



Pressekontakt
Martin Moschek
Communications Manager, Central Europe
ADOBE SYSTEMS GmbH

Christina Euripides
FAKTOR 3 AG
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>

NEWS

Adobe Experience Cloud treibt die Personalisierung für Tausende globale Marken voran

Als einzige offene und erweiterbare Plattform der Branche ermöglicht Adobe Experience Platform führenden Unternehmen erfolgreiche Echtzeit-Personalisierung im großen Stil.

München — 26. April 2021 — Führende Marken wie The Coca-Cola Company, Hilton, The Home Depot, Panera Bread, ServiceNow und Sony Interactive Entertainment setzen ab sofort auf [Adobe Experience Platform](#), um ihre digitale Erlebnisstrategie voranzutreiben. Im Fokus der Marken aus der Digital-First-Economy stehen dabei vor allem die sprunghaft steigenden Datenmengen, die aus ihren wachsenden Investitionen in digitale Kundenerlebnisse resultieren und mit Adobe Experience Platform zur Optimierung ihrer digitalen Kundenbeziehungen zum Einsatz gebracht werden sollen.

Als branchenweit einzige offene und erweiterbare Plattform für Unternehmen ermöglicht Adobe Experience Platform den Marken, große Datenmengen in Echtzeit zu vereinheitlichen und so relevante Kundeninformationen direkt für die Personalisierung in großem Stil zu nutzen. Mit Adobe sind sie künftig in der Lage, vollständigere Kundenprofile zu erstellen, einen kompletten Überblick über die gesamte Customer Journey zu erhalten und KI und maschinelles Lernen zu nutzen, um ihren Kund:innen personalisierte Erlebnisse bereitzustellen. Adobe Experience Platform verarbeitet hierfür inzwischen durchschnittlich über 17 Billionen Segmentauswertungen pro Tag in ihren Anwendungen und Services.

„Innerhalb nur eines Jahres mussten Unternehmen von heute auf morgen zu einem Digital-First-Unternehmen werden“, so Anil Chakravarthy, Executive Vice President und General Manager, Digital Experience Business and Worldwide Field Operations, Adobe. „Adobe Experience Platform ist die einzige Unternehmensplattform, die Inhalte, Daten und KI zusammenführt, um Customer Experience Management Realität werden zu lassen.“

„Die Investition in Customer-Experience-Technologien wie Adobe Experience Platform ist für jede Marke unerlässlich, die digital wachsen und skalieren möchte“, so David Wallace, Research Director, Customer Intelligence and Analytics bei IDC. „Bei der Suche nach dem richtigen Partner für die heutige Digital-First-Ökonomie ist die Priorisierung des

Adobe Experience Cloud treibt die Personalisierung für Tausende globale Marken voran

Kundendatenmanagements von entscheidender Bedeutung. Ohne sie ist die Bereitstellung überzeugender und personalisierter Kundenerlebnisse in Echtzeit nahezu unmöglich.“

Folgende Marken setzen ab sofort auf Adobe Experience Platform:

- **ServiceNow** investiert in Adobe Experience Platform, um ein besseres B2B-Kundenerlebnis zu schaffen. Als Daten-Backbone von ServiceNow trägt Adobe Experience Platform dazu bei, dem Unternehmen eine umfassendere Sicht auf ihre Kund:innen zu verschaffen. Hierzu führt die Adobe Plattform disparate Datensätze zusammen und versetzt ServiceNow so in die Lage, seine Kund:innen besser zu verstehen und Customer Journeys in großem Stil nachzuverfolgen. Auf diese Weise kann ServiceNow seinen fast 7.000 Unternehmenskund:innen ansprechende Erlebnisse und relevante Interaktionen über alle Touchpoints hinweg bieten, inklusive der Website ServiceNow.com und maßgeschneiderte E-Mails.
- **Panera Bread** führt während der Pandemie neue Kundenservices ein, darunter Lebensmittelservices, kontaktlose Lieferung und eine Initiative zur Bekämpfung des Hungers. Während sich die Wirtschaft wieder breiter aufstellt, übernimmt das Unternehmen die Führung bei der Neudefinition von Fast Casual Dining. Panera nutzt Adobe Experience Platform, um Daten zu aktivieren und das Versprechen der Echtzeit-Personalisierung im großen Stil für Millionen von Kund:innen zu erfüllen. Dazu gehört auch die genaue Erfassung des Kundenverhaltens auf der Panera-Website, in der Mobile App, an den Kiosken in den Filialen und in Marketingkanälen wie E-Mail. Gleichzeitig integriert das Unternehmen ein Kundenbindungsprogramm mit über 40 Millionen Mitgliedern.
- **BJ's Wholesale Club** ist ein führender Betreiber von Membership Warehouse Clubs im Osten der USA, der eine zusammenhängende Sicht auf die gesamte Member Journey über alle Touchpoints hinweg bietet. In 2020 hat BJ neue Mitglieder in Rekordhöhe gewonnen. Auf diesen Erfolg wird BJ weiter aufbauen, indem es durch die Nutzung von Echtzeit-Erkenntnissen ein verbessertes Einkaufserlebnis mit personalisierten Inhalten schafft und somit seine Mitglieder dort erreicht, wo sie sich befinden.
- **EY** arbeitet mit Adobe zusammen, um eine Kundendatenplattform der nächsten Generation bereitzustellen. Mit ihr möchte das Unternehmen die digitalen Erlebnisse seiner vielfältigen, globalen Kunden neu gestalten. Die Kombination der Adobe Experience Platform mit den Erkenntnissen der EY-Consulting-Teams ermöglicht es EY, Daten mittels verschiedener Quellen zu verknüpfen. Auf diese Weise gewinnt das Unternehmen eine konsistente, ganzheitliche Sicht auf die Kund:in auf individueller und auf Kontoebene, um in jeder Phase der Customer Journey überzeugende, personalisierte Erlebnisse zu bieten.
- Die **TSB Bank** in Großbritannien arbeitet mit Adobe zusammen, um neue digitale Dienste zu unterstützen. Sie sollen den Kund:innen und kleinen Unternehmen dabei helfen, ihre Finanzen besser zu navigieren und zu verwalten. Mit Adobe Experience Platform kann die TSB Bank ihren Kund:innen auf individueller Ebene über ihre bevorzugten Kanäle (online, mobil, telefonisch oder in der Filiale) zur Seite stehen. Dazu gehören Optionen wie die Einrichtung von Lastschriften zur Verwaltung von Rechnungen oder die Begleitung einer:r's neuen Kund:in durch den Onboarding-Prozess. Mit 7,5 Millionen persönlichen und geschäftlichen Profilen, die in der zentralen TSB-Plattform zugänglich sind, kann die Bank künftig in Echtzeit auf Daten reagieren, um ihre Kund:innen besser zu bedienen.
- **Henkel**, ein weltweit führendes Unternehmen in den Bereichen Beauty Care, Laundry & Home Care und Adhesive Technologies mit Marken wie Schwarzkopf, Persil und Loctite – geht eine strategische Partnerschaft mit Adobe ein, um den digitalen Handel zu fördern und gemeinsam digitale Geschäftsinnovationen zu entwickeln. Henkel wird Adobe Experience Platform für eine Vielzahl von D2C-, B2C- und B2B-Geschäftsmodellen nutzen, um Konsument:innen und Kund:innen über alle Online- und Offline-Kanäle hinweg ein hochwertiges und personalisiertes Erlebnis zu bieten.

Adobe Experience Cloud treibt die Personalisierung für Tausende globale Marken voran

Weitere Marken wie Change Healthcare, DXC, T. Rowe Price, Thermo Fisher Scientific, [Pitney Bowes](#), Relevent Sports, Signify, Sisal, Stena Line, Tourism Australia and Tabcorp setzen ebenfalls auf die Anwendungen und verschiedenen Services von Adobe Experience Platform.

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.

###

© 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.