

Cómo elegir un CDP preparado para el futuro.

Utiliza esta plantilla para invertir en una plataforma de datos de clientes que no te supere.

El futuro de la experiencia del cliente se basa en la confianza. Y la confianza depende de los datos, que se utilizan para agregar valor y personalización cada vez que interactúas con un cliente.

Con una plataforma de datos del cliente (CDP), puedes recopilar datos de todas partes donde un cliente interactúa con tu empresa y consolidarlos en perfiles de clientes únicos. Estos perfiles pueden utilizarse para crear y ofrecer campañas de marketing más personalizadas y experiencias coherentes.

Para ayudarte a seleccionar el CDP adecuado para tus necesidades, uno que pueda proteger tu gestión de datos en el futuro, hemos creado esta plantilla de evaluación de CDP.

5 características cruciales de un CDP.

Al evaluar un CDP, pregúntate:

1. Perfiles unificados en todos los canales y líneas de negocio

Invierte en un CDP que gestione datos B2C y B2B con perfiles híbridos para personas y cuentas.

¿Reúne los datos de personas y de cuentas en perfiles unificados?

¿Puede crear un perfil a partir de datos desconocidos y agregar datos conocidos más tarde?

¿Puede conectar diferentes identificadores con perfiles de usuario en tiempo real?

2. Ingestión en tiempo real, actualización de perfiles, creación de audiencias y activación

Un CDP necesita ingerir, procesar, calificar y activar los datos del cliente a una velocidad que cumpla con las expectativas de personalización de los consumidores.

¿Ingiere datos de fuentes críticas tan pronto como esos datos están disponibles?

¿Los perfiles y segmentos se actualizan instantáneamente cuando se ingieren nuevos datos?

¿Puedes transmitir perfiles unificados a destinos críticos como Google, Facebook o sistemas de personalización en el sitio?

3. Gobernanza productiva y herramientas de consentimiento

Busca un CDP que te permita configurar tu marco de gobernanza para cumplir con los requisitos de tu equipo de privacidad y generar confianza con tus clientes.

¿Ofrece capacidades unificadas y automáticas para cumplir con las necesidades de negocios, consumidores y normativas?

¿Cumple con las preferencias de consentimiento del consumidor para evitar enviar mensajes en el canal equivocado?

¿Son configurables las normas de gobernanza en función de los requisitos de la marca y las normativas regionales?



4. Integraciones de alto nivel con sistemas esenciales

Mantén a tu audiencia centralizada y consistente con perfiles de clientes enriquecidos creados por tu CDP y compartidos con tus destinos clave.

¿Ofrece integraciones precompiladas con tus principales fuentes de datos y destinos?

¿Es lo suficientemente flexible para realizar el envío de datos de eventos de comportamiento y la activación de perfiles y segmentos a diferentes destinos?

¿Ofrece integraciones con herramientas más allá de la categoría adtech/martech, como la infraestructura en la nube, el lago de datos y los sistemas de servicio al cliente que son consideraciones importantes para tu equipo de TI?

5. Un verdadero enfoque: extensibilidad y escala por diseño

Elige un CDP que crezca contigo, apoye a nuevos equipos y casos de uso con conectividad y colaboración.

¿Se conecta de forma nativa a otras aplicaciones como parte de una pila de tecnología más amplia?

¿Puedes construir conectores personalizados para perfiles de usuario en sistemas internos o de socios de información y acción?

¿Proporciona herramientas de colaboración de datos para enriquecer tus datos de primera mano con información de socios?

“ Una plataforma de datos del cliente es una inversión en una herramienta que impactará directamente en tus experiencias de cliente. Elegir la tecnología adecuada es esencial para la adopción interna y el éxito a largo plazo.

Matt Skinner

Group Manager, Product Marketing, Adobe

Adobe Real-Time Customer Data Platform cumple con todos los requisitos.

Si tu evaluación muestra que necesitas perfiles unificados en tiempo real para B2C, B2B, o datos de personas y cuentas, te invitamos a explorar las capacidades avanzadas de gestión de datos de Adobe Real-Time CDP. Incluye un marco de gobierno patentado y configurable con cumplimiento de consentimiento y conectores precompilados a cientos de sistemas de la industria, incluida la conectividad nativa a las aplicaciones de Adobe Experience Cloud, así como la extensibilidad para personalizar las integraciones cuando sea necesario.

