

#AdobeSummit #Sneaks #2019

# Adobe zeigt die neuesten Trends in KI, Mixed Reality und Voice bei den „Summit Sneaks“

**London, 16. Mai 2019** – Mehr als 6.000 Teilnehmer werden heute bei den Sneaks des Adobe Summit EMEA 2019 die neuesten, unveröffentlichten Technologie-Entwicklungen aus den Adobe F&E-Laboren aus nächster Nähe begutachten. Darunter die heißesten Trends aus den Bereichen KI, Mixed Reality und Voice. Bereits zum achten Mal sind die Adobe Summit Sneaks ein echter Höhepunkt der Konferenz, der einen unterhaltsamen Einblick in die Zukunft des Kundenerlebnisses und der Innovationen von Adobe bereithält. Die diesjährigen Sneaks werden vom englischen Schauspieler und Komiker Jack Whitehall moderiert.

Jedes Jahr bietet Adobe seinen Ingenieuren, Forschern, Produktmanagern und UX-Designern die Möglichkeit, Vorschläge für eine Präsentation ihrer Arbeiten beim Adobe Summit EMEA einzureichen. Die Publikumsliebhaber der Sneaks sind schon häufig zu Adobe-Produkten geworden, wie z. B. Smart Layout in Adobe Experience Manager und Attribution IQ in Adobe Analytics.

## Zu den Projekten der diesjährigen Sneaks gehören:

- **Schnellere AR-Erlebnisse:** Stellen wir uns einen Kunden vor, der eine Stunde Zeit hat, um am Flughafen auf einen Anschlussflug zu warten. Die mobile App der Fluggesellschaft verfügt über eine Augmented-Reality-Funktion (AR), die den Benutzern „AR-Zonen“ auf einer interaktiven Terminalkarte anzeigt. In einer dieser Zonen, einer Buchhandlung, kann der Kunde personalisierte Werbeangebote als AR-Objekte sehen, die sofort über eine digitale Brieftasche eingelöst werden können. Adobe zeigt, wie Integrationen in der Adobe Experience Cloud das Technologie-Backend bereitstellen können, um AR-Erlebnisse schnell zu erstellen und zu skalieren. Hierzu werden 3D-Inhalte und deren Bereitstellung direkt mit Handels-, Analyse- und Personalisierungsfunktionen kombiniert.
- **Zukunftsweisend für Marketer:** Entscheidungen rund um das Kundenerlebnis werden traditionell auf der Grundlage historischer Daten getroffen. Wenn ein Abonnementdienst beispielsweise Nutzer identifiziert, die sich abgemeldet haben, richtet er sich mit strategischen Inhalten an sie, um sie zurückzugewinnen. Dies ist ein weiterer Fall von Reaktivität, bei dem Marken einen Schritt hinter dem Kunden zurückbleiben. Damit sie den entscheidenden Schritt voraus sein können, präsentiert Adobe neue Technologien, die auf Basis von Adobe Sensei zukünftige Aktionen vorhersagen. Durch die Analyse vergangener Daten und Muster um das bekannte Nutzerverhalten kann das System ableiten, welche Maßnahmen Kunden am ehesten ergreifen werden. In unserem Beispiel des Abonnementdienstes würde die Marke daher nicht nur sehen können, welche Nutzer ihren Dienst am ehesten verlassen, sondern auch eine Reihe von Aktionen erhalten, die darauf abzielen, die Meinung der abwanderungswilligen Nutzer zu ändern.
- **Fahrzeugbesitz neu definiert:** Wenn Kunden ihr Auto zur Wartung übergeben, haben sie 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 Verbraucher-App vor, die Fahrzeugdatenpunkte von der Batterieleistung bis zum Motorzustand erfasst. Fahrzeughalter werden damit in die Lage versetzt, auf Basis von Echtzeit-Empfehlungen bei aktuellen Wartungsanforderungen proaktiv zu entscheiden. Aber auch die Automobilhersteller profitieren: Sie erhalten aggregierte und anonymisierte Daten von Konsumenten, die ihnen beispielsweise dabei helfen können, eine Flotte von Fahrzeugen zu identifizieren, die gemeinsame Wartungsprobleme hat, um proaktiv Maßnahmen zur Vermeidung des Problems zu ergreifen.
- **Umwandlung von Dokumenten mit KI und Sprache:** Für jeden Fachmann, der sich mit Langformulardokumenten wie Lieferantenverträgen und akademischen Arbeiten beschäftigt, ist der Prozess der Suche nach relevanten Details in diesen Dokumenten weitgehend eine manuelle und zeitaufwändige Aufgabe geblieben. Adobe wird ein neues Projekt vorstellen, das Texterkennungs-KI und Sprachsteuerungsfunktionen nutzt, um dies zu ändern. So können Nutzer per Sprachbefehl mit ihren Dokumenten sprechen und schnell relevante Informationen abrufen. Ein Marketingdirektor, der einen Agenturvertrag überprüft, könnte beispielsweise fragen, wie hoch der angebotene Preis im Vergleich zu dem aus dem vergangenem Jahr ist, und erhält sofort die Details.

#### **Nützliche Links**

- [Adobe Summit EMEA 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>