

#AdobeExperienceCloud #Marketing

Adobe unterstützt Marken bei der Optimierung von Kundenerlebnissen mit Adobe Sensei

München, 10. September 2018 – Adobe präsentiert ab sofort zahlreiche neue Personalisierungsfunktionen, die auf der künstlichen Intelligenz von Adobe Sensei, dem Framework für künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen von Adobe, in [Adobe Target](#) und [Adobe Experience Manager](#), einem Teil der [Adobe Experience Cloud](#), basieren. Mit ihnen unterstützt Adobe die Marken künftig bei der KI-gestützten Optimierung ihrer Kundenerlebnisse. Denn: Laut [einer aktuellen Adobe Studie](#) erhöht die große Mehrheit der digitalgetriebenen Unternehmen ihre Budgets sowohl bei der Personalisierung als auch bei der Optimierung ihrer Kundenerlebnisse, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Viele Unternehmen stoßen dabei jedoch auf enorme Schwierigkeiten, was die Skalierung ihrer personalisierten Erlebnisse über verschiedene Kanäle hinweg angeht. Mit den neuen Personalisierungsfunktionen schafft Adobe beste Voraussetzungen, um diese Herausforderung erfolgreich zu meistern.

„Die Personalisierung muss im Mittelpunkt eines jeden Kundenerlebnisses stehen. Tut sie das nicht, laufen Marken Gefahr, die Kundenbindung und das Geschäft zu verlieren“, so Loni Stark, Head of Adobe Experience Manager und Adobe Target.

„Adobe setzt seit über einem Jahrzehnt auf KI und maschinelles Lernen. Die neuen Personalisierungsfunktionen unterstützen unsere Mission, Marken dabei zu fördern, ihre Kunden auf individueller Ebene, unabhängig von Bildschirm, Gerät oder Kanal, erfolgreich anzusprechen.“

Die neuen Adobe Innovationen ermöglichen es, das Erlebnis jedes einzelnen Kunden mit Hilfe von KI in den entscheidenden Momenten auf seinen bevorzugten Kanälen zu personalisieren und zu optimieren. Neue Personalisierungsfunktionen in Adobe Target und Adobe Experience Manager sowie zukunftsweisende Projekte von [Adobe Research](#) helfen den Marketern wie folgt:

- **AR-Einkaufserlebnisse personalisieren:** Adobe plant ein Personalisierungsprojekt von [Adobe Research](#), um potentielle Produktintegrationen zu ermöglichen. Mit KI können Marken ihre Produktempfehlungen in einer Augmented Reality (AR)-Einstellung dynamisch ändern, die auf den Gesichtsausdrücken der Kunden während der Sitzung basiert. Eine Sonnenbrillenfirma kann zum Beispiel eine Auswahl an Brillen im Flieger-Stil anbieten, nachdem die Kundin beim Anprobieren runder Brillen unzufrieden war.
- **Voice Interaktionen personalisieren:** Laut einer aktuellen [Umfrage von Adobe](#) erwarten 64 Prozent der Konsumenten, dass sie in den nächsten fünf Jahren vermehrt Sprachassistenten nutzen werden. Dies unterstreicht einmal mehr die wachsende Bedeutung von Sprache als Kommunikationskanal. Mit Adobe Target können Unternehmen Sprachinhalte und Angebote für Assistenten wie Amazon Alexa testen und erneut ausspielen. Ein Flughafen kann beispielsweise mit Alexa einen Reisenden über einen Flughafenbildschirm über den Flugstatus informieren und ein Angebot für einen Regenmantel im Terminal auf Basis der Wettervorhersage am Zielort erstellen.
- **Mit KI die Kundenerlebnisse verfeinern:** Marketingentscheider erkennen sofort, dass der Einsatz von KI zu schnelleren, dynamischeren Kundenerlebnissen führt, die den Unternehmenswert steigern. Die neuen Personalization Insights Reports in Adobe Target bieten Marketers eine innovative Analyse der Leistungsfähigkeit von Algorithmen, die von Adobe Sensei unterstützt werden. Zu den Insights gehört, welche Besucherattribute am einflussreichsten waren und welche Angebote am stärksten nachgefragt wurden. Mit diesen Daten können anspruchsvollere Tests entwickelt und KI-gesteuerte Personalisierungsaktivitäten weiter verfeinert werden, um das bestmögliche digitale Kundenerlebnis zu gewährleisten.
- **Empfehlungen mit KI-gestützter Entscheidungsfindung verbessern:** Personalisierte Empfehlungen an eine Vielzahl unterschiedlicher Zielgruppen zu liefern, ist eine große Herausforderung. Mit Adobe Sensei können Marketingfachleute automatisch den besten Adobe Target-Algorithmus auswählen, um einem breiteren Publikum personalisierte Empfehlungen zukommen zu lassen. So kann beispielsweise ein Baumarktunternehmen innerhalb einer Kampagne Empfehlungen auf seine Hauptkunden, den Bauherrn, sowie an zusätzliche Sekundärzielgruppen, wie z.B. Heimwerker, zuschneiden. Adobe veröffentlicht außerdem einen neuen Empfehlungsalgorithmus, der von Adobe Sensei unterstützt wird und automatisch Kundenattribute wie Geografie oder Lieblingsfarbe berücksichtigt,

Adobe unterstützt Marken bei der Optimierung von Kundenerlebnissen mit Adobe Sensei

die ein gewünschtes Verhalten, wie z.B. einen Kauf, am besten vorhersagen. Der Algorithmus kombiniert diese Informationen mit den aktuell betrachteten Daten, wie z.B. was andere Leute gekauft oder angesehen haben, um die Empfehlungen für jeden einzelnen Kunden weiter zu verfeinern.

- **Automatisiertes Layoutdesign für bestmögliche Performances:** Die Festlegung eines Designs und Layouts, das für jeden Kunden am besten geeignet ist, wird für Marken zur großen Herausforderung. Mit [Smart Layout](#) in Adobe Experience Manager, powered by Adobe Sensei, können Marketer intelligent und automatisch das beste Layout für jeden Kunden zusammenstellen, das sich an das individuelle Verhalten anpasst. Zum Beispiel kann ein Urlaubsort automatisch ein anderes Design für Golfenthusiasten bieten als für einen Besucher, der eher die Spa-Services in Anspruch nimmt.
- **Optimierungen für die höchste Wahrscheinlichkeit einer Aktion:** Mit Adobe Target können Marketingentscheider und Datenwissenschaftler die Wahrscheinlichkeit für eine Kundeninteraktion, z.B. einen Kauf oder einen Kaufabbruch, dynamisch vergleichen und die Maßnahme mit der größten Erfolgsaussicht in dem jeweiligen Kundenprofil vermerken. Dies ermöglicht es Marken, das relevanteste Kundenerlebnis auf Grundlage der gewünschten Aktion zu liefern. Ein Möbelhändler z.B. kann das Kundeninteresse für den Kauf eines Tisches höher bewerten als für den Kauf eines Bettes. Wenn der Kunde die Website des Händlers besucht, wird das Erlebnis folgerichtig auf Tische ausgerichtet. Dank der tieferen Integration mit der Adobe Analytics Cloud können Teams die Ergebnisse direkt aus Adobe Analytics in Adobe Target nutzen.

Adobe Target, Teil der Adobe Experience Cloud, ist eine Lösung zur Optimierung von Erlebnissen. Mit dieser Adobe Lösung können datengesteuerte Marken schnell experimentieren und hyper-personalisierte Erlebnisse erstellen, die über jeden digitalen Touchpoint hinweg genutzt werden können – einschließlich Web, Mobile, E-Mail, IoT-Geräte, Call Center und mehr. Adobe Target lässt sich mit Adobe Experience Manager und [Adobe Campaign](#) integrieren. Marketingentscheider können personalisierte Inhalte somit nahtlos verwalten und bereitstellen. Die Integration mit der [Adobe Analytics Cloud](#) bietet tiefe Einblicke in das Kundenverhalten. Adobe Target wird weltweit von führenden Marken wie Lenovo, Nissan Motor Co. Ltd., Philips und Sprint eingesetzt. Die von Adobe Target optimierten Erlebnisse brachten im Jahr 2017 durchschnittlich 173 Prozent mehr Umsatz für Marken. Adobe Target [unterstützt Kunden](#) bei der Einhaltung der GDPR-Richtlinien für Data Governance und Datenschutz. Adobe wurde als einziger Marktführer in „[The Forrester Wave™: Experience Optimization Platforms, Q2 2018](#)“ und „[The Forrester Wave™: Digital Intelligence Platforms, Q2 2017](#)“ ausgezeichnet.



#Adobe unterstützt Marken bei der Optimierung von #Kundenerlebnissen mit Adobe #Sensei:
www.adobe.ly/2CD76qT



Adobe präsentiert ab sofort zahlreiche neue Personalisierungsfunktionen, die auf der künstlichen Intelligenz von Adobe Sensei, dem Framework für künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen von Adobe, in [Adobe Target](#) und [Adobe Experience Manager](#), einem Teil der [Adobe Experience Cloud](#), basieren. Mit ihnen unterstützt Adobe die Marken künftig bei der KI-gestützten Optimierung ihrer Kundenerlebnisse: www.adobe.ly/2CD76qT

Nützliche Links

- [Adobe Experience Cloud](#)

Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Experience Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [YouTube](#)

Adobe unterstützt Marken bei der Optimierung von Kundenerlebnissen mit Adobe Sensei

Pressekontakt

ADOBE SYSTEMS GmbH

Martin Moschek

Communications Manager, Central Europe

FAKTOR 3 AG

Caroline Lambert

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46-6106

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: adobe_mc@faktor3.de

<http://www.adobe-newsroom.de>