

#AdobeSummit #Partner

Adobe Partnerprogramm setzt mit 5.000 globalen Partnern einen wichtigen Meilenstein

Neue Partner-Integrationen von Informatica, Snaplogic, Invoca, Unifi, Observpoint, Digital River und Hootsuite sind ab sofort verfügbar

Las Vegas / München, 27. März 2018 – Auf dem Adobe Summit 2018 gab Adobe heute den weiteren Ausbau seines globalen Partnerprogramms bekannt, das inzwischen mehr als 5.000 Agenturen, Systemintegratoren und Technologiepartner umfasst. Darüber hinaus kündigte das Unternehmen neue Partner-Integrationen, 40 neue Adobe Cloud Plattform Launch Partner-Erweiterungen und zahlreiche Ergänzungen seines Adobe Exchange Marketplace, der zentralen Drehscheibe für den Zugriff auf Anwendungen von Drittanbietern in Adobe Creative Cloud, Document Cloud und Experience Cloud, an.

In Zeiten wachsender Datenmengen und einer immer höheren Content Velocity benötigen Unternehmen für die größtmögliche Kundenzufriedenheit eine robuste Plattform, die ihre bestehenden Systeme unterstützt und gleichzeitig vorkonfigurierte und kundenspezifische Integrationen bietet. Die Adobe Cloud Plattform verbindet Unternehmenssysteme, die für ein einheitliches und vollständiges Kundenerlebnis entscheidend sind, und ermöglicht es Entwicklern, neue Integrationen zu erstellen. Auf dem Adobe Summit präsentierte Adobe Hunderte dieser Anwendungen, die Kunden bei der Lösung wichtiger geschäftlicher Herausforderungen unterstützen. Darunter u. a. erstklassige ETL-Optionen, die Integration von Handels- und Social Media-Insights sowie die Kombination von Online- und Offline-Daten.

„Wir sind davon überzeugt, dass Daten und Content die zentralen Bausteine eines begeisterenden Kundenerlebnisses sind. Und nur Adobe bietet eine offene Plattform und ein umfassendes Partnerprogramm, um bei beiden zu helfen“, so Amit Ahuja, Vice President, Experience Cloud Partners bei Adobe. „Immer mehr Partner schließen sich der Mission von Adobe an, Experience Business Wirklichkeit werden zu lassen. Auf dem Adobe Summit zeigen wir, wie wir gemeinsam Mehrwerte für unsere Kunden schaffen und Innovationen vorantreiben.“

Die Anwendungen des Adobe Exchange Marketplace ermöglichen es Marken:

- **Commerce Insights integrieren:** Mit Adobe können Händler ansprechende digitale Einkaufserlebnisse im Internet und auf mobilen Endgeräten erstellen, während sie die Komplexität der Risiken und Compliance mit führenden Commerce-Tools von Digital River, Elastic Path, Magento und anderen minimieren.
- **Social Data verknüpfen:** Marken können Social Data in Omni-Channel-Kampagnen zum Einsatz bringen und mit Hootsuite die Auswirkungen von sozialen Interaktionen während der gesamten Customer Journey messen.
- **Daten extrahieren, übertragen, laden (ETL) und validieren:** Mit Partnern wie Informatica, SnapLogic, TMMData und Unifi Software greifen Unternehmen auf Daten aus allen wichtigen Quellen zu.
- **Client-seitige Erweiterungen aufbauen:** Seit der Veröffentlichung von Adobe Cloud Platform Launch, Adobes Tag-Management-Lösung der nächsten Generation, sind über 40 neue Erweiterungen verfügbar. Neue Erweiterungen mit Microsoft ermöglichen es z. B., Microsoft Bing und Microsoft Dynamics 365 Tags einfach auf Websites einzusetzen und zu verwalten. Mit Observpoint können Marken auch digitale Daten automatisch validieren und sämtliche Zahlen überprüfen, die wichtige Geschäftsentscheidungen beeinflussen.
- **Verhaltens-, Mobil- und Kampagnenanalysen integrieren:** Vorhandene Web- und mobile Analysedaten in der Adobe Analytics Cloud können mit Heat Maps und Video Session Replay Tools von Clicktale, ContentSquare und Decibel mühelos ergänzt werden. Mobile Anwendungen, Messungen und Deep-Linking-Metriken von AppsFlyer und Branch sowie Echtzeit-Interaktionsdaten mit ThinFilm lassen sich ebenso problemlos integrieren. Mit TrackingFirst verfolgen Marken automatisch die Analysen ihrer Online-Marketing-Kampagnen.
- **Zielgruppen durch Daten von Drittanbietern und Datenmodellierung erweitern:** Marken sind in der Lage, die hochwertigsten Zielgruppensegmente von Drittanbietern wie Acxiom, Infogroup und OneAudience zu identifizieren und zu optimieren.

Adobe Partnerprogramm setzt mit 5.000 globalen Partnern einen wichtigen Meilenstein

- **Online- und Offline-Kundendaten zusammenführen:** Marken erhalten eine einheitliche Kundenansicht, indem sie Online- und Telefonanrufrufen an einem Ort durch Anrufzuordnungsintegrationen mit DialogTech, Invoca und Marchex zusammenführen. Den Lokalisierungs- und Übersetzungsprozess können sie direkt im Adobe Experience Manager durch Übersetzungspartner wie Lionbridge, Smartling und Translations.com optimieren.



#Adobe Partnerprogramm setzt mit 5.000 globalen #Partnern einen wichtigen Meilenstein
www.adobe.ly/2K630qY #AdobeSummit



Auf dem Adobe Summit 2018 gab Adobe heute große Fortschritte für sein globales Partnerprogramm bekannt, das inzwischen mehr als 5.000 Agenturen, Systemintegratoren und Technologiepartner umfasst. Darüber hinaus kündigte das Unternehmen neue Partner-Integrationen, 40 neue Adobe Cloud Plattform Launch Partner-Erweiterungen und mehrere Erweiterungen seines Adobe Exchange Marketplace an: www.adobe.ly/2K630qY

Nützliche Links

- [Adobe Summit 2018](#)

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>