

NEWS

#AdobeSummit2019 #AdobeExperiencePlatform

Adobe Experience Platform hebt Customer Experience Management (CXM) aufs nächste Level

Adobe gibt die allgemeine Verfügbarkeit von Adobe Experience Platform bekannt – Best Buy, Home Depot und Marriot zählen bereits zu den Beta-Kunden.

Las Vegas, 26. März 2019 – Adobe gibt die allgemeine Verfügbarkeit von Adobe Experience Platform bekannt, der ersten Echtzeit-Plattform für Customer Experience Management (CXM). Als offene und erweiterbare Plattform vernetzt Adobe Experience Platform Daten im gesamten Unternehmen und ermöglicht dank künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen von Adobe Sensei die Erstellung von Echtzeit-Kundenprofilen. Adobe Experience Platform aktiviert Inhalte auf Grundlage dieser Kundenprofile, um in Echtzeit personalisierte Kundenerlebnisse bereitzustellen. Einige der größten globalen Marken nutzen Adobe Experience Platform bereits in der Beta-Version, darunter Best Buy, DXC Technology, The Home Depot, Verizon Wireless und Sony PlayStation.

Jedes Unternehmen hat heute mit der massiven Datenexplosion zu kämpfen, die durch umfangreiche Kundenerlebnisse, den Einsatz mehrerer Geräte und IoT ausgelöst wird. Diese Unternehmen investieren viel Zeit und Ressourcen in den Aufbau einer eigenen Infrastruktur zur Verwaltung und Sortierung der Daten. Wertvolle Unterstützung bietet Adobe mit Adobe Experience Platform. Mit der Plattform können alle Datenquellen aus dem gesamten Unternehmen zusammengeführt und die Daten für den Echtzeit-Einsatz verfügbar gemacht werden.

Adobe Experience Platform sammelt und verarbeitet Echtzeitdaten – mehrere zehn Millionen Ereignisse pro Sekunde – aus verschiedenen Quellen und organisiert die Daten in Experience Data Models (XDM). Marken sind in der Lage, Adobe Experience Platform zu nutzen, um Erkenntnisse aus allen Lösungen von Adobe Experience Cloud zu aktivieren. Darüber hinaus können Unternehmen ihre einzigartigen Daten aus ERPs, CRMs und anderen Quellen einbringen.

„Um die heutigen Daten-Herausforderungen zu lösen, benötigen Unternehmen eine Cloud-basierte, hyperskalierende Architektur mit einer umfangreichen Datenpipeline und Echtzeit-Kundenprofilen, die auf Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen basieren“, so Abhay Parasnis, Executive Vice President und Chief Technology Officer bei Adobe. „Adobe Experience Platform ist speziell dafür gemacht, Daten in Echtzeit zu erfassen, zu verarbeiten und in Maßnahmen umzusetzen. Sie ermöglicht es Unternehmen, ihren Kunden umfassende und relevante Erlebnisse zu bereitzustellen.“

Adobe Experience Platform bietet:

- **Eine umfangreiche Datenpipeline und Semantik:** Adobe Experience Platform basiert auf einer umfangreichen Datenpipeline, die Daten aus verschiedenen Quellen über ein weltweit verteiltes Edge-Netzwerk bezieht und das Kundenprofil in Echtzeit bereichert. Die Daten werden im Experience Data Model (XDM) mit mehr als 50 Customer Experience Schemata organisiert, die eine Standardsprache und ein Standard-Datenvokabular verwenden. Adobe Experience Platform bietet außerdem eine Reihe an Tools, die nativ integriert sind, um die Einhaltung aktueller DSGVO-Vorschriften und Richtlinien für die Verwaltung von Daten zu gewährleisten. Dank einer offenen Architektur können IT-Teams auch ganz einfach eine eigene Data Governance auf Adobe Experience Platform hinzufügen, um ihre Compliance-Anforderungen zu erfüllen.
- **Echtzeit-Personalisierung im großen Stil:** Adobe Experience Platform bildet die Grundlage für die neue Echtzeit-Kundendatenplattform (CDP) von Adobe, die bekannte und anonyme Daten zusammenführt, um Kundenprofile während der gesamten Customer Journey in Echtzeit und über mehrere Kanäle mit intelligenter Entscheidungsfindung und Segmentierung zu aktivieren. Unternehmen können diese Profile rationalisieren und künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen von Adobe Sensei einsetzen, um diese Bausteine in wertvolle Zielgruppen zu verwandeln.
- **Intelligente Entscheidungsfindung für Echtzeit-Maßnahmen:** Customer Journey Intelligence powered by Adobe Sensei nutzt vordefinierte datengesteuerte Best Practices, KI und Business Intelligence, um Entscheidungen und Aktionen in Echtzeit zu ermöglichen. Data Scientists können Daten im gesamten Unternehmen schnell zusammenfügen und so mithilfe von Adobe Experience Platform ein Echtzeit-Kundenprofil erstellen, um Geschäftsprozesse fortlaufend zu optimieren. Unternehmen können entweder auf Adobe Sensei-Modelle zugreifen,

Adobe Experience Platform hebt Customer Experience Management aufs nächste Level

eigene erstellen oder bestehende Modelle nutzen und nahtlos trainieren – unterstützt durch eine vollständig verwaltete, sichere und skalierbare Infrastruktur.

- **Adobe Sensei AI Services:** Mit der allgemeinen Verfügbarkeit von Adobe Experience Platform bieten neue KI-Dienste ([in der Beta-Version verfügbar](#)) die Möglichkeit, Daten und Inhalte zu verbinden. Marken können somit sicherstellen, dass sie die richtige Botschaft auf dem richtigen Kanal zur richtigen Zeit ausliefern. Die Funktionen von Adobe Sensei sind heute für jedes Unternehmen zugänglich, einschließlich: Kunden-KI, die es Marken ermöglicht, bestimmte Segmente von Nutzern genau zu bestimmen und jedes mit der richtigen Marketingkampagne auszustatten; Journey-AI verschafft Marken die Möglichkeit, Journeys mit Millionen Nutzern zu orchestrieren, indem sie ständig Verhaltensdaten analysiert und Markenerlebnisse zum optimalen Zeitpunkt aktiviert; Attribution-AI ermöglicht es Marken, die Konversionswirkung von owned, earned und paid Media zu sehen und fundierte Entscheidungen über Ressourcen zu treffen.
- **Eine offene Plattform und ein robustes Ökosystem:** Adobe Experience Platform ist eine offene Plattform, die auf einem gemeinsamen semantischen Datenmodell basiert, um alle Daten, intelligenten Tools und Services zu standardisieren und zu organisieren. Unternehmen sind damit in der Lage, neue Experience-Anwendungen und ein breites Branchen-Ökosystem zu entwickeln, die sie bei der Skalierung unterstützen. Adobe XDM wird im Rahmen der Open Data Initiative mit dem CDM von Microsoft und dem CDM von SAP in ein gemeinsames Datenmodell integriert. Die Initiative wurde von den drei führenden Unternehmen [im September letzten Jahres angekündigt](#). Adobe Experience Platform unterstützt den Rahmenplan der Initiative und ermöglicht es Marken, ihre Daten aus anderen Anwendungen und Datenquellen zusammenzuführen, um neue Erkenntnisse zu gewinnen.

Das Kundenerlebnis steht zunehmend im Mittelpunkt der Unternehmensarchitektur. Adobe Experience Platform ermöglicht es Unternehmen, Zeit und Ressourcen bei der Erstellung ihrer eigenen Infrastruktur zu sparen und sich stärker auf die Steigerung ihrer Geschäftsergebnisse zu konzentrieren. Adobe Experience Platform ist ab sofort verfügbar. Weitere Informationen unter www.adobe.com/experienceplatform.

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 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>