

#AdobeSummit2019 #Sneaks

Adobe präsentiert KI-, Mixed Reality- und Voice-Entwicklungen bei den Adobe „Summit Sneaks“

Las Vegas, 27. März 2019 – Während der „Summit Sneaks“ gibt Adobe den über 16.000 Teilnehmern des Adobe Summit 2019 erste Einblicke in die neuesten Technologie-Entwicklungen aus den Adobe Forschungs- und Entwicklungslabors. Im Fokus der experimentellen Produktdemos stehen die neuesten Innovationen rund um Künstliche Intelligenz (KI), Mixed Reality und Voice. Moderiert von der Schauspielerin und Produzentin Mindy Kaling bieten die Sneaks dem Publikum einen ebenso spannenden wie unterhaltsamen Blick in die Zukunft der Adobe Innovationen. Bereits zum achten Mal bieten die Sneaks den Adobe Ingenieuren, Forschern, Produktmanagern und UX-Designern die Möglichkeit, Vorschläge für eine Präsentation ihrer Arbeiten auf dem Adobe Summit einzureichen. Die Publikumsliebblinge werden nicht selten Teil zukünftiger Produktangebote – wie z. B. Smart Layout in Adobe Experience Manager und Attribution IQ in Adobe Analytics.

Im Rahmen der diesjährigen Summit Sneaks werden u. a. folgende Projekte vorgestellt:

- **Beschleunigen von AR-Erlebnissen:** Stellen wir uns einen Flughafen vor, auf dem ein Kunde eine Stunde auf seinen Anschlussflug warten muss. Die mobile App der Fluggesellschaft ist mit einer Augmented-Reality-Funktion (AR) ausgestattet, die „AR-Zonen“ auf einer interaktiven Terminalkarte anzeigt. Der Kunde kann in eine Buchhandlung gehen und für ihn empfohlene Werbeangebote als AR-Objekte sehen, die dann sofort über seine digitale Brieftasche in Anspruch genommen werden können. Um Marken bei der Beschleunigung von AR-Angeboten zu unterstützen, zeigt Adobe, wie Integrationen in Adobe Experience Cloud das Technologie-Backend bereitstellen können, um AR-Erlebnisse schnell aufzubauen und zu erweitern. Es vereint 3D-Inhalte und -Auspielung mit Commerce-, Analyse- und Personalisierungsfunktionen.
- **Der Blick in die Glaskugel für Marketer:** Wenn Entscheidungen rund um das Kundenerlebnis getroffen werden, stützen sich diese traditionellerweise auf Daten aus der Vergangenheit. Wenn ein Abonnementdienst beispielsweise eine Nutzer-Gruppe identifiziert, die sich von seinem Angebot abgemeldet hat, werden diese Personen mit Inhalten angesprochen, um sie wieder zu aktivieren. Häufig sind Marken hier den einen entscheidenden Schritt hinter dem Kunden zurück. Um diese Kunden zu erreichen, stellt Adobe eine neue Technologie vor, die umfangreiches Deep Learning von Adobe Sensei nutzt, um zukünftige Aktionen vorherzusagen. Durch die Analyse vergangener Daten und Muster bekannter Verhaltensweisen leitet das System Aktionen ab, die Kunden am wahrscheinlichsten als nächstes ausführen werden. Im Beispiel des Abonnementdienstes ermöglicht dies dem Anbieter nicht nur zu sehen, welche Nutzer den Dienst am ehesten verlassen werden, sondern auch, aus einer Reihe von Aktionen zu wählen, die am aussichtsreichsten sind, die Meinung der Kunden zu ändern.
- **Fahrzeugbesitz neu definiert:** Wenn Autos zur Wartung gebracht werden, haben Konsumenten nur minimale Kontrolle über die Interaktion. Da nur wenige Daten zur Verfügung stehen, werden Empfehlungen für Reparaturen und Instandhaltung weitgehend zum Nennwert übernommen. Adobe stellt eine neue Consumer-App vor, die Fahrzeugdatenpunkte von der Batterieleistung bis zum Motorzustand erfasst. Sie ermöglicht den Benutzern, proaktiver zu sein und Echtzeit-Empfehlungen für Wartungsanforderungen zu erhalten. Für Verbraucher, die sich für den Service entscheiden, erhalten die Automobilhersteller auch aggregierte und anonyme Daten, die die Entscheidungsfindung unterstützen können. So kann es beispielsweise helfen, eine Flotte von Fahrzeugen zu identifizieren, die häufige Wartungsprobleme haben, und Maßnahmen anzuregen, um zu verhindern, dass das Problem weiterhin besteht.
- **Dokumenten-Management mit KI und Sprache:** Für jeden Beruf, der sich mit langen Dokumenten wie Lieferantenverträgen und akademischen Arbeiten beschäftigt, ist die Ermittlung relevanter Details ein manueller und zeitaufwändiger Prozess. Adobe stellt ein neues Projekt vor, das die Art und Weise, wie Verbraucher mit Dokumenten interagieren, verändern wird. Mit Hilfe von Sprachsteuerung und der Texterkennungs-KI von Adobe Sensei können die Nutzer mit ihren Dokumenten sprechen und schnell relevante Informationen finden lassen. Zum Beispiel kann ein Marketingdirektor, der einen Agenturvertrag überprüft, fragen: „Inwiefern unterscheidet sich der Preis von dem, was wir im letzten Jahr bezahlt haben?“ und erhält sofort die Details.
- **Eine Asset-Suchmaschine für Unternehmen:** Von Grafiken und Bildern bis hin zu Videos – es gibt inzwischen so viele Möglichkeiten, Konsumenten online zu erreichen. Das Problem bei der Sache: Marken sind mit der Menge an

Adobe präsentiert KI-, Mixed Reality- und Voice-Entwicklungen bei den Adobe „Summit Sneaks“

Assets, die sie verwalten müssen, oftmals überfordert. Genau jene Assets zu finden, die gerade jetzt benötigt werden, ist oft ein langsamer und schwerfälliger Prozess. Adobe zeigt, wie es die Bilderkennungs-KI von Adobe Sensei und Spracherkennung ermöglichen können, mit der Asset-Bibliothek zu sprechen und gesuchte Assets schnell finden zu lassen. So kann beispielsweise ein Marketingmanager, der an einer Reisekampagne arbeitet, sagen: „Finde mir Bilder mit einer Palme und einem Ozean im Hintergrund“ und sofort werden alle relevanten Grafiken angezeigt.

Über Adobe Experience Cloud

Adobe stellt sich Customer Experience Management (CXM) mit der Adobe Experience Cloud vor, der branchenweit einzigen End-to-End-Lösung für Erlebnisgestaltung, Marketing, Werbung, Analytik und Handel. Im Gegensatz zu älteren Unternehmensplattformen mit statischen, isolierten Kundenprofilen unterstützt Adobe Experience Cloud Unternehmen bei der Bereitstellung konsistenter, kontinuierlicher und überzeugender Erlebnisse über alle Kontaktpunkte und Kanäle hinweg – und beschleunigt gleichzeitig das Geschäftswachstum. Branchenanalysten haben Adobe in über 20 wichtigen Berichten mit Fokus auf Kundenerlebnisse als führend bezeichnet – und damit mehr als alle anderen Technologie-Unternehmen.

Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

Nützliche Links

- [Adobe Summit 2019](#)
- [Blogbeitrag „The Next Chapter of Adobe Sensei“](#)

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

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