

#AdobeSummit2019 #Experience

# Adobe, Microsoft und LinkedIn kooperieren für die Intensivierung accountbasierter Experiences

**Las Vegas, 26. März 2019** – Adobe setzt die Partnerschaft mit Microsoft fort und bindet zudem ab sofort LinkedIn Marketing Solutions ein. Ziel dieser Kooperation ist die Intensivierung accountbasierter Experiences (ABX). Hierzu gleichen Adobe und Microsoft ihre wichtigsten Datenquellen miteinander ab, um accountbasierte Profile in Adobe Experience Cloud einpflegen zu können. Zum Einsatz kommen hierbei auch Marketo Engage sowie Microsoft Dynamics 365 for Sales. B2B-Marketer können so Customer Buying Teams leichter identifizieren, verstehen und einbeziehen. Die Partnerschaft ermöglicht die bessere Abstimmung, Messung und Bereitstellung passgenauer Inhalte für ein personalisiertes Kundenerlebnis sowohl auf Einzel- als auch auf Account-Ebene auf wichtigen B2B-Plattformen wie LinkedIn.

„Das Engagement vieler Kunden in einer komplexen Marketing und Sales Journey zu koordinieren, ist das Herzstück accountbasierter Erlebnisse und Hauptaufgabe der B2B-Marketingspezialisten“, erklärt Steven Lucas, Senior Vice President Digital Experience Business bei Adobe. „Die neuen accountbasierten Funktionen verbessern die Abstimmung von Personen und Accounts, mit denen Marketing- und Vertriebsteams täglich arbeiten. Darüber hinaus ergeben sich neue Möglichkeiten, die Auswirkungen auf das Geschäft zu messen.“

„Die Fähigkeit, die Macht der Daten zum Auffinden der richtigen Gelegenheiten und zum Einsatz der Erkenntnisse zu nutzen, hilft dem Marketing und dem Sales, den nächsten Schritt mit einem Mitglied der Einkaufskommission zu planen“, so Alysa Taylor, Corporate Vice President of Business Applications and Global Industry bei Microsoft. „Zusammen mit Adobe und LinkedIn kann Microsoft dazu beitragen, eine End-to-End-Lösung bereitzustellen, die letztendlich die Lead-Konversion beschleunigt und Möglichkeiten für einen optimierten Service und besseres Cross-Selling schafft. Das Ergebnis sind höhere Lifetime Values bei den Accounts.“

„Eine der größten Herausforderungen für Marketers bei der Kampagnenausführung ist es, die richtigen Kunden zum richtigen Zeitpunkt zu erreichen und so einen möglichst großen ROI zu erzielen“, erläutert Jan Weedn, Vice President of Business Development bei LinkedIn. „Die Erweiterung der accountbasierten Marketingfunktionen von LinkedIn auf Adobe Experience Cloud-Kunden ermöglicht es, nahtlos die richtige Zielgruppe auf LinkedIn zu identifizieren und gezielt mit relevanten Inhalten anzusprechen – und damit die Kampagnen so erfolgreich wie möglich zu machen.“

Die Partnerschaft vertieft die langjährige Zusammenarbeit zwischen Adobe und Microsoft. Die zusätzliche Integration von LinkedIn Marketing Solutions bietet Marketer neue Möglichkeiten, effektiver mit Accounts und Buying Teams in Kontakt zu treten:

- **Ein tieferes Verständnis der Zielaccounts in Echtzeit:** Marketing- und Salesteams erhalten dank der Daten von Marketo Engage und Microsoft Dynamics 365 for Sales in Echtzeit ein tiefergehendes Verständnis der Zielaccounts, einschließlich Einblicke in einzelne Rollen, Einflüsse und Präferenzen. Die Integration von LinkedIn Matched Audiences mit Marketo Engage unterstützt Marketer durch die kombinierten accountbasierten Targeting-Funktionen dabei, die Kontakte innerhalb eines Accounts zu identifizieren, die sie über LinkedIn erreichen können.
- **Zielgruppen effektiver ansprechen dank umfangreicher Accountprofile:** Um die am besten geeigneten Accounts zu identifizieren, kombiniert die Account Profiling-Funktion von Marketo Engage die Fähigkeit von intelligentem Predictive Modeling und Automatisierung in einer einzigen ABX-Lösung. Marketer sind damit in der Lage, innerhalb weniger Minuten aus 25 Millionen Unternehmen die geeignetsten Accounts herauszufiltern.
- **Personenbasierte Kampagnen mit mehr Präzision als je zuvor antreiben:** Adobe Audience Manager, die Datamanagement Plattform (DMP) von Adobe, wird auf Microsoft Azure Marken in die Lage versetzen, Zielgruppendaten zu kontaktbasierten Kampagnen auf LinkedIn und anderen Kanälen zusammenzufügen und gleichzeitig Mediakäufe mit größerer Präzision als je zuvor mit Informationen zu versorgen. Data Governance und Datenschutzkontrollen tragen dazu bei, die Sicherheit der Kundendaten zu gewährleisten, und helfen den Marken, ihre Datenschutzrichtlinien und die Ziele ihrer Datenschutzerklärungen einzuhalten.

## Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter [www.adobe.de](http://www.adobe.de), [www.adobe.at](http://www.adobe.at) oder [www.adobe.ch](http://www.adobe.ch).

## Nützliche Links

- [Adobe Summit 2019](#)

## Adobe-Blog & Social Media-Accounts

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

## 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](mailto:adobe_mc@faktor3.de)

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