

#CustomerExperience #ExperiencePlatform #Marketing

# Adobe präsentiert neue Funktionen für erfolgreiche Echtzeit-Kundenerlebnisse

**Neueste Innovationen der Adobe Experience Platform ermöglichen die gezielte Personalisierung und Bereitstellung von Cross-Channel-Erlebnissen**

**München, 15. November 2019** – Daten in personalisierte Kundenerlebnisse zu verwandeln, bedeutet für viele Marken noch immer eine große Herausforderung. Vor allem wenn die Daten in unterschiedlichen Teams, Quellen und Plattformen gehostet werden, stehen Unternehmen vor der Schwierigkeit, in Echtzeit eine einheitliche Sicht auf den individuellen Kunden zu gewinnen. Wertvolle Unterstützung bietet Adobe mit den neuesten Innovationen der [Adobe Experience Platform](#) – der ersten offenen und erweiterbaren Plattform für das Customer Experience Management (CXM), die Daten im gesamten Unternehmen in Echtzeit vernetzt. Ab sofort sind die CDP (Real-Time Customer Data Platform)-Funktionen und die branchenweit ersten Data Governance-Funktionen für die Adobe Experience Platform allgemein verfügbar. Darüber hinaus bietet Adobe auf der Experience Platform zahlreiche neue Möglichkeiten zur Personalisierung und Bereitstellung begeisternder Cross-Channel-Erlebnisse.

„Kundenerlebnisse sind der zentrale Erfolgsfaktor für Unternehmen. Marken müssen die Lücke zwischen dem Kunden, den genutzten Kanälen und dem Erlebnis, das die Kunden von ihnen erwarten, daher unbedingt schließen“, so Suresh Vittal, Vice President, Adobe Experience Cloud. „Die Adobe Experience Platform wurde entwickelt, um Marken eine einheitliche Sicht auf jeden Kunden zu ermöglichen – und das ohne die komplexen Interaktionen der Kunden über sämtliche digitale und physische Touchpoints hinweg erst mühevoll entschlüsseln zu müssen.“

Zu den neuen Funktionen der Adobe Experience Platform gehören u. a.:

- **Echtzeit-Personalisierung im großen Stil:** Marketingspezialisten stehen vor drei gemeinsamen Herausforderungen – fragmentierte Daten, inkonsistente Erlebnisse und eine komplizierte Verwaltung. Dank der allgemeinen Verfügbarkeit des [Real-Time CDP von Adobe](#) können Marken jetzt bekannte und unbekannte Kundendaten zusammenführen, um Kundenprofile kanalübergreifend zu aktivieren. Gleichzeitig können sie auf dieser Basis während der gesamten Customer Journey bessere Entscheidungen treffen. Durch die Überbrückung von Marketing- und IT-Silos sind Marken in der Lage, unterschiedlichste Datensätze gezielt für sich zu nutzen – vom CRM über die Online-Analytik bis hin zu Offline POS-Systemen. Dank cleverer Verwaltungstools erhalten sie ohne die komplizierte Integration einzelner Kanäle eine ganzheitliche Sicht auf den individuellen Kunden.
- **Photoshop inspirierte Analysen:** Die seit heute allgemein verfügbare Adobe-Lösung Customer Journey Analytics bietet eine Reihe leistungsstarker Analysetools für Omnichannel-Daten auf der Adobe Experience Platform. Für die kanalübergreifende Datenanalyse verfügen Marken über eine einfache, interaktive Möglichkeit, tiefer in ihre Daten einzutauchen und neue Erkenntnisse zu gewinnen. Gleichzeitig verschafft die Lösung dem gesamten Unternehmen einen einfacheren Zugang in die Datenanalyse. Inspiriert von etablierten Photoshop-Funktionen können Teams kreativ sein und Datensätze auf völlig neue Art und Weise übereinander legen, um neue Perspektiven für das Kundenerlebnis zu gewinnen. Durch den Einsatz von Adobe Sensei, dem Framework für KI und maschinelles Lernen von Adobe, lassen sich umfangreiche Analysen ganz einfach automatisieren und zukünftige Verhaltensweisen der Nutzer vorhersagen.
- **Echtzeit-Orchestrierung von Omnichannel Customer Journeys:** Kunden erwarten heute zeitnahe und relevante Markeninteraktionen. Doch viele Unternehmen haben das Problem, personalisierte Erlebnisse liefern zu wollen, ohne die Bedürfnisse des Einzelnen über die verschiedenen Touchpoints hinweg zu kennen. Die Adobe Experience Platform versetzt Unternehmen in die Lage, das Kundenerlebnis weiter anzureichern, indem sie unternehmensweite Daten über mehrere Kanäle in Echtzeit aktivieren. Mit Journey Orchestration können Marken in Echtzeit auf Kundenaktionen und andere Signale reagieren, indem sie die Adobe Experience Platform und die Adobe Campaign nutzen und jede einzelne Interaktion auf Grundlage des bisherigen Verhaltens und des aktuellen Kontextes anpassen. Durch die Nutzung Künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellen Lernens auf Basis von Adobe Sensei optimiert diese Funktion die Entscheidungsfindung in der gesamten Customer Journey sowie die Kundenbindung im großen Stil.

## Adobe präsentiert neue Funktionen für erfolgreiche Echtzeit-Kundenerlebnisse

- **Vereinfachung der Datenverwaltung:** Da Informationen über Prozesse, Produkte, Dienstleistungen, Kunden usw. jederzeit verfügbar sind, ist Data Governance für den sicheren datenoptimierten Erfolg entscheidend. Mit der Adobe [Experience Platform Data Governance](#) haben Unternehmen Zugriff auf Frameworks, die sie bei der Durchsetzung von Datennutzungsrichtlinien unterstützen. Gleichzeitig erleichtert sie die ordnungsgemäße Verwendung dieser Daten unter Einhaltung aller geltenden Vorschriften, Verpflichtungen und Einschränkungen. Adobe bietet eine einzigartige End-to-End-Integration, die es Marken ermöglicht, Data Governance und die Customer Experience miteinander zu verknüpfen. Auf Basis ihrer Governance- und Compliance-Anforderungen können Marken spezifische Labels auf Daten anbringen, einschließlich vertraglicher, identitätsbezogener, sensibler und weiterer Labels. In Europa wird diese Funktion im ersten Halbjahr 2020 verfügbar sein.

Adobe arbeitet mit Marken auf der ganzen Welt zusammen, um die Customer Experience zu verbessern und sicherzustellen, dass jeder Moment individuell gestaltet wird.

### Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter [www.adobe.de](http://www.adobe.de), [www.adobe.at](http://www.adobe.at) oder [www.adobe.ch](http://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

**Christina Euripides**

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46- 6310

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: [adobe\\_mc@faktor3.de](mailto:adobe_mc@faktor3.de)

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