

# Adobe führt KI-Dienste zur Stärkung des Digital Business ein

**München, 14. Mai 2020** — Mit neuen „intelligenten Services“ unterstützt Adobe Marken zukünftig bei der Bewältigung von Herausforderungen im Bereich der künstlichen Intelligenz, darunter mangelndes KI-Fachwissen, komplexe Implementierungen und ein verschärftes regulatorisches Umfeld.

Die neuen KI-gestützten Funktionen sind in Adobe Experience Platform eingebettet. Durch Adobe Sensei, dem Framework für KI und maschinelles Lernen von Adobe, unterstützen die intelligenten Services Marken beispielsweise darin, unstrukturierte Daten zu vereinheitlichen, für die Analyse aufzubereiten und wertvolle Insights zu generieren. Dies verkürzt die zeitintensive Aufgabe der Datenbereinigung deutlich. Zudem stellt die Governance-Funktion automatisch sicher, dass Branchenvorschriften und Unternehmensrichtlinien streng eingehalten werden. Darüber hinaus können die intelligenten Services über ein Self Service Interface auf die individuellen Ansprüche im Bereich Customer Experience Management (CXM) von Marketingteams angepasst werden.

Die Visual-Computing-Firma NVIDIA, einer der ersten Nutzer der intelligenten Services, setzt bereits auf Attribution AI, um die Effektivität ihrer Marketingprogramme zu messen. Auf Basis der gewonnenen Insights konnte das Unternehmen im Rahmen seiner Kampagnen fünf Mal mehr bezahlte Registrierungen verzeichnen als zuvor. Mithilfe von Customer AI erhält NVIDIA zudem detaillierte Einblicke in die Bedürfnisse seiner Kunden und kann personalisierten Content für jene Gruppe bereitstellen, die ihren Dienst wahrscheinlich wieder verlassen würden. Zudem konnte das Unternehmen beispielsweise anhand von Journey AI den optimalen Zeitpunkt für das Aussenden seines Newsletters bestimmen. Mit Erfolg: Die Öffnungsrate stieg um 14 Prozent.

„KI leistet schon heute einen wichtigen Beitrag für die Customer Experience. Trotzdem rufen noch nicht alle Marken das volle Potential der Technologien ab“, erklärt Steve Allison, Head of Product Marketing, Audience and Platform Technologies, EMEA. „Unsere neuen intelligenten Services ermöglichen es Marken, ihre Daten gezielt zu analysieren und statistische Insights für relevante, nahtlose Kundenerlebnisse zu gewinnen. Ihre zentrale Einbettung in die Adobe Experience Platform ermöglicht es Marketing-Teams, Änderungen einfach umzusetzen und schneller live gehen zu können.“

Zu den neuen Intelligent Services auf der Adobe Experience Platform gehören:

- **Customer AI:** Bisher fehlen Marken oft die nötigen Ressourcen, um das volle Potential ihrer Daten zu nutzen und die Handlungen ihrer Kunden besser zu verstehen. Customer AI ermöglicht es, sowohl historische als auch Echtzeitdaten im gesamten Unternehmen zu analysieren und Tendenzen – etwa für Fluktuation oder Conversions – zu ermitteln. Abonnement-Anbieter können so beispielsweise erkennen, welches Nutzersegment sein Abonnement aus Preisgründen kündigt und mit gezielten Werbeaktionen dagegen steuern.
- **Attribution AI:** Marketer müssen eine Vielzahl an Touchpoints (z. B. Web, E-Mails, soziale Netzwerke) im Blick behalten – das kostet nicht nur Zeit, sondern auch Ressourcen. Basierend auf einem fortschrittlichen Ansatz ermöglicht Attribution AI Marketingteams, die inkrementelle Wirkung jedes einzelnen Touchpoints zu quantifizieren. So lässt sich die tatsächliche Marketingeffektivität messen und Budget gezielter einsetzen. Attribution AI bietet einen neuen Analyseansatz, indem traditionelle regelbasierte Methoden, die dem ersten Touchpoint, etwa dem Besuch der Website, sowie dem letzten Touchpoint – dem Kauf – zu viel Gewicht beimessen und das Ergebnis so verzerren.
- **Journey AI (Beta):** Selbst treue Kunden verlieren die Geduld, wenn sie mit zu vielen Marketingbotschaften bombardiert werden. Gerade weil die Zahl der Kommunikationskanäle stetig weiterwächst, ist das Wissen um den idealen Zeitpunkt für die Kundenansprache essentiell. Journey AI unterstützt Marken darin, Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt auf dem richtigen Kanal und mit der optimalen Frequenz anzusprechen. Dazu gehört auch, zu erkennen, wenn Kunden genervt auf eine zu hohe Kommunikationsfrequenz reagieren. Der Fatigue Score reduziert die Ansprachehäufigkeit deshalb automatisch, um keine Kunden zu verlieren. Ein Retailer kann dies beispielsweise im Vorfeld des Saisongeschäfts gezielt einsetzen.
- **Content & Commerce AI (in Beta):** Marken haben sich die Idee zu eigen gemacht, dass kreativer Content auch automatisch gut performt. Content & Commerce AI gibt Aufschluss zu Variablen wie Farben oder Themen, die die Content Performance verbessern können, gleichzeitig kennzeichnet der smarte Service automatisch Assets, mit denen Marken Inhalte effizienter erstellen können. Auf der E-Commerce-Seite können zudem automatisierte Produktempfehlungen auf Grundlage von Echtzeitsignalen und Benutzerpräferenzen bereitgestellt werden.

- **Leads AI (Beta):** B2B-Marketer stehen vor einzigartigen Herausforderungen, sowohl neue als auch bestehende Kunden gezielt anzusprechen. Lange Verkaufszyklen machen es schwierig, die Auswirkungen des laufenden Marketings zu erkennen und festzustellen, an welchem Punkt der Customer Journey sich der Kunde gerade befindet. Mithilfe von Leads AI können Marken über Behavioural Signals in Echtzeit vorhersagen, welche Kunden mit hoher Wahrscheinlichkeit konvertieren werden. So kann ein Anbieter von Unternehmenssoftware beispielsweise maßgeschneiderte, personalisierte Kampagnen ausspielen.

Adobe setzt auch intern erfolgreich auf die intelligenten Services. Diese bilden die Grundlage für das Daten-getriebene Betriebsmodell ("DDOM"), ein Framework, das die Transformation von einer Box-Software zur Cloud vorangetrieben hat. Über die Services werden zudem täglich mehr als 1,5 Milliarden Propensity Scores erstellt. Diese analysieren die Wahrscheinlichkeit verschiedener Verhaltensweisen, beispielsweise, dass ein Kunde sein Abonnement kündigen wird und generieren bis zu fünf Mal wertvollere Zielgruppen.

### 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 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

**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>