målgruppssegment i en visuell katalog. Annonsörer kan enkelt hitta och rikta in sig på dessa målgrupper och skapa nya intäktsströmmar för utgivare i alla storlekar.

Till exempel kan en livsstilsutgivare skapa målgruppssegment baserade på intressen som hälsa, resor och fitness. Men hjälp av Real-Time CDP Collaboration kan en annonsör som gör reklam för en fitnessapp rikta in sig på utgivarens hälsointresserade målgrupp. Den här strategin driver ytterligare intäkter och styrker relationerna med annonsörerna genom att leverera mätbara resultat.

Verksamhetens effektivitet är ett annat viktigt område där Real-Time CDP Collaboration briljerar. Genom att automatisera arbetsflöden och minska de manuella åtgärderna förenklar plattformen processen med målgruppsaktivering och -utökning utan att man behöver förlita sig på datavetare. Den här effektiviserade strategin låter utgivare fokusera på strategisk tillväxt istället för att tyngas ned av tekniska komplexiteter.

Real-Time CDP Collaboration stärker även annonsörsrelationerna. Utgivare kan ge åtgärdbara insikter i kampanjprestanda som visar på värdet av deras målgruppssegment. Till exempel kanske en streamingtjänstsleverantör erbjuder detaljerade engagemangsmätvärden och rapporter om avkastningen på annonsinvesteringen (ROAS) till en annonsör, vilket kan optimera framtida kampanjer och förstärka samarbetet.

Användningsfall för Adobe Real-Time CDP Collaboration för utgivare.

Real-Time CDP Collaboration erbjuder praktiska program för att utöka och utveckla annonsörsrelationerna via ett oberoende och transparent program.

1. Kommunicera med nya varumärken i stor skala.

Real-Time CDP Collaboration hjälper utgivare att få kontakt med tusentals annonsörer och in-market-köpare, oavsett deras befintliga tekniska lösningar. Som utgivare kan du erbjuda standardmålgrupper och anpassade målgrupper för insikter och kampanjplanering – med möjlighet att bjuda in annonsörer att samarbeta oavsett om de är del av Adobes ekosystem eller inte. Med Real-Time CDP Collaboration är det enkelt att introducera annonsörsdata, så att varumärken kan förverkliga värde snabbare.

2. Utöka annonseringsräckvidden för varumärken.

Real-Time CDP Collaboration ger åtkomst till färdiga målgrupper från Adobe- och icke-Adobe-datakällor – med sekretesskydd för att minska datans sårbarhet. Varumärkena kan använda målgruppsöverlappningar och insikter för kampanjplanering och målgruppsval för att driva effektivare och lönsammare annonskampanjer. För att ytterligare utöka sina målgrupper kan varumärkena arbeta med betrodda identitetspartner för att lösa kundidentiteter och berika delade målgrupper.

3. Bevisa värde för varumärken.

Real-Time CDP Collaboration ger utgivare konfigurerbara prestandarapporter som kan hjälpa annonseringsvarumärken att driva befintliga och framtida kampanjinvesteringar. En kombination av annonsloggar, annonsörskonverteringar och identitetsdata hjälper annonsörer att få bättre uppfattning om avkastningen på sina reklamutgifter (ROAS) och förstå ert värde som utgivare.

Kom igång med Real-Time CDP Collaboration för att förbättra affärsresultaten för utgivare.

I en marknadsföringsmiljö med minskat beroende av tredjepartscookies kan utgivare stå inför betydande utmaningar med att driva intäkter, verka effektivt och ge värde till annonsörerna. Real-Time CDP Collaboration tacklar de här utmaningarna genom att leverera en säker plattform för datasamarbete som efterlever sekretessregelverk.

Plattformens skalbarhet gör att utgivare kan få kontakt med tusentals annonsörer genom ett enda gränssnitt. Dess integritetsfunktioner möjliggör meningsfulla målgruppsinsikter utan att kompromettera känsliga data. Högpresterande målgruppssegment och åtgärdbara kampanjmätvärden i Real-Time CDP Collaboration positionerar utgivare som outhärliga partner i ett annonseringsekosystem.

[Utforska hur Real-Time CDP Collaboration kan hjälpa er organisation.](#)



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.