



Adobe Commerce से अपने डेटा को अनलॉक करें.

पर्सनलाइज़ेशन के लिए बिना किसी दिक्कत के डेटा शेयरिंग के साथ डेटा के बिखरे होने को भूल जाएँ.

बिखरा हुआ डेटा, खराब एक्सपीरिएंस.

कंपनियाँ बड़ी मात्रा में डेटा कलेक्ट कर रही हैं. लेकिन कस्टमर्स के बर्ताव, प्रेफ़रेंसेज़, और ब्रांड के साथ इंटरैक्शंस के बारे में डेटा ज़्यादातर — CRMs से लेकर कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म और इससे आगे तक अलग-अलग बिज़नेस सिस्टम्स में बिखरा हुआ होता है.

कस्टमर का सिंगल व्यू न मिल पाने से विशाल इनसाइट्स जेनरेट करना मुश्किल हो जाता है और रियल टाइम में पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंस डिलीवर करना नामुमकिन हो जाता है. बहुत-से ब्रांड्स मैनुअल ढंग से डेटा को इंटीग्रेट करने की कोशिश करते हैं, लेकिन यह एफ़िशिएंट नहीं है, और इससे कमियाँ रह सकती हैं, और इसमें ज़्यादातर तुरंत पर्सनलाइज़ेशन और फैसलों को टारगेट करने के लिए ज़रूरी रियल-टाइम डेटा शेयरिंग की कमी होती है.

4 में से तकरीबन 3 कंप्यूमर्स के ऐसे ब्रांड्स से खरीदारी करने की ज़्यादा संभावना होती है जो पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंस डिलीवर करते हैं, और वे उन ब्रांड्स के साथ 37% ज़्यादा खर्च करते हैं.

कम-से-कम 1/3 ब्रांड्स ने कस्टमर और मार्केट इनसाइट्स की कमी को बेहद पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंस डिलीवर करने में रुकावट का कारण बताया.

सोर्स: Deloitte

कॉमर्स डेटा बेहद अहम डेटा है.

आपके कॉमर्स प्लेटफ़ॉर्म का डेटा ऐसा हार्ड-इंटेंट, फ़र्स्ट-पार्टी डेटा है जो ब्रांड के साथ हर कस्टमर के सीधे इंटरैक्शंस को दिखाता है. स्टोरफ़्रंट पर हरेक क्लिक को कैचर करने वाले बर्ताव संबंधी डेटा से ऑर्डर के स्टेटस, ऑर्डर हिस्ट्री और दूसरी जानकारी दिखाने वाले सर्वर-साइड डेटा तक, कॉमर्स डेटा

कस्टमर एक्सपीरिएंस की पिक्चर बनाता है. साइट एक्सपीरिएंसेज़ को पर्सनलाइज़ करने, ओमनीचैनल मार्केटिंग और एडवर्टाइज़िंग जर्नीज़ को ट्रिगर करने, A/B और मल्टीवैरिएट टेस्टिंग को फ्रीड करने और कस्टमर एनालिसिस को मुमकिन करने के लिए कॉमर्स डेटा बेहद अहम है.

भारी मैनुअल काम के बिना एक्सपीरिएंसेज़ डिलीवर करने और एक्सपोर्ट्स और इम्पोर्ट्स को बैच करने के लिए कॉमर्स डेटा को सीमलेस ढंग से शेयर, एग्रीगेट किया जाना होगा और एक्शनेबल बनाना होगा. यहीं Adobe Commerce में डेटा शेयरिंग सर्विसेज़ काम आती हैं.



Adobe Commerce डेटा शेयरिंग सिर्फ़ तीन आसान स्टेप्स में डिलीवर करती है.

Adobe Commerce डेटा शेयरिंग से आप रियल-टाइम पर्सनलाइज़्ड कॉमर्स एक्सपीरिएंसेज़, मार्केटिंग और एडवर्टाइज़िंग डिलीवर करने और टेस्टिंग और एनालिटिक्स को एक्सपीरिएंस करने के लिए बिखरे हुए डेटा को जल्दी से और आसानी से मिला सकते हैं, टुथ का सिंगल सोर्स बना सकते हैं, और पूरे ऑर्गनाइज़ेशन में स्टेकहोल्डर्स को इनसाइट्स उपलब्ध करवा सकते हैं.

पहला स्टेप
**डेटा को कलेक्ट और
शेयर करें.**



स्टोरफ्रंट

**बर्ताव संबंधी
ईवेंट्स**

कार्ट में जोड़ें
कार्ट देखें
साइन इन/आउट करें
रिकेस्ट को सर्च करें
पेज देखें
अकार्डेंट बनाएँ और
भी बहुत कुछ करें



बैक ऑफिस

**सर्वर-साइड
ईवेंट्स**

ऑर्डर प्लेस किया गया
ऑर्डर शिप किया गया
ऑर्डर कैसल किया गया
ऑर्डर हिस्ट्री
कस्टमर प्रोफाइल

दूसरा स्टेप
कन्सॉलिडेट और सेगमेंट करें.

Adobe Experience Platform

तीसरा स्टेप
कहीं भी एक्टिवेट करें.

Adobe Commerce

छोटी अवधि के परसनलाइज़्ड कॉन्टेंट और ऑफ़र्स के लिए Adobe Commerce में उपलब्ध Real-Time Customer Data Platform से AI-पावर्ड ऑडिअंसेज़ बनाएँ.

मार्केटिंग और एडवर्टाइज़िंग

स्ट्रैटेजीज़ में ऐड सप्रेशन, ट्रैकिंग, और ईवेंट फ़ॉरवर्डिंग के साथ-साथ छोड़े गए कार्ट की रिकवरी, वेलकम सीरीज़, ड्रिप कैम्पेन्स, विन-बैक कोशिशों, और जियोफ़ेन्सिंग जैसी ओमनीचैनल जर्नीज़ शामिल हैं.

एक्सपीरिएंस टेस्टिंग

तरीकों में A/B या मल्टीवैरिएट टेस्टिंग, नेक्स्ट बेस्ट ऑफ़र तय करना, और कॉन्टेंट टार्गेटिंग शामिल हैं.

एनालिटिक्स

कस्टमर एनालिसिस में बनाए रखना, प्रोफ़ाइल्स, इंगेजमेंट, मार्केटिंग, और कॉन्टेंट शामिल हैं, जबकि बिज़नेस एनालिसिस में कैम्पेन्स, प्रोडक्ट्स, स्टोर मेट्रिक्स, चैनल्स, और कॉन्टेंट शामिल हैं.

थर्ड-पार्टी सिस्टम्स

स्टेप 1: डेटा को कलेक्ट और शेयर करें.

Adobe Commerce साइट सर्चेज, प्रोडक्ट को देखने, या कार्ट में कोई आइटम जोड़ने जैसे बर्ताव संबंधी ईवेंट्स और ऑर्डर स्टेटस जैसे बैक-ऑफ़िस ईवेंट्स समेत कॉमन ईवेंट्स को नेटिव ढंग से कलेक्ट करता है और नॉर्मलाइज़ करता है. कस्टमर्स अपने बिज़नेस से संबंधित कस्टम ईवेंट्स को डिफ़ाइन भी कर सकते हैं. ये क्षमताएँ Adobe Commerce के अंदर होती हैं, इसलिए कस्टमर्स आम तौर पर कस्टम टैगिंग और इंटीग्रेशन के लिए ज़रूरी कई हफ़्तों का समय लगाने के बजाय बिना किसी कोडिंग के कुछ घंटों के अंदर डेटा शेयर कर सकते हैं.

जैसे-जैसे ईवेंट्स कलेक्ट किए जाते हैं Data Connection एक्सटेंशन उन ईवेंट्स को सीधे Experience Edge में भेज देता है जहाँ उन्हें Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) द्वारा पिक किया जा सकता है या सीधे दूसरे Adobe Experience Cloud एप्लिकेशन्स के साथ शेयर किया जा सकता है.

स्टेप 2: कन्सॉलिडेट और सेगमेंट करें.

Adobe Real-Time CDP, Adobe Commerce से मिलने वाले डेटा को सभी बिज़नेस सिस्टम्स और

चैनल्स से जाने-पहचाने और अनजाने डेटा से — बिल्ट-इन डेटा गवर्नेंस के साथ हर कस्टमर के विशाल व्यूज़ में जोड़ता है। यह उस पूरे रिच डेटा से जानकारी के साथ ग्रैन्यूलर, प्रोपेंसिटी-बेस्ड सेगमेंट्स बनाने के लिए Adobe Sensei द्वारा पावर्ड Customer AI का भी इस्तेमाल करता है। बिखरे हुए डेटा को भूल जाँ क्योंकि प्रोफ़ाइल्स और सेगमेंट्स को एक जगह पर सेंट्रलाइज़ और मैनेज किया जाता है जिससे इन्हें कहीं से भी एक्टिवेट किया जा सके।

स्टेप 3: कहीं भी एक्टिवेट करें.

ईवेंट्स को कैप्चर करने और रिच कॉमर्स डेटा को फ़्लो करने के साथ इस डेटा को कई तरीकों से एक्टिवेट किया जा सकता है, कॉमर्स एक्सपीरिएंस को पर्सनलाइज़ करने से लेकर दूसरे Adobe Experience Cloud प्रोडक्ट्स और यहाँ तक कि PIMs, CRMs, ERPs आदि जैसे थर्ड-पार्टी सिस्टम्स के साथ शेयर करने तक.

Audience Activation से मर्चेन्ट्स Real-Time CDP के अंदर बने और मैनेज किए जाने वाले AI-पावर्ड सेगमेंट्स के लिए बनाए गए पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट, इससे जुड़े प्रोडक्ट रूल्स, और प्रमोशन्स को रियल-टाइम में डिलीवर कर पाते हैं। Adobe Commerce से बर्ताव संबंधी ईवेंट्स Real-Time CDP में सेगमेंटेशन को बढ़ावा देते हैं जिससे खरीदार के लिए — रियल टाइम में अलग-अलग एक्सपीरिएंसेज़ ट्रिगर होते हैं।

Adobe Commerce के अलावा Data Connection एक्सटेंशन एडवर्टाइज़िंग (जैसे ऐड सप्रेशन), ओमनीचैनल मार्केटिंग (जैसे कैम्पेन्स, ईमेल्स, और नोटिफ़िकेशन्स), एक्सपीरिएंस टेस्टिंग (जैसे A/B टेस्टिंग, नेक्स्ट बेस्ट ऑफ़र) और एनालिटिक्स (जैसे कैम्पेन एनालिसिस, जर्नी एनालिसिस आदि) में अनगिनत यूज़ केसेज़ में इस्तेमाल के लिए डेटा को सीमलेस ढंग से शेयर करता है।

हमारी अप्रोच आपका समय और पैसा बचाती है.

Adobe Commerce आपके टैक स्टैक में डेटा शेयरिंग और एक्टिवेशन को बहुत आसान बना देता है। UI-ओनली इंटीग्रेशन वर्कफ़्लो मैनुअल कोडिंग और टैगिंग को प्रोसेस से बाहर कर देता है और टाइम टू वैल्यू को कस्टम इंटीग्रेशन के ज़रिए तीन डेवलपर्स के साथ एवरेज़ 20 दिन से कम करके डेटा शेयरिंग क्षमताओं का इस्तेमाल करते हुए एक डेवलपर के साथ केवल एक दिन कर देता है।

Adobe डेटा शेयरिंग अलग है.

- स्टोरफ्रंट और बैक-ऑफ़िस ईवेंट्स के लिए नेटिव सपोर्ट
- बिना किसी मैनुअल कोडिंग के तेज़ UI-ओनली इंटीग्रेशन प्रोसेस
- सभी Adobe एप्लिकेशन्स में स्टैंडर्डाइज़्ड डेटा स्कीमा
- रियल-टाइम पर्सनलाइज़ेशन के लिए ऑडिऐंसेज़ की एज प्रोसेसिंग

अगले कदम उठाएँ.

Adobe Commerce आपको स्केल पर दिलचस्प, पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएंस बनाने, खरीदार के इंगेजमेंट, कन्वर्शन, और आमदनी को बढ़ाने के लिए ताकतवर टूलकिट देता है.

[ज़्यादा जानें](#)

[Adobe Commerce से ग्री करें](#)

सोर्सज़

[Personalization: It's a Value Exchange Between Brands and Customers." Deloitte Digital, 2024.](#)

Adobe

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

© 2024 Adobe. All rights reserved.