

NEWS

#AdobeCampaign #CXM #Marketing

# Adobe Campaign macht personalisiertes Echtzeit-Engagement möglich

**Neue Triggered Journeys-Funktion verbessert das Customer Experience Management (CXM) für Marketer.**

München, 17. Juni 2019 – Adobe präsentiert mit Triggered Journeys eine neue, branchenweit erste Funktion für personalisiertes Echtzeit-Engagement in [Adobe Campaign, dem E-Mail- und Cross-Channel-Marketingangebot des Unternehmens für B2C-Marketer](#). Basierend auf der [Adobe Experience Platform](#) – der branchenweit ersten offenen Plattform für Customer Experience Management (CXM) – versetzt die neue Triggered Journeys-Funktion B2C-Marketer künftig in die Lage, eine gezielte Kundenansprache zu realisieren, die durch Kundenaktionen initiiert und personalisiert wird. So ermöglicht Triggered Journeys erstmals ein skalierbares, individuell zugeschnittenes Engagement in Echtzeit.

Mit Hilfe der zentral in der Experience Platform gespeicherten Daten können Marken ihre Werbebotschaft auf jeden Empfänger individuell anpassen. Interagiert der Konsument mit der Marke in einer zuvor definierten Weise, wird automatisch und in Echtzeit eine kanalübergreifende Triggered Journey ausgelöst, die aus einer Reihe an Kontaktpunkten besteht – von der E-Mail über Push-Benachrichtigung und In-App bis zu jedem anderen fürs Unternehmen wichtigen Kanal. Als Auslöser der Triggered Journeys können Marken spezifische Aktivitäten definieren, wie z. B. die Änderung des Loyalitätsstatus eines Kunden, die Zusammenarbeit mit dem Kundensupport sowie der mögliche Wetter- oder Standortwechsel.

Im Zentrum der neuen Funktion steht die Automatisierung auf Basis von [Adobe Sensei](#), dem Framework für KI und maschinelles Lernen von Adobe. Sie ist die Kernkomponente, die es ermöglicht, dass Kunden mit Triggered Journeys gezielt erreicht werden und somit eine ressourcenintensive manuelle Erstellung entfällt. Möglich wird dies durch die Aktivierung in Adobe Analytics, einer Branchenneuheit für die kanalübergreifende Kundenbindung.

So kann beispielsweise ein Hotel einen Geofence um seine Stadt herum einrichten, der ein individuelles Engagement auslöst, wenn ein Gast diesen Geofence bei der Landung am Flughafen passiert. Abhängig davon, wann dieser Geofence durchquert wird und ob fertig vorbereitete Zimmer zur Verfügung stehen, erkennt Triggered Journeys, dass der Gast angekommen ist, bevor sein Zimmer fertig ist. Über die Triggered Journeys-Funktion lädt das Hotel schließlich den Gast ein, sein Gepäck an der Rezeption aufzubewahren und bietet Empfehlungen und Details für Aktivitäten, die ihm passend zur Wettervorhersage und seinen persönlichen Präferenzen bis zum Check-In die Zeit vertreiben – und das alles per Push-Benachrichtigung. Die Ankunft im Hotel kann eine weitere Echtzeit-Interaktion auslösen und dem Gast einen Lageplan zukommen lassen, einschließlich der Orte der zuvor empfohlenen Aktivitäten.

„Triggered Journeys wird die aktuellen Outbound-Programme der Marketingspezialisten ergänzen. Gleichzeitig ermöglichen sie es der Marke, die entscheidende Extra-Meile zu gehen, damit die Kunden wirklich Loyalität aufbauen können. Diese Funktion erfordert in der Nutzung kein technisches Vorwissen, da sie auf einzigartige Weise Daten aus anderen Tools und Abteilungen zusammenführt, die mit Kunden interagieren, wie z. B. aus dem Kundenservice oder den Produktteams. Im Gegensatz zu älteren Unternehmensprodukten, die für ihre statischen, isolierten Kundendaten und ihre Unfähigkeit, Kunden vollständig zu verstehen, bekannt sind, werden Daten hier im gesamten Unternehmen verfügbar gemacht, um jedem Kunden ein begeisterndes Erlebnis zu bieten“, so Kristin Naragon, Director of Product Marketing bei Adobe Campaign. „Durch das Sammeln, Verarbeiten und Organisieren von Millionen an Kundeninteraktionen pro Sekunde aus verschiedenen Quellen und die Kombination mit Adobe Sensei bietet die Experience Platform allen Marken die Möglichkeit, Einzelpersonen auf kontextuelle, personalisierte Weise über sämtliche Kanäle hinweg in den richtigen Momenten zu erreichen.“

## Erste Kundenprojekte erfolgreich abgeschlossen

In den letzten Monaten haben mehrere Adobe Kunden Triggered Journeys in der Beta-Version getestet:

- **Stärkere In-Store Interaktion:** Einzelhändler können den Käufern im stationären Handel personalisierte Erlebnisse in Echtzeit bereitstellen, die auf Bestandsinformationen, Kundenkontoinformationen und den physischen Standorten der einzelnen Personen basieren. Zum Beispiel kann ein Käufer, der im Einkaufszentrum ankommt, darüber informiert werden, dass seine favorisierte Krawatte wieder auf Lager ist.

## Adobe Campaign macht personalisiertes Echtzeit-Engagement möglich

- **Verbesserte Live-Events:** Bei Sportveranstaltungen oder Konzerten können Marken beispielsweise Kunden ansprechen, sobald sie einen Kauf tätigen – und das vor, während und nach der Veranstaltung z. B. mit einem vergünstigtes Upgrade-Angebot beim Betreten des Stadions.
- **Mehr Kundenservice:** Dank der Kombination von Serviceinformationen und Kundendaten sind Marken in der Lage, ein verbessertes Kundenerlebnis bereitzustellen. So kann beispielsweise die Serviceabteilung eines Automobilherstellers eine kostenlose Autowäsche anbieten, wenn sich ein Kunde über einen zweiten Rückruf ärgert.
- **Ausbau der Loyalität:** Marken können standortbezogene Erlebnisse liefern, die auf ihre eigene Infrastruktur in Kombination mit der Experience Platform zurückgreifen. Beispielsweise kann ein Unternehmen seine Kunden mit spielerischen Interaktionsangeboten via Beacons zusätzlich motivieren, indem es sie für jeden Schritt belohnt und über mobile App-Kanäle zu ihrer nächsten Herausforderung führt.

Die neue Triggered Journeys-Funktion in Adobe Campaign ist ab sofort verfügbar. Weitere Informationen, wie Triggered Journeys und weitere Funktionen von Adobe Campaign dabei helfen, jede Interaktion mit dem Kunden zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen, finden sich [hier](#).

### Nützliche Links

- [Adobe Experience Cloud](#)

### 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>