

#AdobeSummit #Commerce #2019

Adobe Summit EMEA 2019: Adobe unterstützt Händler jeder Größe mit neuen leistungsstarken Funktionen

Neue Innovationen in Magento Commerce machen jeden Einkauf zum Erlebnis.

London, 14. Mai 2019 – Adobe wird ab Mittwoch auf dem Adobe Summit EMEA wichtige Verbesserungen für Magento Commerce ankündigen. Mit ihnen wird es Handelsunternehmen jeder Größe möglich sein, mehr Kunden als je zuvor gezielt anzusprechen, zu erreichen und zum Kauf zu animieren. Im Mittelpunkt der neuen Funktionen von Magento Commerce steht die Integration des Amazon Sales Channel und des Google Shopping Ads Channel. Einzelhändler sind darüber in der Lage, neue Zielgruppen und Vertriebskanäle zu erschließen. Weitere Verbesserungen umfassen die Möglichkeit, Inhalte auf Websites schnell und einfach zu aktualisieren sowie auf die unternehmensweiten Funktionen von Adobe Analytics in der Adobe Experience Cloud zuzugreifen. All diese neuen Funktionen unterstützen Händler dabei, ihren Kunden konsistente Einkaufserlebnisse über alle Kanäle und Plattformen hinweg bereitzustellen.

4 von 10 deutschen Konsumenten haben ihren Einkauf laut aktuellem Adobe Experience Index 2019 schon einmal im Warenkorb abgebrochen, weil der Kaufprozess zu zeitaufwändig oder kompliziert war. Umso mehr benötigen Einzelhändler leistungsstarke Tools, um den wachsenden Anforderungen ihrer Kunden nach einem besseren, schnelleren und nahtloseren Einkaufserlebnis zu entsprechen. „Die angekündigten Updates von Magento Commerce beschleunigen unsere Vision und Strategie, Unternehmen jeder Größe in die Lage zu versetzen, jede Markeninteraktion persönlich und jeden Einkauf zum Erlebnis werden zu lassen. In dem derzeit schwierigen Einzelhandelsumfeld konzentrieren wir uns darauf, unseren Kunden dabei zu helfen, Umsätze und Gewinne über alle Kanäle hinweg zu erzielen. Diese Integrationen mit einigen der weltweit größten Einkaufsplattformen sowie der Zugang zu leistungsstarken Analysetools und Content-Management-Funktionen geben den Händlern die nötigen Werkzeuge an die Hand, um die immer wichtiger werdende Kundenloyalität und das gesamte Wachstum weiter voranzutreiben“, so Brian Green, Leiter der EMEA Commerce Business Unit von Adobe.

Zu den neuen Funktionen in Magento Commerce gehören:

- **Ausbau der Kundenreichweite:** Mit dem allgemein verfügbaren Amazon Sales Channel können Händler ihre Präsenz auf dem Amazon-Marktplatz jetzt nahtlos ausbauen. Amazon Sales Channel beseitigt effektiv die Zugangsbarrieren für Händler, indem er es ihnen ermöglicht, ihren Produkt-Katalog schnell zu integrieren, einen Datenfluss in beide Richtungen einzurichten und mit der Verwaltung von Angeboten aus ihrem Magento-Administrator zu beginnen. Durch die nahtlose Integration ihres Magento-Shops mit mehreren Amazon-Konten und -Regionen können Händler ihren Magento Admin zur zentralen Anlaufstelle für alle wichtigen Amazon-Marktplatz-Aktivitäten machen. So ist es ihnen ganz einfach möglich, Datensilos zu reduzieren, Arbeitsprozesse zu optimieren und zusätzliche Integrationskosten zu vermeiden. Die Erweiterung steht ab sofort auf dem Magento Marketplace für Magento Commerce Pro und Magento Open Source 2.2.4 (und höher) Kunden zum kostenlosen Download bereit.
- **Neue Zielgruppen erschließen:** Als kostenlose Erweiterung ist im Magento Marketplace ab sofort eine vollständig integrierte, End-to-End Google-Werbelösung verfügbar, mit der sich effizient neue Zielgruppen ansprechen lassen. Für einen optimalen Workflow kann der Google Shopping Ads Channel für Magento Commerce und Magento Open Source 2.2.4 und höher direkt in das Google Merchant Center und Google Ads integriert werden, um Werbekampagnen und Reportings aus dem Google-Netzwerk direkt vom Magento Admin zu verwalten.
- **Leistungsstarke Verhaltensanalysen starten:** Magento Commerce-Kunden, die das Verhalten der Konsumenten besser verstehen möchten, können Adobe Analytics nun problemlos mit der Adobe Experience Platform Launch Extension verbinden. Dies bietet Marken die Möglichkeit, das für den Datenfluss zwischen Magento Commerce und Adobe Analytics erforderliche Tag-Management innerhalb weniger Minuten bereitzustellen. Die Erweiterung ist eines der ersten Community-Projekte, das es Marken ermöglicht, durch die Verknüpfung der Lösungen umfassende Erkenntnisse über das Kundenverhalten zu gewinnen.
- **Schnellere Markteinführung für konversionsstarke Mobile Erlebnisse:** Nur wenige Monate nach seiner Veröffentlichung integriert Progressive Web Applications (PWA) Studio nun Braintree (von PayPal) und macht es Händlern, Partnern und Entwicklern einfacher denn je, Debit- und Kredittransaktionen über einen zuverlässigen

Adobe unterstützt Händler jeder Größe mit neuen leistungsstarken Funktionen

Zugang zu starten. Die Integration führt zu einer schnelleren Markteinführung und niedrigeren Gesamtbetriebskosten. Über 60 Prozent der Lösungspartner planen, im Jahr 2019 PWA-Standorte zu entwickeln und die Kernkompetenzen in PWA Studio zu erweitern. Magento Enterprise Solution Partner [Creativity](#) hat ein innovatives, mobiles Kundenerlebnis der nächsten Generation für den Agrarhändler [Rural King](#) entwickelt, um die Bedürfnisse der ländlichen Gemeinden zu erfüllen und wird diese Innovationen auf der Imagine in Las Vegas präsentieren.

- **Globales Inventarmanagement erweitern:** Adobe unterstützt Händler bei der Realisierung ihrer Omnichannel-Projekte mit Magento Order Management. Hierzu stellt Adobe neue Funktionen wie Multi-Tender-Paymentworkflows, Ausnahmemanagement für Zahlungen, detailliertere Rollen und Berechtigungen, vollständige API-Abdeckung für Omnichannel-Funktionen, Microservices-Architektur für verbesserte Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit und eine vollständig zugewiesene Umsetzungsumgebung bereit.
- **Schnellere Aktualisierung von Website-Inhalten:** Marketingspezialisten müssen ihre Online-Erlebnisse häufiger und schneller als je zuvor aktualisieren. Das Drag-and-Drop-Bearbeitungstool [PageBuilder](#) für Website-Inhalte ermöglicht es Händlern, 10-mal schneller ein erstklassiges Einkaufserlebnis zu erstellen, ohne kreative Einschränkungen oder den Bedarf an Entwicklerunterstützung. Mit dem neuen BlueFoot Content Migration Tool können Händler, die BlueFoot auf Magento 2.1.x oder 2.2.x verwenden, schnell und einfach auf Magento 2.3.1 mit Page Builder 1.0.0 aktualisieren, ohne ihre Website-Inhalte zu verlieren.

Zu den namhaften Magento Commerce-Kunden aus der gesamten EMEA-Region gehören u. a. British Heart Foundation, Celtic Football Club, Liebherr, Gabor Shoes, Monin, Strauss Coffee, Rossignol, Ego Shoes, DC Thompson und Bauhaus.

Da Magento Commerce jetzt die Adobe Commerce Cloud unterstützt, werden auch diese Commerce-Funktionen nativ in Adobe Experience Cloud integriert und verwaltet, um den Anforderungen globaler B2C- und B2B-Unternehmen gerecht zu werden, die mehrere Marken, Standorte und Länder unterstützen und den Handel über alle Kanäle hinweg koordinieren. Die als Adobe Managed Service angebotene Adobe Commerce Cloud setzt Agilität, Performance und Sicherheit in den Fokus, um Marken bei der Verkürzung der Time-to-Market zu unterstützen, den Betrieb zu optimieren und damit die Erwartungen von Kunden und Unternehmen zu übertreffen.

Nützliche Links

- [Adobe Experience Platform](#)

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>