

【法拉雅的大數據小觀點】廣告主你跟上數據的腳步了嗎？



顏玉芬 Freya Yan | 數據女王

CLICKFORCE域動 創辦人暨總經理

從廣告人到數位先驅，
永遠最懂市場趨勢和消費需求。

擁有超過20年廣告資歷。因為對廣告有無比熱情和熱愛，且對於事物具有前瞻、精準及獨到見解，能迅速觀察數位媒體&數據的變化，因而被媒體封為『數據女王』！Freya認為當數據越能夠被精準解讀，越能有效幫助廣告主抓緊消費者的需求及目光，進而提升消費者對品牌的記憶度和實際的消費。

親愛的廣告主你跟上數據的腳步了嗎？

親愛的廣告主，你跟上數據飛快進化的腳步了嗎？

你現在心中最新的數位名詞是什麼？是 ADX? DMP? DSP? RTB? 還是 CDP?

可能你也正在心中暗暗地想，這些數位媒體人幹嘛要搞這麼多名詞到底他們有什麼不同？或是可不可以直接告訴我，我到底需要什麼？他們又可以分別帶給我什麼好處？原本的 CRM 不夠好嗎？

為何現在還有 DMP?又有 CDP? 到底什麼是 CDP? 是不是一個個的問號一直從你心中冒出來！



#CDP 熱度

現在大家討論熱度最高的已經從 DMP 轉移到 CDP

CDP 是什麼？CDP 是顧客數據平台 (Customer Data Platform)。

其實 CDP 概念存在已久，只不過過去可能關注 CDP 的幾乎是國際型大企業。但礙於現在個人隱私意識高漲，使用者對於個人數據資料必須收到保護跟限制性使用的自主權也益發強烈，在

數位媒體自律管理要求下，所謂的第三方 cookies 即將不能使用。所以也引起國內主要廣告商們對 CDP 投注更多關注度。

第三方 cookie 即將不能使用這又是什麼概念？就是當第三方 cookie 不能再使用後，所有透過第三方 cookies 辨識的消費者 ID 資訊，包含人群數據策略，人群定向的比對...等等將無法再使用；這也意味一直以來行銷人賴以提升行銷效益的廣告投放數據策略不能再使用以後，行銷人面對的廣告效益壓力又將迎面而來。

行銷人掌握不了站外數據，起碼可以將站內第一方數據徹徹底底全數收集完整，並從中找到與精準消費者互動溝通的機會。



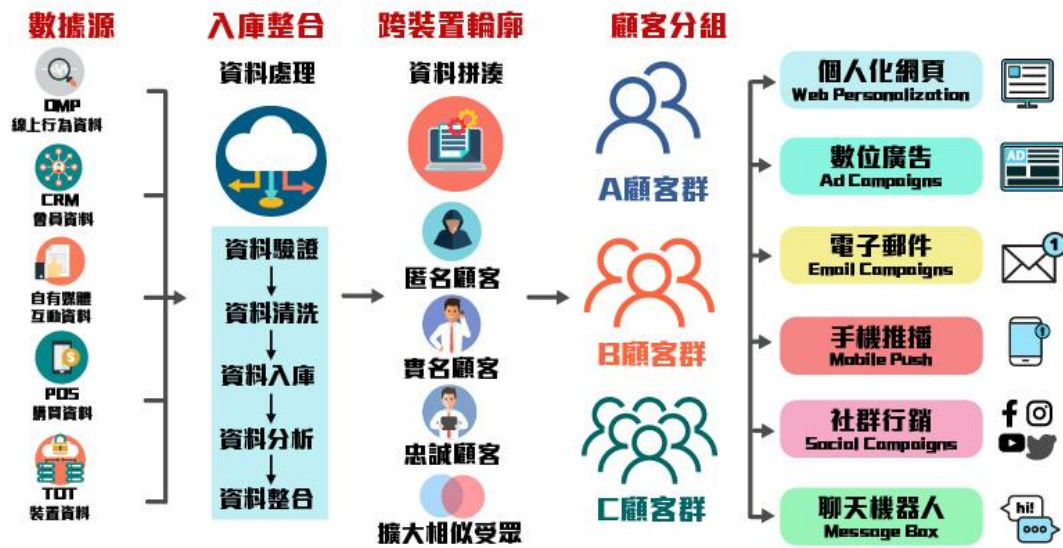
#企業內部商務智慧

為何不是 CRM? 簡單說 CRM 是 CDP 的一部分，在我的定義中，CDP 便是把企業內部的所有資料庫連結打通，把數據都串連起來。不只要知道會員買了什麼產品，所有可識別資料包含會員的性別、個人資料 email 電話、所在地區、收入差異、乃至於看了那些內容，透過如何的路徑進入，自哪裡來到那裡去，對何種內容有興趣通通都要串連起來，還得整合分析，透過深度學習，使之成為可以應用的數據資料。

過去我們便常說，企業內部商務智慧便是分散深藏在企業內部各個資料庫間的數據秘密，只有先將他們挖掘出來，透過整合、歸戶、串連、分析、學習、並能確實應用，才能使企業內部的數據轉化成商務智慧，並能為企業創造更高的效益。

CDP應用流程

CLICKFORCE
域動行銷



#有了 CDP 還要 DMP 嗎？

正確說法，是 DMP 可以更加豐富 CDP 數據面向完整性，發揮絕對加成的效益。

CDP 是可辨識的第一方數據資料為主，而 DMP 是搜集不可辨識的使用者行為意象。對企業主而言，收集第一方會員資料可能是最直接最重要的。但苦惱的是，我們更想知道這些消費者的興趣喜好甚至是在網路上的行為趨勢等資訊。站內數據使我們充分了解會員特色以及喜好，結合 DMP 的數據資料，可以讓所有數據面向更完整更豐富，並能更進一步了解站內使用者的站外數據分析。

大家可還記得我們當初在談大數據時，便說道，大數據必須要數量大，要能被分析，要能預測，要能被應用，缺一不可，否則只能是統計數據。這個邏輯同樣必須存在於 CDP vs. DMP 應用中。

#為數據找更多的出路活用

數據收集的目的是要能應用，並使其優化行銷效益。CDP 資料是屬於企業主（網站主）所有，除了提升自有媒體的宣傳效益，了解消費者的行為跟購買偏好外，當然可以思考如何活用數據對企業有最大的助益。但是收集數據絕不是為了抱著數據做夢。經由第一方所有人的授權下，在去識別化的程序中，授權交由第三方活用數據，對應行銷策略目標精準找到目標消費者，已經是現在在保護消費者個資前題下，解決未來數位媒體廣告投放的雙贏契機。

數據媒體世界的變化，瞬息萬變，技術不斷推陳出新，轉眼瞬間都呈現光速飛奔的態勢，但我認為基本概念卻從來沒有改變，對數據的認知以及應用不變，因為使用數據不外乎提升行銷效益，達成行銷任務。

從需求出發，掌握消費者資訊（能多仔細就多仔細）方能知己知彼百戰不殆。

至於數位工具這麼多，該怎麼選該怎麼用？我的建議是，先來一個企業內部數位健檢，確定企業數位化程度跟目標，循序漸進，信任專業，再多點耐心改造，才能一步步達成目標。

、

#法拉雅的大數據小觀點

#數據行銷的專家

#五螢制霸

#MultiforceAllAroundYou