

NEWS

#AdobeSummit #MSFT

Adobe und Microsoft erweitern ihre globale Partnerschaft nach China

Starke Dynamik mit führenden Marken & vertiefende Integration der Unternehmensplattform

Las Vegas / München, 26. März 2018 – Adobe und [Microsoft](#) bauen ihre globale Partnerschaft weiter aus. Dies gaben die Unternehmen heute auf dem dem Adobe Summit 2018 bekannt. In Las Vegas kündigten sie die Expansion ihrer im September 2016 gestarteten Partnerschaft nach China an, um globale Marken zukünftig dabei zu unterstützen, auch in diesem wichtigen und wachsenden Markt personalisierte Erlebnisse über alle Kundenkontaktpunkte hinweg anzubieten. Mehr als 60 globale Marken nutzen bereits erste gemeinsame Lösungen, darunter u. a. 24 Hour Fitness, AAA Northeast, Avianca, National Center of Missing and Exploited Children und W.B. Mason. Darüber hinaus präsentierten Adobe und Microsoft die Integration zahlreicher nativer Technologien zwischen Adobe Experience Manager und Microsoft Azure, Adobe Campaign und Microsoft Dynamics 365 sowie Adobe Analytics und Microsoft Power BI.

Die Ausweitung der Partnerschaft auf China ermöglicht die weltweite Verfügbarkeit der Adobe Experience Cloud. Adobe Experience Cloud läuft auf Microsoft Azure, das von 21 Vianet – einem führenden Carrier-neutralen Cloud-Anbieter – betrieben wird. Adobe und Microsoft werden mit globalen Marken zusammenarbeiten, um sie bei der Konzeption und Implementierung ihrer integrierten Lösungen zu unterstützen.

Ausbau nativer Integrationen

Zu den neuen nativen Technologie-Integrationen von Adobe und Microsoft gehört u. a. der Adobe Experience Manager Sites Managed Service, der auf [Microsoft Azure](#) läuft und Unternehmen bei der Bereitstellung personalisierter Web-Erlebnisse unterstützt. Die Integration von Adobe Campaign und [Microsoft Dynamics 365](#) ermöglicht es Unternehmen, Kunden-Insights zu sammeln und eine einheitliche Sicht auf den Kunden zu gewinnen, die für die Personalisierung von Erlebnissen an sämtlichen Marketing-Kontaktpunkten genutzt werden kann. Die Integration von Adobe Analytics und [Microsoft Power BI](#) versetzt Marken in die Lage, Daten in Power BI zu integrieren, um die Wirkung von Kampagnen für alle Zielgruppen zu visualisieren.

Adobe und Microsoft werden ihre jeweiligen Datenmodelle – Adobe XDM „Experience Data Model“ und Microsoft CDM „Common Data Model“ – in ein Standard-Datenmodell integrieren, das die Sprache für Marketing-, Vertriebs- und Servicedaten definiert und vereinheitlicht. Das Standarddatenmodell gleicht große Datenmengen innerhalb eines Unternehmens ab, um vollständigere Kundenprofile zu entwickeln, und macht den Aufbau und die ständige Aktualisierung von Verbindungen zwischen Systemen überflüssig.



#Adobe und #Microsoft erweitern ihre globale Partnerschaft nach #China www.adobe.ly/2HRHMMC
#AdobeSummit



Adobe und Microsoft bauen ihre globale Partnerschaft weiter aus. Dies gaben die Unternehmen heute auf dem dem Adobe Summit 2018 bekannt. In Las Vegas kündigten sie die Expansion ihrer im September 2016 gestarteten Partnerschaft nach China an, um globale Marken zukünftig dabei zu unterstützen, personalisierte Erlebnisse über alle Kundenkontaktpunkte hinweg in diesem wichtigen und wachsenden Markt anzubieten. Darüber hinaus präsentierten Adobe und Microsoft die Integration nativer Technologien zwischen Adobe Experience Manager und Microsoft Azure, Adobe Campaign und Microsoft Dynamics 365 sowie Adobe Analytics und Microsoft Power B.:
www.adobe.ly/2HRHMMC

Nützliche Links

- [Adobe Summit 2018](#)

Adobe und Microsoft erweitern globale Partnerschaft

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

Lisa Bickhardt

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46-79

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: adobe_mc@faktor3.de

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