

NEWS

#Studie #Digital #Trends #2020

Adobe Digital Trends 2020: Marken mit CX-Fokus übertreffen ihre Geschäftsziele mit drei Mal so hoher Wahrscheinlichkeit

Aktueller „Adobe Digital Trends 2020“-Report zeigt:

- In knapp jedem vierten deutschen Unternehmen hat die CX-Optimierung höchste Priorität.
- Das Finden und Binden von CX-Fachkräften zählt 2020 zu den wichtigsten Aufgaben.
- 26 Prozent planen weitere Investitionen in KI und maschinelles Lernen.

München, 05. März 2020 – Deutsche Marken mit einem klaren Fokus auf die Customer Experience (CX) haben gegenüber ihren Konkurrenten eine drei Mal so hohe Wahrscheinlichkeit, ihre Geschäftsziele zu übertreffen. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „[Digital Trends 2020](#)“, die das Marktforschungsinstitut Econsultancy bereits im zehnten Jahr im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen dieser Studie wurden über 13.000 Marketing-, E-Commerce-, Kreativ- und IT-Experten aus aller Welt befragt – davon 580 aus Deutschland. Klar wurde dabei vor allem eines: Alle führenden CX-Unternehmen verfolgen einen gemeinsamen Ansatz, der sich durch verstärkte Investitionen in Mitarbeiter, Technologien und Strukturen auszeichnet.

„Konsumenten von heute haben eine größere Auswahl, sind besser informiert und anspruchsvoller denn je“, so Alvaro Del Pozo, Vice President of Marketing International bei Adobe. „Ein kundenorientierter Ansatz ist nicht länger optional – er ist entscheidend für den Geschäftserfolg. Marken müssen auf dynamischere und ansprechendere Weise mit den Kunden in Kontakt treten. Mit einem klaren Fokus auf die richtige Kultur und ein schlagkräftiges Team, das durch die richtige Technologie unterstützt wird, sind Marken jetzt und in Zukunft in der Lage, schneller auf sich ändernde Kunden- und Marktanforderungen zu reagieren.“

Kundenerlebnisse besitzen für deutsche Marken oberste Priorität, aber es fehlt noch die Reife.

Die Unternehmen in Deutschland haben die Bedeutung der erlebnisorientierten Kundenansprache erkannt. Nahezu ein Viertel (23 Prozent) der deutschen Marken stufen die CX-Optimierung als ihre erste Priorität für das Jahr 2020 ein. Damit liegt der CX-Fokus in Deutschland über dem europäischen Durchschnitt von 22 Prozent. Nur in Skandinavien (26 Prozent), Frankreich (25 Prozent) und Großbritannien (24 Prozent) ist der CX-Fokus ausgeprägter.

„Die Digital Trends erfassen seit nunmehr einer Dekade wichtige Strömungen im Digital Marketing. Über die Zeit wurden hierbei 75.000 Führungskräfte zu ihrer Meinung befragt. Das zeichnet ein präzises, aufschlussreiches Bild einiger Entwicklungen gerade auch über den Verlauf der letzten Jahre. Besonders auffällig sticht hier hervor, wie deutlich sich Unternehmen mit einer starken Kundenzentrierung inzwischen vom Wettbewerb abheben können“, so Christoph Kull, Vice President und Managing Director Adobe Central Europe.

In mehreren europäischen Ländern klafft jedoch nach wie vor eine erhebliche Lücke zwischen den Ambitionen und den tatsächlichen Fähigkeiten im Bereich des Customer Experience Managements (CEM). Nur eine von 20 Marken aus Deutschland (6 Prozent) würde ihre CX-Entwicklung als „sehr weit fortgeschritten“ bezeichnen. Damit liegt Deutschland auf einem Level mit Skandinavien (6 Prozent) und Großbritannien (5 Prozent). Französische Marken sind in Europa führend, wenn es um die CX-Reife geht: 16 Prozent der französischen Marken sind der festen Überzeugung, dass ihre Strategie und Technologie auf das Kundenerlebnis ausgerichtet ist, vor Italien mit 12 Prozent.

Marken, die diese Reifegradlücke schließen wollen, müssen über einzelne Technologien oder Initiativen hinausgehen und sich auf die Schaffung einer ganzheitlichen Organisationsstruktur und -kultur konzentrieren, in der die Kunden an erster Stelle stehen.

Eine wichtige Aufgabe in 2020: Talente gewinnen und an sich binden

Die richtigen Mitarbeiter im Team zu haben, wird für Marken entscheidend sein, wenn sie ihren CX-Fokus in 2020 weiter schärfen wollen. Die Jagd nach Top-Talenten erweist sich jedoch für viele als wahre Herausforderung: Nahezu jedes fünfte

Marken mit CX-Fokus übertreffen ihre Geschäftsziele mit drei Mal so hoher Wahrscheinlichkeit

deutsche CX-Unternehmen (17 Prozent) sieht in der Gewinnung und Bindung von Talenten in CX-bezogenen Bereichen eine der wichtigsten Aufgaben in 2020. Europaweit ist mehr als jede vierte Marke (29 Prozent) davon überzeugt, dass sie durch den Fachkräftemangel im digitalen Bereich daran gehindert werden, erfolgreiche digitale Kundenerlebnisse zu schaffen. Um die digitale Kompetenzlücke zu schließen, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz (KI) und des maschinellen Lernens (ML), müssen Marken einen agilen Ansatz für die Weiterbildung verfolgen, der sich an einer langfristigen Geschäftsstrategie orientiert, von oben nach unten fließt und sich über die gesamte Organisation erstreckt.

KI unterstützt bei der Optimierung und Personalisierung

Die Nachfrage der deutschen Unternehmen nach KI und ML nimmt auch 2020 weiter zu. 26 Prozent planen für dieses Jahr Investitionen in KI oder ML. Kein Wunder: Marken, die sich der Automatisierung verschrieben haben, besitzen einen klaren Geschäftsvorteil. Durch die Fähigkeit, intelligente, auf den einzelnen Konsumenten zugeschnittene Entscheidungen in Echtzeit zu treffen, werden sie näher an ihren Kunden sein als je zuvor.

Rund jedes fünfte deutsche Unternehmen (18 Prozent) sieht insbesondere im Targeting und der Personalisierung seinen Hauptschwerpunkt für 2020 (Skandinavien: 34 Prozent, Großbritannien: 33 Prozent, Frankreich: 25 Prozent). Für 15 Prozent hat datengesteuertes Marketing, das sich auf den Kunden konzentriert, oberste Priorität (GB: 21 Prozent, Frankreich: 11 Prozent). Diese Ergebnisse deuten einmal mehr darauf hin, dass das Engagement für die Automatisierung in 2020 weiter wachsen wird.

Über die Studie

Die „Adobe Digital Trends 2020“ ist bereits die zehnte Trend-Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Econsultancy im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen dieser jährlichen Studie wurden im November 2019 weltweit rund 13.000 Fachleute aus den Bereichen Marketing, Werbung, E-Commerce, Creative und Technologie befragt. Davon 55 Prozent auf Kunden- und 45 Prozent auf Anbieterseite, einschließlich Agenturvermarkter, Berater und Mitarbeiter von Technologieanbietern oder anderen Dienstleistern. 5.808 Befragte stammen aus Europa, rund 580 aus Deutschland.

Nützliche Links

- [Adobe Digital Trends 2020 Europa](#)
- [Adobe Digital Trends 2020 Global](#)

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