

Adobe

Adobe Real-Time Customer Data Platform Collaboration สำหรับผู้เผยแพร่

3 use cases เพื่อสร้างรายได้จากกลุ่มเป้าหมายและส่งมอบ
คุณค่าให้กับผู้ลงโฆษณา

โลกของการโฆษณามีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และผู้เผยแพร่ต้องรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ ก่อนใคร ตั้งแต่การขับเคลื่อนแหล่งรายได้ใหม่ๆ ไปจนถึงการพิสูจน์มูลค่าในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ความต้องการโซลูชันที่มีประสิทธิภาพและมุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวเพิ่มสูงขึ้นกว่าที่เคย [Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\) Collaboration](#) มีแนวทางที่สร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้เผยแพร่ในการขยายรายได้จากโฆษณา ปรับปรุงความร่วมมือ และพิสูจน์มูลค่าต่อแบรนด์

ในคู่มือฉบับนี้ เราจะสำรวจ use cases หลักสำหรับผู้เผยแพร่ที่ใช้ Real-Time CDP Collaboration เพื่อช่วยให้ผู้เผยแพร่สามารถสร้างสรรค์วิธีการขยายรายได้จากโฆษณาและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับแบรนด์

Adobe Real-Time CDP Collaboration คืออะไร

Real-Time CDP Collaboration เป็นโซลูชันที่มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวซึ่งช่วยให้แบรนด์ ผู้เผยแพร่ และพาร์ทเนอร์สามารถระบุ เข้าถึง และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่มีมูลค่าสูงได้ ผู้เผยแพร่สามารถเชื่อมต่อกับแบรนด์ชั้นนำโดยใช้ข้อมูล first-party จากที่ตั้งได้เพื่อผสานการทำงานกับชุดเครื่องมือเทคโนโลยีที่มีอยู่ได้อย่างง่ายดาย

แทนที่จะต้องมีการคลีนข้อมูลใหม่ทุกครั้ง แบรนด์และผู้เผยแพร่ทำงานร่วมกัน Real-Time CDP Collaboration ใช้เครื่องมือความเป็นส่วนตัวที่มีในตัวเพื่อใช้ข้อมูลทำงานร่วมกันจากแพลตฟอร์มเดียวอย่างปลอดภัย และยังช่วยลดความซับซ้อนในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายให้กับแบรนด์และผู้เผยแพร่ด้วยข้อมูลเชิงลึกที่ขับเคลื่อนด้วย AI และแดชบอร์ดที่ใช้งานง่าย

ฟีเจอร์สำหรับผู้เผยแพร่

ต่อไปนี้เป็นฟีเจอร์บางส่วนของ Real-Time CDP Collaboration ที่ออกแบบมาเพื่อช่วยให้ผู้เผยแพร่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น รองรับการใช้งาน และนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแคมเปญให้กับแบรนด์ต่างๆ

-  **การแชร์กลุ่มเป้าหมายที่เน้นความเป็นส่วนตัว:** ทำงานร่วมกับผู้ลงโฆษณาโดยไม่ต้องแชร์ข้อมูลดิบเบื้องต้นของลูกค้า
-  **ข้อมูลเชิงลึกกลุ่มเป้าหมายแบบเรียลไทม์:** รับข้อมูลเชิงลึกทันทีเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่ซับซ้อนและโอกาสใหม่ๆ ที่อาจพบได้
-  **การรายงานแคมเปญแบบ on-demand:** นำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสิทธิภาพและรายงานการระบุที่มาเพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ของผู้ลงโฆษณา
-  **การทำงานร่วมกันที่สามารถขยายการรองรับได้:** ผสานรวมกับผู้ลงโฆษณาได้อย่างไร้รอยต่อ ไม่ว่าโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลหรือแพลตฟอร์มจะเป็นอย่างไรก็ตาม

ฟีเจอร์เหล่านี้ช่วยแก้ไขปัญหของผู้เผยแพร่ได้อย่างไร

Real-Time CDP Collaboration จะช่วยจัดการกับความท้าทายที่สำคัญที่ผู้เผยแพร่ต้องเผชิญโดยตรงในการขยายรายได้ การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ลงโฆษณา แพลตฟอร์มนี้จะช่วยให้ผู้เผยแพร่รายเล็กสามารถแข่งขันได้โดยสามารถแสดงเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายนี้ของตนเองในแค็ตตาล็อกภาพได้ ผู้ลงโฆษณาสามารถค้นพบและกำหนดกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ได้อย่างง่ายดายโดยส่งผลให้เกิดช่องทางรายได้ใหม่ๆ สำหรับผู้เผยแพร่โฆษณาทุกขนาด

ตัวอย่างเช่น ผู้เผยแพร่ด้านไลฟ์สไตล์อาจสร้างเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายตามความสนใจ เช่น สุขภาพ การท่องเที่ยว และการออกกำลังกาย เมื่อใช้ Real-Time CDP Collaboration ผู้ลงโฆษณาที่โปรโมทแอปฟิตเนสสามารถกำหนดเป้าหมายเป็นผู้ชมของผู้เผยแพร่ที่อยู่กลุ่มเน้นสุขภาพได้ ซึ่งแนวทางนี้ช่วยกระตุ้นรายได้เพิ่มเติมและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ลงโฆษณาด้วยการให้ผลลัพธ์ที่วัดผลได้

ประสิทธิภาพด้านการปฏิบัติงานเป็นอีกหนึ่งด้านที่สำคัญ Real-Time CDP Collaboration โดดเด่น ด้วยการทำให้เวิร์กโฟลว์เป็นแบบอัตโนมัติและลดการทำงานด้วยตนเอง แพลตฟอร์มจึงทำให้กระบวนการใช้งานและขยายกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้นโดยไม่ต้องของความช่วยเหลือจาก data scientists แนวทางที่ปรับปรุงใหม่นี้ช่วยให้ผู้เผยแพร่สามารถมุ่งเน้นไปที่การเติบโตเชิงกลยุทธ์ได้ แทนที่จะติดขัดกับปัญหาซับซ้อนทางเทคนิค

Real-Time CDP Collaboration ยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับผู้ลงโฆษณาอีกด้วย ผู้เผยแพร่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่นำไปใช้งานได้เกี่ยวกับประสิทธิภาพของแคมเปญ โดยแสดงให้เห็นมูลค่าเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายของตน ตัวอย่างเช่น ผู้เผยแพร่บริการสตรีมมิงอาจเสนอเมตริกชี้วัดการมีส่วนร่วมโดยละเอียดและรายงานผลตอบแทนจากค่าโฆษณา (ROAS) ให้กับผู้ลงโฆษณา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญในอนาคตและสร้างความร่วมมือที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

Use cases สำหรับ Adobe Real-Time CDP Collaboration สำหรับผู้เผยแพร่

Real-Time CDP Collaboration นำเสนอการใช้งานจริงเพื่อขยายและพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้ลงโฆษณาผ่านการใช้งานที่ยืดหยุ่นและโปร่งใส

1. เชื่อมต่อกับแบรนด์ใหม่ๆ ในวงกว้าง

Real-Time CDP Collaboration ช่วยเชื่อมต่อผู้เผยแพร่กับผู้ลงโฆษณาหลายพันรายและผู้ซื้อในตลาด ไม่ว่าชุดเทคโนโลยีที่มีอยู่จะเป็นอย่างไรก็ตาม ในฐานะผู้เผยแพร่ คุณสามารถมอบข้อมูลเชิงลึกและการวางแผนแคมเปญให้กับกลุ่มเป้าหมายมาตรฐานและที่กำหนดเองได้ พร้อมด้วยความสามารถในการเชิญผู้ลงโฆษณารายใดก็ได้ให้มาทำงานร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของระบบนิเวศลูกค้าของ Adobe หรือไม่ก็ตาม หลังจากใช้ Real-Time CDP Collaboration การนำข้อมูลผู้ลงโฆษณามาใช้จึงเป็นเรื่องง่ายเพื่อให้แบรนด์ต่างๆ สามารถรับรู้มูลค่าได้เร็ว

2. ขยายการเข้าถึงการโฆษณาสำหรับแบรนด์ต่างๆ

Real-Time CDP Collaboration ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สร้างไว้ล่วงหน้าจากแหล่งข้อมูลของ Adobe และที่ไม่ใช่ Adobe พร้อมด้วยการปกป้องความเป็นส่วนตัวเพื่อลดการเปิดเผยข้อมูล แบรนด์ต่างๆ สามารถใช้ข้อมูลซ้อนทับของกลุ่มเป้าหมายและข้อมูลเชิงลึกในการวางแผนแคมเปญและการเลือกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อขับเคลื่อนแคมเปญโฆษณาที่มีประสิทธิภาพและสร้างผลกำไรได้มากขึ้น เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น แบรนด์ต่างๆ สามารถทำงานร่วมกับพาร์ทเนอร์ด้านการระบุตัวตนที่เชื่อถือได้เพื่อแก้ไขข้อมูลประจำตัวลูกค้าและเติมเต็มกลุ่มเป้าหมายที่ใช้งานร่วมกัน

3. พิสูจน์มูลค่าให้กับแบรนด์

Real-Time CDP Collaboration ช่วยให้ผู้เผยแพร่สามารถรายงานประสิทธิภาพที่กำหนดค่าได้เพื่อช่วยให้แบรนด์โฆษณาขับเคลื่อนการลงทุนในแคมเปญปัจจุบันและอนาคต การผสมผสานระหว่างบันทึกโฆษณา, conversions ของผู้ลงโฆษณา และข้อมูลพาร์ทเนอร์ด้านการระบุตัวตน ช่วยให้ผู้ลงโฆษณาเข้าใจ ROAS ของตนได้ดีขึ้นเพื่อตระหนักถึงมูลค่าคุณมอบให้ในฐานะผู้เผยแพร่

เริ่มต้นใช้งาน Real-Time CDP Collaboration เพื่อปรับปรุงผลลัพธ์ทางธุรกิจสำหรับผู้เผยแพร่

ในสภาพแวดล้อมการตลาดที่พึ่งพา third-party cookies น้อยลง ผู้เผยแพร่จะต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญในการขับเคลื่อนรายได้ การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และการพิสูจน์มูลค่าให้กับผู้ลงโฆษณา Real-Time CDP Collaboration จะช่วยจัดการความท้าทายเหล่านี้โดยมอบแพลตฟอร์มปลอดภัยสำหรับการทำงานร่วมกันของข้อมูลรักษาความสอดคล้องกับกฎระเบียบด้านความเป็นส่วนตัว

ความสามารถในการขยายการรองรับของแพลตฟอร์มช่วยให้ผู้เผยแพร่สามารถเชื่อมต่อกับผู้ลงโฆษณาหลายพันรายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพียงเดียว พีเจอาร์ความเป็นส่วนตัวช่วยให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายโดยไม่กระทบต่อข้อมูลที่ละเอียดอ่อน เซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพสูงและเกณฑ์ชี้วัดแคมเปญที่นำไปใช้งานได้ ใน Real-Time CDP Collaboration ช่วยให้ผู้เผยแพร่โฆษณากลายเป็นพาร์ทเนอร์ที่สำคัญในระบบนิเวศการโฆษณา

[สำรวจว่า Real-Time CDP Collaboration ช่วยองค์กรของคุณได้อย่างไร](#)



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.