

#AdobeSummit #Experience #Marketing

Adobe Summit Sneaks 2018: KI, VR und IoT erobern das Marketing der Zukunft

Adobe präsentiert aktuelle Technologie-Entwicklungen auf Europas größter Konferenz für digitales Business in London

London, 04. Mai 2018 – Auf seinen „Summit Sneaks“ gibt Adobe den über 5.000 Teilnehmern des Adobe Summit EMEA 2018 in London heute erste Einblicke in neueste, unveröffentlichte Technologie-Entwicklungen aus den Adobe Forschungs- und Entwicklungslabors. Im Fokus der experimentellen Produktdemos stehen die neuesten Innovationen rund um Augmented und Virtual Reality, Künstliche Intelligenz und Internet of Things, welche die Zukunft des Marketings zunehmend bestimmen werden. Die Adobe Summit Sneaks sind ein echter Höhepunkt der Adobe Konferenz, deren Favoriten nicht selten Teil zukünftiger Produktangebote werden – von Smart Tags in der Adobe Marketing Cloud bis zur Anomalie-Erkennung in der Adobe Analytics Cloud.

Zu den Projekten, die Adobe in den Summit Sneaks vorstellen wird, gehören u. a.:

- **See and Shop:** Konsumenten suchen in sozialen Netzwerken zunehmend nach neuen Produkten, die sie dort direkt bestellen können. [Branchenstudien](#) zufolge kaufen britische Verbraucher zwischen 18 und 30 Jahren durchschnittlich drei Mal pro Monat ein, nachdem sie über Social Media von den Produkten erfahren haben. „See and Shop“ unterstützt die Marken dabei, von dieser Verhaltensänderung zu profitieren, indem es einfache Metadaten-Tags verwendet, um Inhalte auf den eigenen oder sozialen Kanälen eines Unternehmens einkaufbar zu machen. Von Instagram-Posts bis hin zu Fotos in einem Firmenblog können Kunden sofort Produkte kaufen, die sie sehen, solange sie markiert sind – unabhängig davon, wo sie sich befinden oder welches Gerät sie verwenden.
- **Video Ad AI:** Das Projekt „Video Ad AI“ gibt Video Advertisern die Möglichkeit, ihre Video Ad Performance durch prädiktive Performance-Modellierung und Empfehlungen zu verbessern. Nehmen wir zum Beispiel einen 60-Sekunden-Fernsehspot, der über Social Media-Plattformen ausgespielt werden soll. Im Rahmen dieser Lösung wird das Video zunächst automatisch mit Tags versehen, um es mit ähnlichen Inhalten zu vergleichen. Adobe Sensei, das Adobe Framework für künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen, bewertet die bisherige Performance von Inhalten, die dem TV-Spot ähneln, um eine Effektivitätsbewertung vorzunehmen. Empfehlungen zur Verbesserung der Effektivität des Werbemittels (z. B. Veränderungen in der Länge und des Flows des Videos) werden zusammen mit dem Originalformat zur Bearbeitung an Video Advertiser in Premiere Pro CC gesendet. Werbetreibende können das Werbemittel so effizient anpassen, um kreative Elemente beizubehalten und gleichzeitig mit den Marketingzielen in Einklang zu bringen.
- **Master Plan:** Beim Aufbau des gesamten Kundenerlebnisses – vom ersten Kontaktpunkt bis zum Kundenbindungsprogramm – verbringen Marken viel Zeit damit, Aufgaben wie die Auswahl der Assets und den Aufbau eines Marketingmixes zu koordinieren. Das Projekt „Master Plan“ wird die Leistungsfähigkeit von Adobe Sensei nutzen, um Marketern dabei zu helfen, diesen Prozess wesentlich schneller abzuschließen und sich auf zentrale Aufgaben zu konzentrieren. Automatisch erhalten sie wertvolle Empfehlungen zu allen relevanten Assets bis hin zum optimalen Marketing-Mix über Display, E-Mail, Social, Mobile und andere Kanäle. Gibt es Plan-Änderungen, z. B. im Budget, passt Adobe Sensei diese „Master Plan“-Empfehlungen in Echtzeit an die neuen Anforderungen an.
- **Experience Analytics:** Marken stehen derzeit vor der großen Herausforderung, Online-Interaktionen mit der physischen Offline-Welt zu verknüpfen, um noch anspruchsvollere und intuitivere Kundenerlebnisse zu schaffen. Das Projekt „Experience Analytics“ zielt darauf ab, Daten aus beliebigen Quellen in eine einzige umfassende Übersicht zu bringen und diese zu kuratieren, um schnell und effizient wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Beispielsweise könnte ein Einzelhändler Kunden segmentieren, die während eines bestimmten Zeitraums sowohl ein stationäres Geschäft als auch die Website besucht haben, um diese Erkenntnis für maßgeschneiderte Services und Angebote zu nutzen. Ein Finanzdienstleistungsunternehmen könnte Call-Center-Daten abrufen, um besser zu verstehen, wie die Nutzer über verschiedene Kontaktpunkte hinweg migrieren und das Erlebnis entsprechend zu optimieren. Diese Technologie kann dazu beitragen, dass jedes Kundenerlebnis nicht nur ansprechend und relevant ist, sondern auch die Kundenbindung optimal verstärkt.

Adobe Summit Sneaks 2018: KI, VR und IoT erobern das Marketing der Zukunft

- **Launch It:** Websites zu taggen, ist eine der am wenigsten glamourösen Aufgaben für Marketer. Aber es ist auch eine der kritischsten. „Launch It“ automatisiert den Tag-Management-Prozess vollständig. Nach dem Scannen einer Website und der Überprüfung aller Inhalte verwendet Launch It eine Kombination aus KI und natürlicher Sprachverarbeitung, um den Tag-Management-Prozess vollständig zu automatisieren. Sobald ein Marketer diese Struktur genehmigt, wird jedes Element auf der Website sofort und automatisch markiert. Die Zeit, die Marketer für die Ausführung dieser Aufgabe benötigen, wird so von Tagen oder Wochen auf wenige Minuten reduziert.
- **New View:** Neue Technologien wie Virtual Reality (VR) haben einen großen Einfluss auf die Games-Branche. Mit dem Projekt „New View“ wird Adobe jetzt untersuchen, wie die Verknüpfung dieser Technologien mit KI, Machine Learning und Voice die Arbeitsabläufe im täglichen Unternehmenseinsatz verbessern kann. Dank ihnen können Marken nun mit ihren Lieblingswerkzeugen in VR interagieren. So bietet Adobe Analytics beispielsweise in einem eigens geschaffenen 3D-Raum die Möglichkeit, verschiedene Daten-Dimensionen auf einmal zu sehen und so Einblicke zu gewinnen, die sonst verloren gegangen wären. Da soziale Interaktion ein Schlüsselement bei der Schaffung ansprechender VR-Erlebnisse ist, sieht dieses Projekt zudem vor, dass sich die Kollegen im selben interaktiven Raum verbinden, um an Daten und anderen Marketing-Tools zu arbeiten.



#AdobeSummit #Sneaks #2018: #KI: #VR und #IoT erobern das #Marketing der Zukunft www.adobe.ly/2jqSaQ4



Auf den „Summit Sneaks“ gibt Adobe den über 5.000 Teilnehmern des heute eröffneten Adobe Summit EMEA 2018 in London erste Einblicke in neueste, unveröffentlichte Technologie-Entwicklungen aus seinen Forschungs- und Entwicklungslabors. Im Fokus der experimentellen Produktdemos stehen die neuesten Innovationen rund um Augmented und Virtual Reality, Künstliche Intelligenz und Internet of Things, die die Zukunft des Marketings zunehmend bestimmen werden. www.adobe.ly/2jqSaQ4

Nützliche Links

- [Adobe Summit EMEA 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>