

Adobe und ServiceNow geben weltweite Integrationspartnerschaft bekannt

Daten und digitale Workflows ermöglichen nahtlose Zusammenarbeit von Marketing- und Kundenservice-Teams

München, 05. Mai 2020 — Adobe und ServiceNow geben im Rahmen der Knowledge 2020 Digital Experience, der jährlichen User-Konferenz von ServiceNow, ihre Integrationspartnerschaft bekannt. Die branchenweit erste Lösung verbindet Daten aus der Adobe Experience Platform mit dem Customer Service Management von ServiceNow für noch nahtlosere, vernetztere Kundenerlebnisse sowie eine 360°-Ansicht jedes einzelnen Kunden. In der heutigen Experience Economy ist das entscheidend: Unternehmen, deren Marketing- und Kundenservice-Teams datengetrieben und mit einem starken Fokus auf den Kunden arbeiten, haben einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Die Integration erweitert Adobes Echtzeit-Kundenprofile um aussagekräftige Kundendaten und ermöglicht nahtlose Workflows sowie personalisierte Kundenerlebnisse über alle Touchpoints hinweg. Zudem profitieren Marken durch die Integration von ServiceNow und [Adobe Experience Manager](#) von einer optimalen Betreuung ihrer Kunden durch den Kundenservice.

„Die Kundendienstteams sehen sich heute mit einem noch nie dagewesenen Ausmaß an Kundenanfragen konfrontiert. Dies schafft eine Dringlichkeit von End-to-End-Kundenservice-Lösungen über alle Kanäle, die einen vollständigen Überblick über jeden Kunden bieten“, so Farrell Hope, Senior Vice President of Customer Workflows bei ServiceNow. „Zusammen mit Adobe ermöglicht ServiceNow Unternehmen und Organisationen einen besseren Zugang zu wichtigen Kundeninformationen und eine stärkere Kundenbindung.“

„Als führendes Unternehmen für intelligente Transformation versteht Lenovo, dass dies eine organisationsübergreifende Anstrengung sein muss“, erklärt Paul Walsh, Global Chief Digital Officer bei Lenovo. „Wir freuen uns darauf, unsere Marketing- und Kundenservice-Strategie mithilfe von Adobe und ServiceNow neu auszurichten und unseren Kunden mit intelligenten, datengetriebenen und kontextbezogenen Inhalten noch relevanter ansprechen zu können.“

„Adobes Mission, die Welt durch digitale Experiences zu verändern, war noch nie so relevant wie heute“, so Amit Ahuja, Vice President, Ecosystem Development bei Adobe. „Gemeinsam ermöglichen Adobe und ServiceNow ihren Kunden eine 360°-Ansicht jedes einzelnen Kunden – für herausragende Kundenerlebnisse, die zu einem höheren Engagement und letztlich zu einem größeren Geschäftserfolg führen.“

Unternehmen müssen jetzt Haltung zeigen und ihre Kunden bestmöglich unterstützen. Denn wie Marken angesichts der aktuellen Krise handeln, wird die Beziehung zu ihren Kunden in den nächsten Jahren maßgeblich prägen. Dazu zählen auch hochwertige, relevante Kundenerlebnisse. Viele Marken bleiben jedoch hinter den Erwartungen ihrer Kunden zurück, da sie durch veraltete Systeme ausgebremst werden. Durch die Integration von Adobe und ServiceNow können Unternehmen jetzt handeln und ihre Customer Experience optimieren:

- **Kontext vertieft Markenloyalität:** Interne Datensilos stellen Unternehmen in der Interaktion mit Kunden vor Herausforderungen. Customer Experience Integration reißt diese Barrieren ein, indem Marketing- und Service-Teams direkt über digitale Workflows verbunden werden. Wendet sich ein Kunde mit einem Anliegen oder einer Anfrage an den Kundenservice, haben die Mitarbeiter dort automatisch einen vollständigen Überblick über alle vergangenen Interaktionen – das schließt sowohl gekaufte Produkte oder Services als auch die letzten Kontakte mit der Marke ein. Kunden profitieren so von einer persönlicheren, nahtlosen Customer Experience.
- **Wertvolle Insights für personalisierte Erlebnisse:** Die Customer Journey gibt Marken Aufschluss über die Bedürfnisse ihrer Kunden. Erstklassige Kundenerlebnisse setzen deshalb voraus, dass Unternehmen die Customer Journey jedes einzelnen Kunden genau nachvollziehen können. Mithilfe der Adobe Experience Platform und der ServiceNow-Lösung

Adobe and ServiceNow Announce Global Availability of Integration

für das Kundenservice-Management können Marken die Zusammenarbeit zwischen den Teams optimieren, indem sie die Daten aller Touchpoints akkumulieren und mit sämtliche Interaktionen mit dem Kundenservice verbinden – so verdichten sich Daten zu detaillierten Echtzeit-Kundenprofilen in der Adobe Experience Platform.

- **Herausragende Kundenerlebnisse:** Eine gelungene Customer Experience antizipiert die Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden. Mit ServiceNow erhalten Unternehmen einen genauen Überblick, welche Produkte und Dienstleistungen ein Kunde bereits nutzt und können ihn darauf aufbauend mit noch personalisierteren Angeboten ansprechen. In Verbindung mit Adobe Experience Manager können Marken ihren Kunden eine Customer Experience anbieten, die stets auf ihre aktuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist – egal an welchem Punkt der Customer Journey sie sich gerade befinden.

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 Manager](#)

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

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