



Pressekontakt

Martin Moschek
Head of Communications, 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>

Neue Adobe Experience Cloud-Tools ermöglichen Einzelhändler:innen die Personalisierung von Filial- und Online-Erlebnissen

Kund:innen setzen auf ihre individuellen Bedürfnisse und Interessen zugeschnittene Einkaufserlebnisse heute voraus – Personalisierung at scale wird für Einzelhändler:innen jetzt Pflicht

München - 18. Januar 2022 – Die neuen Adobe Experience Cloud-Tools ermöglichen es Einzelhändler:innen, personalisierte Einkaufserlebnisse sowohl im Laden als auch online anbieten zu können. Die Produktinnovationen ermöglichen nahtlose, flexible Zahlungsoptionen und erlauben es Einzelhändler:innen über Mobilgeräte mit Konsument:innen in Kontakt zu treten und ihnen nahtlose Erlebnisse vom Stöbern bis zum Kauf anzubieten.

Onlineshopping hat in der vergangenen Feiertagssaison einen Rekordumsatz erzielt, immer mehr Konsument:innen ziehen das bequeme und flexible Einkaufen der traditionellen Filiale vor. Die Gründe liegen auf der Hand, bieten alternative Zahlungsoptionen wie „Buy Now, Pay Later“-Dienste (BNPL) doch einen deutlich größeren Spielraum. Mit Angeboten wie Click & Collect oder In-Store-Fulfillment-Optionen bieten Filialen jedoch ihren ganz eigenen Vorteil.

„Einzelhändler:innen können mit konsistenten, personalisierte Einkaufserlebnissen die Kund:innenbindung erhöhen. Nahtlose Online- und Filialeinkäufe sind ein entscheidender Wettbewerbsvorteil“, so Tory Brunner, Senior Director, Product Marketing, Adobe. „Werden digitale Erlebnisse auf die persönlichen Präferenzen der Kund:innen abgestimmt, können Einzelhändler:innen Konsument:innen gezielt ansprechen.“

Zu den neuen Tools für Einzelhändler:innen in Adobe Experience Cloud gehören:

Personalisierte Einkaufserlebnisse sowohl im Geschäft als auch online

Mit der neuen Funktion „Same Page Enhanced Personalisation“ von [Adobe Target](#) können Einzelhändler:innen Off- und Online-Interaktionen zusammenführen und in Echtzeit in der auf Adobe Experience Platform basierenden [Adobe Real-Time Customer Data Platform \(CDP\)](#) analysieren, um personalisierte Kund:innen-erlebnisse at scale anbieten zu können. Einheitliche Kund:innenprofile ermöglichen relevante Produktempfehlungen auf Grundlage der letzten Einkäufe sowie gezielte Rabatte für Produkte, mit denen Einkäufer:innen gerade liebäugeln.

Mit nahtlosen, flexiblen Zahlungsmöglichkeiten punkten



Auch in puncto Bezahlungsmöglichkeiten erwarten Kund:innen heute mehr Flexibilität. Mit der vollständig integrierten Zahlungslösung [Payment Services für Adobe Commerce](#) können Einzelhändler:innen die Zahlungs- und Bestelldaten jedes Shops an einem Ort sicher verwalten. Gängige Zahlungsmethoden wie Kredit- und Debitkarten, PayPal und Venmo bieten Kund:innen auch im Shop eine breite Auswahl an Bezahloptionen.

Mit Kund:innen über Smartphone in Kontakt treten

Die jetzt in [Adobe Journey Optimizer](#) auf Basis der Adobe Experience Platform verfügbaren neuen Mobile-Messaging-Funktionen ermöglichen es Einzelhändler:innen, Kund:innen in Echtzeit entweder in der App, über Push-Benachrichtigungen oder Textnachrichten anzusprechen. Mit Adobe Journey Optimizer können Einzelhändler:innen Einkaufserlebnisse optimieren, unabhängig davon, ob es sich um physische, digitale oder hybride Angebote handelt. Mit standortbasierten Triggern können Einzelhändler:innen ihre Kund:innen beispielsweise per Push-Benachrichtigung darüber informieren, in welchem Gang sich ihr Lieblingsshampoo befindet und ihnen so Zeit sparen.

Nahtlose Erlebnisse vom Stöbern bis zum Kauf

Mit Adobe Experience Manager-Authoring-Funktionen für PWA Studio können Einzelhändler:innen zudem ab sofort die Inhalte von Adobe Experience Manager-Sites über Adobe Commerce PWA Studio bearbeiten. Die Integration zwischen Adobe Experience Manager und Commerce stellt sicher, dass Marken nahtlose Erlebnisse vom Stöbern bis zum Kauf anbieten können. So können Einzelhändler:innen entlang der gesamten Customer Journey mit App-ähnlichen Shoppingerlebnissen auf mobilen und Desktop-Geräten punkten und die Kund:innenbindung sowie die Konversionsrate zu steigern.

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.

###

© 2021 Adobe Inc. Alle Rechte vorbehalten. Adobe und das Adobe-Logo sind entweder eingetragene Marken oder Marken von Adobe in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.