



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 erreicht wichtigen Meilenstein bei der Einführung von KI-Funktionen in Adobe Experience Cloud

München — 21. September 2021 — Adobe hat heute bekannt gegeben, dass mehr als 80 Prozent der [Adobe Experience Cloud](#)-Kund:innen in den führenden Anwendungen des Unternehmens auf KI-Funktionen setzen, um ihre digitale Modernisierung voranzutreiben. [Adobe Sensei](#), die KI- und ML-Technologie von Adobe, ermöglicht intelligente Dienste, die einfach im gesamten Unternehmen eingesetzt werden können, um großartige Kund:innenerlebnisse zu schaffen. Die Anwendung konzentriert sich auf die Lösung von Herausforderungen im Bereich digitaler Erlebnisse. Dafür unterstützt es die menschliche Kreativität und Intelligenz, um Marken bei der Erstellung und Gestaltung optimierter Inhalte, der Beschleunigung von Geschäftsprozessen sowie der Personalisierung von Kund:innenerlebnissen zu helfen.

Sensei-basierte Funktionen sind in den Enterprise-Anwendungen von Adobe integriert, während zusätzliche KI-as-a-Service-Funktionen über die Adobe Experience Plattform abgerufen werden können. Die schlüsselfertigen Lösungen von Adobe können von Vermarkter:innen, Content-Strateg:innen und Business-Analyst:innen in Marketing- und IT-Organisationen einfach implementiert werden, um personalisierte Erlebnisse in großem Umfang und in Echtzeit optimiert bereitzustellen.

Dazu gehören zum einen die Entwicklung und Bereitstellung zeitnaher kanalübergreifender Kampagnen, die Fähigkeit, Einflussfaktoren hinter bestimmten Kund:innenverhaltensweisen besser zu verstehen, sowie die Antizipation der nächsten Kund:inneninteraktion. Darüber hinaus intelligente Produktempfehlungen für den E-Commerce, die schnelle Erstellung produktionsreifer Qualitätsinhalte und die Möglichkeit, den Marketingeffekt von Touchpoints entlang der Customer Journey zu quantifizieren.

„Die größten Herausforderungen für Unternehmen im Zusammenhang mit KI bestehen darin, die besten Anwendungsfälle zu identifizieren und dann die Algorithmen und Datenfeeds entsprechend einzurichten, zu

Adobe erreicht wichtigen Meilenstein bei der Einführung von KI-Funktionen in Adobe Experience Cloud

implementieren und zu verwalten", so Gerry Murray, Research Director, Marketing and Sales Technology, IDC. „Adobe vereinfacht dies durch die Einbettung von KI- und ML-Funktionen über Adobe Sensei in Experience Cloud-Anwendungen, die es Marketern und Data Scientists ermöglichen, in kurzer Zeit überzeugende Kund:innenerlebnisse verfügbar zu machen, die aus Verhaltensmustern lernen und sich im Laufe der Zeit daran anpassen.“

Neue Modelle für die Marketing-Budget-Zuweisung

Ein Hindernis, mit dem sich Marken heute konfrontiert sehen, ist die genaue Vorhersage, wie Budgets am intelligentesten zugewiesen werden können, um eine Vielzahl von Marketinginitiativen zu unterstützen. Während der historische Kontext für zukünftige Strategien von unschätzbarem Wert sein kann, müssen Unternehmen auch in der Lage sein, schnell zu handeln und ihre Strategien in einer Zeit digitaler Beschleunigung rasch weiterzuentwickeln. Mit der neuen Marketing Mix Modeling-Funktion, die auf Adobe Sensei basiert, können Unternehmen ihre Budgetzuweisungen für Online- und Offline-Kanäle genau prognostizieren, um ihre Geschäftsziele zu erreichen. Darüber hinaus können die voraussehbaren Erkenntnisse mit historischen Leistungsdaten kombiniert werden, die von [Adobes KI-Dienst „Attribution“](#) gesammelt wurden. Das hilft Marketern, die zusätzliche Wirkung bestimmter Marketing-Touchpoints zu quantifizieren und eine zusammenhängende und umfassende Bewertung zur Optimierung der Marketingausgaben zu liefern.

Bekannte Marken, die von Adobe Sensei profitieren:

- **Prada.** Ein engagiertes Data Scientists Team bei der Prada Group nutzt die von Adobe Sensei unterstützten Funktionen von Adobe Experience Cloud, um tiefere und umfassendere Kund:inneneinblicke zu gewinnen und schneller hochwertige Inhalte bereitzustellen.
- **Swisscom** hat mit Adobe Experience Cloud eine leistungsstarke Plattform entwickelt, die es ihnen ermöglicht, Erlebnisse zu entwickeln, Einblicke in Kund:innenbedürfnisse zu gewinnen und Customer Journeys für einzelnen Kund:innen individuell zu gestalten. Die fortschrittlichen Funktionen von Adobe Sensei haben der digitalen Plattform von Swisscom ein massives Upgrade verschafft, indem sie neue Muster und Möglichkeiten identifizieren und Prozesse automatisieren, um mit weniger Aufwand größere Erträge zu erzielen.
- **NVIDIA** nutzt Sensei-basierte Funktionen zur Erstellung von Data-Science-Modellen, die schnell und flexibel eingesetzt werden können. Als das Marketingteam damit beauftragt wurde, die Zahl der Veranstaltungsanmeldungen zu erhöhen, nutzten sie „Attribution AI“, um die Effektivität früherer Marketinginvestitionen in allen digitalen Kanälen zu ermitteln. Auf der Grundlage der Analyse wurde die bezahlte Suche optimiert, was zu einer 500-prozentigen Steigerung der bezahlten Anmeldungen führte.
- **Esri** hat auf Sensei-gestützte Funktionen gesetzt, um den ROI für Vertrieb und Marketing zu steigern. Durch die Kombination von Customer AI mit Adobe Analytics konnte Esri prädiktive Erkenntnisse über ihre Kund:innen auf individueller Ebene gewinnen und Marketingbotschaften auf diejenigen zuschneiden, bei denen die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs am höchsten ist. Das führte zu einer 300 Prozent höheren Konversionsrate.
- **Under Armour** verlässt sich auf die Sensei-Funktionen in Adobe Experience Manager Assets, um die Verwaltung digitaler Inhalte zu skalieren und die Zusammenarbeit zu beschleunigen. Vor der Einführung von Adobe war die Kennzeichnung digitaler Assets ein manueller und mühsamer Prozess, der nur schwer zu bewältigen war. Mit der von Sensei unterstützten Smart-Tags-Funktion konnte Under Armour die Kennzeichnung von Millionen von Assets automatisieren und optimieren, um den Zugriff auf und die Verwaltung von Inhalten zu verbessern, die von internen Teams und Großhandelspartner:innen genutzt werden.
- **Pitney Bowes** nutzt Adobe Experience Cloud-Anwendungen, um das Angebot an Versand-, Post-, Logistik- und Finanzdienstleistungen über mehrere Länder hinweg zu erweitern. Adobe Analytics wendet KI und ML auf

Adobe erreicht wichtigen Meilenstein bei der Einführung von KI-Funktionen in Adobe Experience Cloud

Echtzeit-Kund:innendaten über mehrere Marketing-Kanäle hinweg an, um gemeinsame Muster zu finden und zukünftiges Kund:innenverhalten vorherzusagen. Vor der Implementierung von Experience Cloud mussten beispielsweise mehr als 30 Anomalien bei Kund:innenbestellungen pro Tag manuell von zwei oder mehr Business-Analyst:innen überprüft werden, um das Problem zu beheben. Durch die automatische Erkennung von Unregelmäßigkeiten in Adobe Analytics, konnte der Bedarf an manueller Überprüfung auf eine einzige Fehlermeldung pro Woche reduziert werden, sodass die Analyst:innen heute mehr Zeit für relevantere Aufgaben haben.

Weitere Informationen zu Adobe Sensei findet ihr [hier](#).

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.

###