

#AdobeSummit #ExperienceBusiness #Marketing

Adobe Summit EMEA 2018 zeigt: Das Kundenerlebnis macht den Unterschied

Adobe präsentiert seine aktuellen Neuheiten auf Europas größter Konferenz für digitales Business in London:

- Neue KI-Innovationen in der Adobe Cloud Plattform und der Adobe Experience Cloud
- Customer Intelligence aus einem Guss
- Start der Adobe Experience League zur Kundenunterstützung im Experience Business

London, 03. Mai 2018 – Adobe eröffnet heute den Adobe Summit EMEA 2018 in London. Auf seiner diesjährigen Digital Marketing Konferenz bietet Adobe den über 5.000 Marketing und IT-Experten aus ganz Europa jede Menge umfassende Einblicke und zahlreiche Neuheiten für das Experience Business. Im Fokus stehen einige der führenden „Experience Maker“ der Branche sowie die neuesten Innovationen der [Adobe Cloud Plattform](#) und Adobe Experience Cloud. Neben den neuesten technologischen Errungenschaften bereitet der Adobe Summit EMEA 2018 die Bühne für die führenden Köpfe und Persönlichkeiten aus Business, Sport und Entertainment, die ihre Marken bereits erfolgreich mit erlebnisorientiertem Social und Digital Marketing aufgebaut haben. Darunter u. a. Virgin Atlantic CMO Claire Cronin, Claire Hepworth, Head of Customer Engagement bei Ford, und Führungskräfte von SKY, LEGO und Amazon. Ebenfalls mit dabei sind das Ex-Spice Girl und erfolgreiche Modedesignerin Victoria Beckham und der Box-Weltmeister im Schwergewicht Anthony Joshua. Gastgeber der diesjährigen Adobe Sneaks, der jährlichen Präsentation der neuesten Technologien aus den Adobe-Forschungslabors, ist der britische Schauspieler und Komiker Rob Brydon.

Neue Funktionen für erfolgreiches Experience Business über alle Kanäle

In der wachsenden Dynamik des digitalen Zeitalter wird es für Unternehmen immer schwieriger, mit den rasant verändernden Kundenanforderungen Schritt zu halten. Gefragt sind vor allem begeisternde, personalisierte Erlebnisse in Echtzeit und auf allen Kanälen – und das nicht nur über das Internet und mobil, sondern zunehmend auch über neue Geräte, Formate und Interaktionsmodelle wie Sprache und immersive Medien. Um diese Herausforderung erfolgreich anzugehen, müssen große Datenmengen und personalisierten Content intelligent und in größtmöglicher Geschwindigkeit kombiniert und zum Einsatz gebracht werden. Dabei bietet Adobe mit seinen Innovationen in der Adobe Experience Cloud und der Adobe Cloud Plattform wertvolle Unterstützung, die auf dem heutigen Adobe Summit EMEA erstmals vorgestellt werden. Sie ermöglichen den Marken:

- Vereinheitlichung der Customer Intelligence im Unternehmen: Nie zuvor wurden so viele Inhalte auf so vielen Geräten konsumiert und gleichzeitig so viele Daten generiert. Für die Erfassung dieser ungeheuren Datenmengen benötigen Unternehmen ein neues System, das die Kundeninformationen vereinheitlicht, standardisiert und richtig verwaltet, um daraus personalisierte Erlebnisse zu generieren. Entsprechende Verbesserungen hat Adobe an der Adobe Cloud-Plattform vorgenommen: Mit ihnen wird die Vereinheitlichung von Kundendaten aus dem gesamten Unternehmen zu einem branchenweit ersten einheitlichen Kundenprofil erleichtert. Gleichzeitig erhalten Unternehmen eine Echtzeitansicht auf die Kunden entlang der gesamten Customer Journey, um zu jedem Zeitpunkt und auf jedem Kanal maßgeschneiderte und maximal relevante Erlebnisse zu ermöglichen.
- Aufbrechen von Silos in der Werbung: Viele Werbetreibende sind nach wie vor mit Silos in ihren kreativen und medialen Prozessen konfrontiert, die es ihnen erschweren, ihren Kunden relevante Werbung zu liefern. Die Eröffnungs-Keynote auf dem heutigen Summit zeigt eine Demonstration von [Adobe Advertising Cloud Creative](#), der ersten Werbepattform der Branche, die es Vermarktern ermöglicht, Designelemente einer Kampagne dynamisch anzupassen – einschließlich Werbetexte und Assets, die in Display-Anzeigen verwendet werden. Mit Adobe Advertising Cloud Creative werden Marken in die Lage versetzt, neue Botschaften und Designs schnell und ohne die teuren Schritte des erneuten Handels oder des Neustarts des Designprozesses einzuführen. Darüber hinaus ist es damit möglich, die Qualität und das Targeting digitaler Anzeigen durch stärkere Personalisierung zu verbessern.
- Multichannel-Erlebnisse bereitstellen: Marken sehen sich einer wachsenden Anzahl von Kundenkontaktpunkten gegenüber, über die sie ihre Zielgruppen erreichen können. Die Datenkomplexität nimmt damit exponentiell zu. Adobe präsentiert daher neue Funktionen in Adobe Analytics, der Insights Engine der Adobe Experience Cloud, die Unternehmen dabei helfen, Customer Journeys kanalübergreifend besser zu verstehen. Dazu gehören u. a. die kürzlich vorgestellten Funktionen für das Streaming von Audio. Mit ihnen erhalten Marken erstmals die Möglichkeit,

Adobe Summit EMEA 2018 zeigt: Das Kundenerlebnis macht den Unterschied

tiefere Einblicke in die Nutzung von On- und Offline-Audioformaten zu gewinnen, einschließlich des Hörverhaltens, der Streaming-Qualität und der Monetarisierungsmöglichkeiten.

- Beschleunigung der Content Velocity: Begeisternde Erlebnisse beginnen stets mit begeisternden Inhalten. Für die Marken bedeutet dies: Sie müssen riesige Mengen an Inhalten möglichst schnell erstellen, orchestrieren und personalisieren. In London demonstriert Adobe heute neue KI-basierte Funktionen im Adobe Experience Manager, einschließlich intelligenter Bilderkennung, die die Anpassung von Bildern für verschiedene Bildschirme und die automatisierte Personalisierung von Inhalten ermöglichen. Darüber hinaus bringt die native Unterstützung von Experience Manager innerhalb der Creative Cloud-Anwendungen – sie ermöglichen es Designern, direkt aus Tools wie z. B. Photoshop auf Experience Design-Tools zuzugreifen – zum ersten Mal kreative und Marketer-Workflows zusammen.
- Vereinfachung von Marketing-Prozessen: Zum Abschluss der heutigen Summit Keynote wird der Chief Technology Officer von Adobe, Abhay Parasnis, über neue Entwicklungen in Sensei, der KI und der Machine Learning Engine von Adobe sprechen, die die Bereitstellung von Kundenerlebnissen durch Datenanalyse sowie durch das Verständnis von Inhalten und Design neu gestalten. Das Publikum wird in einer Demo zudem erste Blick in den neuen Sensei Agent & Graph erhalten – einem Werkzeug, das die natürliche Interaktion mit Sprache und Stimme ermöglicht, um die Arbeitsweise von Marketern radikal zu stärken und zu vereinfachen.

Vom Experience Thinker zum Experience Maker: Adobe startet die Adobe Experience League

Neue Technologien allein reichen nicht aus, um ein Unternehmen zum Experience Business zu transformieren. Als weiteren wichtigen Baustein kündigt Adobe heute die Einführung der Adobe Experience League an. Im Rahmen dieses neuen Programms bietet Adobe seinen Kunden wertvolle Unterstützung, mit der sie ihre Investitionen in die Adobe Experience Cloud optimal nutzen können. Die Experience League bietet u. a. Trainingsmaterialien, persönliche Beratung durch Experten sowie die Möglichkeit, sich mit anderen Marketern in einer eigenen Community auszutauschen.

Als Teil der Experience League hat Adobe heute den „Adobe Experience Index for Europe“ vorgestellt. In dieser aktuellen, Benchmark-Studie erhalten Marken wichtige Erkenntnisse, wie sie bei der Gründung von erlebnisfokussierten Unternehmen vorgehen. In seinem ersten Report wird der Index den Marken helfen, die aktuellen und künftigen Erwartungen der Verbraucher in Europa zu verstehen. Erste Ergebnisse der Studie finden sich [hier](#).

Technologie Previews

Auf den „Summit Sneaks“ gibt Adobe zudem erste Einblicke in neueste, unveröffentlichte Technologie-Entwicklungen aus seinen F&E-Labors. Darunter u. a. eine Reihe von Innovationen, die auf der künstlichen Intelligenz von Adobe Sensei basieren. Die Sneaks verschaffen dem Summit-Publikum einen ebenso spannenden wie unterhaltsamen Blick in die Zukunft und wie Marken darin ihre Kundenerlebnisse und Geschäftsprozesse neu aufstellen sollten.



#AdobeSummit EMEA #2018 zeigt: So geht #Erlebnis heute! www.adobe.ly/2rglEDE



Adobe eröffnet heute den Adobe Summit EMEA 2018 in London. Auf seiner diesjährigen Digital Marketing Konferenz bietet Adobe den über 5.000 Marketing und IT-Experten aus ganz Europa erneut jede Menge umfassende Einblicke und zahlreiche Neuheiten fürs Experience Business. Im Fokus stehen dabei einige der führenden Experience Maker der Branche sowie die neuesten Innovationen der Adobe Cloud Plattform und der Adobe Experience Cloud. www.adobe.ly/2rglEDE

Nützliche Links

- [Adobe Summit EMEA 2018](#)

Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Experience Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [YouTube](#)

Adobe Summit EMEA 2018 zeigt: Das Kundenerlebnis macht den Unterschied

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>