

Best Practices für Content-Management: *IT-Edition.*

Sechs Unternehmen erfinden ihren Content neu,
ohne das Rad neu zu erfinden.



Als IT-Experte sollen Sie Ihre Teams bei der Bereitstellung herausragender Kundenerlebnisse unterstützen. Laut einer [Untersuchung von Adobe](#) ist die Bereitstellung besserer Erlebnisse mithilfe neuer Technologie-Implementierungen die wichtigste Aufgabe von IT-Verantwortlichen.

Die Verwaltung des Contents für diese wirkungsvollen digitalen Erlebnisse stellt eine besondere Herausforderung dar. In vielen Unternehmen arbeiten Content-Entwickler und Front-End-Entwickler nicht mit den gleichen Systemen, was die Time-to-Market verlängert. Teams müssen mehrere Versionen des gleichen Contents erstellen, damit er für verschiedene Kanäle geeignet ist. Und die IT verbringt wertvolle Zeit mit aufwendigen Routineaufgaben und Aktualisierungen statt mit Innovationen.

Das lässt sich mit einem modernen Content-Management-System (CMS) ändern. Mit einem agilen, integrierten und sicheren digitalen Fundament können IT-Teams die Wertschöpfung beschleunigen, mithilfe von Daten bessere Ergebnisse ermöglichen und die Content-Entwickler dabei unterstützen, die Erlebnisse zu erstellen, die ihre Kunden erwarten.

Erfahren Sie, wie Unternehmen aller Größen – darunter Raiffeisen, Costa Crociere und Constellation – für alle Touchpoints skaliert genau den richtigen Content erstellen und ausliefern und IT-Teams dennoch Zeit für Innovationen erhalten.

Lesen Sie die Berichte über folgende Kunden, und entdecken Sie die Geheimnisse ihres Erfolgs.

- [Raiffeisen](#)
- [Costa Crociere](#)
- [University of Michigan](#)
- [Cylance](#)
- [NRG](#)
- [Constellation](#)

Moderne Erlebnisse beginnen mit einem *modernen CMS.*

Beschleunigen Sie die Wertschöpfung.

Kunden warten nicht auf das perfekte digitale Erlebnis. Deshalb haben Sie einfach nicht die Zeit, mit mehreren Systemen zu jonglieren oder für jedes Endgerät neuen Content zu erstellen. Sie benötigen ein sicheres, einheitliches CMS, mit dem Content-Entwickler und Front-End-Entwickler produktionsfähige Komponenten, Vorlagen und Stylesheets nutzen können, um den von Verbrauchern nachgefragten Content schnell erstellen, bereitstellen und wiederverwenden zu können. Das gilt nicht nur für Ihre Web-Ressourcen und Apps, sondern für alle modernen Anwendungen und in großem Umfang.

Führen Sie Daten und Content für punktgenaue Erlebnisse zusammen.

Die Entscheidung darüber, welcher Content an wen und wann ausgeliefert werden soll, ist ein Schuss ins Blaue, wenn Sie keinen vollständigen Überblick über das Online-Verhalten Ihrer Kunden haben und nicht wissen, was sie interessiert oder wie gut Ihr Content funktioniert. Deshalb sind für die Bereitstellung unvergesslicher, personalisierter Content-Erlebnisse Daten und Content gleichermaßen wichtig. Künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen können Sie dabei unterstützen, Ihre Analysen auszuwerten und basierend auf den Bedürfnissen Ihrer Kunden automatisch die jeweils besten Texte, Layouts und Erlebnisse bereitzustellen.

Unterstützen Sie Teams mit einem skalierbaren CMS.

Wenn Ihr IT-Team zu viel Zeit mit der Anpassung von Content verbringt und Ihre Content-Entwickler keine Möglichkeit haben, Änderungen in einer kontrollierten Umgebung selbst vorzunehmen, ist es Zeit für Veränderung. Mit

einem fortschrittlichen CMS können Content-Entwickler Hauptkomponenten wie vorab erstellte Navigationselemente und Breadcrumbs wiederverwenden und SPA-Content (Single Page Applications) bearbeiten, während die IT weiterhin die Kontrolle über den Code behält. Front-End-Entwickler profitieren ebenfalls davon, da sie mit HTTP-APIs Content direkt aus einem Repository abrufen und als JSON überall einsetzen können.

Daten und Content für punktgenaue Erlebnisse *zusammenführen.*



St. Gallen, Schweiz

Jede Interaktion auf jedem Kanal personalisieren.

Raiffeisen wusste: Um den Marktanteil in einer Welt zunehmend mobilerer Kunden sichern zu können, musste das Unternehmen jeden der 3,7 Millionen Privatkunden mit personalisierten Erlebnissen beliefern – ganz gleich, ob sie eine Filiale vor Ort aufsuchen oder auf einer regionalen Website surfen.

Da die wachsende Zahl der Bestandskunden relevante Web-Erlebnisse erwartet, entschied sich Raiffeisen für Adobe Experience Manager Sites, um Unterstützung bei der Überarbeitung der Site Experience basierend auf einem flexiblen, skalierbaren Modell zu erhalten. Dank der APIs, die Third-Party-Daten an Experience Manager übertragen, konnte die Bank dynamisch 267 lokalisierte Versionen der Raiffeisen-Website erstellen und dennoch über alle Niederlassungen hinweg Konsistenz gewährleisten.

Durch die Integration mit Adobe Analytics lassen sich Daten zum Echtzeit-Website-Verhalten mit Kundendaten und Third-Party-Daten zusammenführen. Dadurch erhalten sie ein besseres Verständnis dafür, welche Kunden sie mit welchen Mitteilungen erreichen, und sie können das Kundenerlebnis auf allen Kanälen – Web, E-Mail, Callcenter und persönliche Treffen – verbessern.

„Kunden sollten sich mit ihrem Berater jederzeit verbunden fühlen – bei einer Online-Interaktion oder einem Telefongespräch ebenso wie bei einem persönlichen Treffen in einer Filiale. Mit Adobe Experience Cloud wird unser Unternehmen stärker, da wir Kunden überall einen lokalen Bezug geben können.“

FELIX WENGER

Head Channel and Distribution (Retail and Affluent), Raiffeisen

Raiffeisen Bank konnte die Konversion mit präziserem Targeting um 300 % steigern.

Vollständiger Bericht



Genua, Italien

Punktgenaue Erlebnisse basierend auf Präferenzen von Kunden skalieren.

Costa Crociere betreibt Kreuzfahrten für mehr als eine Million Reisende pro Jahr. Auf dem wettbewerbsintensiven Reisemarkt suchen sie kontinuierlich nach Möglichkeiten, ihren Kunden unvergessliche, personalisierte Erlebnisse

bereitzustellen – ganz gleich, ob sie erstmals oder zum wiederholten Male an einer Kreuzfahrt teilnehmen. Da das Unternehmen ein neues Webdesign in zwölf Sprachen launchen wollte, benötigte es eine skalierbare Struktur sowie ein Governance-Modell, um eine konsistente Online-Präsenz zu erhalten.

Mithilfe von Adobe Experience Manager Sites konnte das Reiseunternehmen schnell Seiten aufbauen und lokalisieren und dabei wiederverwendbare Vorlagen und Kernkomponenten nutzen. Zudem basieren Kreativentscheidungen jetzt nicht mehr auf Designer-Präferenzen, sondern darauf, was Kunden sich wünschen. Mithilfe dieser über Adobe Analytics verfügbaren Daten wird bestimmt, welches Design das Kundenerlebnis verbessert und die Menschen dazu motiviert, eine Kreuzfahrt zu buchen.

„Wir haben uns für Adobe Experience Manager als neue digitale Plattform entschieden, weil sie die Möglichkeit bietet, Daten und Erlebnisse aus allen Kanälen zusammenzuführen.“

ALESSANDRO CASELLATO

E-Commerce and Digital Director, Global and Strategic Marketing, Costa Crociere

Costa Crociere skalierte die personalisierten Web-Erlebnisse und kann damit Kunden auf 19 Märkten und in 12 Sprachen erreichen.

Vollständiger Bericht

Schneller als je zuvor *Werte generieren.*



Ann Arbor (Michigan), USA

Mehrere hundert Websites mit einem kleinen IT-Team unterstützen.

Das Webteam des College of Literature, Science and the Arts (LSA) der University of Michigan unterstützt 130 Websites zu Fachbereichen und Programmen sowie mehr als 500 Websites zu Kursen und Forschung. Da es keine gemeinsamen Richtlinien für den Code oder das Design gab, bot jede Website ein anderes Erlebnis. Das erschwerte es der IT, mit den Code-Unterschieden Schritt zu halten.

Um den Web-Besuchern ein konsistentes Erlebnis anbieten zu können, entschied sich die IT-Abteilung für Adobe Experience Manager Sites. Damit konnte das kleine Team alle 130 Fachbereichs-Websites unterstützen. Während das IT-Team das Website-Framework sowie die Vorlagen und Komponenten erstellt, nutzen die mehr als 400 Content-Entwickler diese Bausteine, um daraus per Drag-and-Drop Erlebnisse zusammenzustellen. Flexible APIs vereinfachen die Integration von Kursinformationen in die Seiten. Und da alle Fachbereiche dieselbe Plattform verwenden, kann die IT Code-Verbesserungen und Fehlerbehebungen jetzt für alle Websites auf einmal bereitstellen. Dadurch wird wertvolle Zeit gespart.

Das Team lagerte die administrativen Aufgaben zudem per [Managed Services](#) aus, sodass ihm mehr Zeit für die Erstellung innovativer Erlebnisse für die Studierenden zur Verfügung steht.

„Mit Adobe Experience Manager können wir Standardvorlagen und -komponenten verwenden, um die Konsistenz, Design-Qualität und User Experience auf allen Websites zu verbessern, ohne die Anpassung der Seiten komplett einzuschränken.“

PATRICK BELDEN

Director of Web Services, College of Literature,
Science and the Arts, University of Michigan

University of Michigan-Webteam: Die IT-Unterstützung konnte – bei konsistentem Code und Design – mit weniger als 12 Mitarbeitern auf 130 Websites skaliert werden.

Vollständiger Bericht

CYLANCE

Irvine (Kalifornien), USA

Schnellere Bereitstellung mit weniger IT-Ressourcen.

Die Cyber-Sicherheitstechnologie von Cylance läuft weltweit auf über 10 Millionen Endpunkten und schützt mehr als 100 Unternehmen. Um das Wachstum zu fördern und neue Kunden zu gewinnen, benötigte Cylance eine Möglichkeit, für alle globalen Präsenzen effizient und schnell konsistente, ansprechende Website-Erlebnisse bereitzustellen. Gleichzeitig wollte das Unternehmen nicht die Kapazitäten des IT-Teams mit der Verwaltung mehrerer Websites belasten.

Mit Adobe Experience Manager Sites ließ sich die Web-Entwicklung optimieren. Dazu wurden mehr als 70 Hauptkomponenten wie Navigation, Seiten-Layout, Bild- und Textfelder, Karussells und Formulare erstellt, die Content-Bearbeiter per Drag-and-Drop einfach wiederverwenden können. Abgesehen von der verkürzten Entwicklungszeit profitierte das Unternehmen von einem konsistenten Look-and-Feel für alle Websites. Und da die Sicherheit und Verwaltung der Websites an Managed Services ausgelagert wurden, konnten sich die Entwickler auf die Erstellung neuer Funktionen und Integrationen konzentrieren und so die digitalen Erlebnisse verbessern.

„Für den Betrieb und die Verwaltung der Website benötigen wir jetzt weniger interne Ressourcen. Das ist ein großer Gewinn für unser Entwicklungs-Team.“

NATHAN ZAHN

Program Manager, Cylance

Cylance konnte die Website-Entwicklung von sechs Wochen auf wenige Stunden verkürzen.

Vollständiger Bericht

Mit einem skalierbaren CMS Teams *unterstützen.*



Princeton (New Jersey) und Houston (Texas), USA
Content mit der Flexibilität eines hybriden CMS verwalten.

Das Energieunternehmen NRG beliefert mehr als drei Millionen Haushalte und Unternehmen in den USA. In einer Phase der digitalen Transformation benötigte NRG eine effektive Ergänzung zu den Marketing-Kanälen mit direktem Kontakt, um Kunden auf digitalen Kanälen wie Web, Social Media und Apps ansprechen zu können. Als Fundament für die digitale Transformation – einschließlich Umgestaltung der Website und Nutzung personalisierter Inhalte zur Ansprache von Online-Besuchern – entschied das Unternehmen sich für Adobe Experience Manager.

Da Experience Manager Sites ein hybrides Content-Management-System ist, nutzt NRG die Headless-Funktionen zur flexiblen Verwaltung und Bereitstellung von Content für alle Kanäle wie Websites, Single Page Applications, Progressive Web Apps (PWAs), Apps, E-Mail und Social Media. Dadurch können Content-Entwickler Content wiederverwenden und somit wertvolle Zeit sparen.

NRG kann die Plattform zudem als klassisches CMS verwenden. Da das CMS Cloud-native Funktionen hat, muss sich das IT-Team keine Gedanken mehr um die Verwaltung der Infrastruktur und die Wartung der Lösung machen, wodurch Ressourcen für Innovationen frei werden.

„Mit Adobe Experience Manager können unsere Content-Autoren schnell News und Konzepte veröffentlichen, die zu den Interessen oder aktuellen Ereignissen im Unternehmen passen. Durch diese positive Darstellung von NRG steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Unternehmen Kunden werden.“

STEVEN LIN

Senior Digital Manager, NRG Energy

**NRG konnte die Interaktionen mit personalisiertem Webcontent
verfünffachen.**

Vollständiger Bericht



Baltimore (Maryland), USA

IT-Teams mit Managed Services entlasten.

Constellation ist einer der größten Energieversorger in Nordamerika und bedient Millionen Haushalte und Unternehmen in mehr als 16 Bundesstaaten und Washington, D.C. Um unabhängig vom Kanal eine starke Beziehung zu Kunden aufbauen zu können, benötigte das Unternehmen eine zuverlässige digitale Infrastruktur. Doch das vorhandene CMS war zu komplex, als dass die Content-Entwickler es ohne technische Hilfe hätten verwenden können.

Nach der Einführung von Adobe Experience Manager Sites konnten die Content-Entwickler die Content-Erstellung übernehmen, ohne das IT-Team von anderen Aufgaben abzuhalten. Zur Optimierung der IT-Abläufe und zur

Verkürzung der Time-to-Market für neue Websites arbeitete Constellation mit Adobe Experience Manager Managed Services zusammen. Da Adobe die IT-Ebene verwaltet und die Systeme konfiguriert, damit die komplexen Vorschriften im Energiesektor eingehalten werden, konnten sich die Marketing- und Produkt-Teams des Unternehmens auf die Erstellung eindrucksvoller Erlebnisse für die Kunden konzentrieren.

„In Anbetracht der Wachstumsprognosen für unser Unternehmen benötigten wir ein skalierbares CMS, das so benutzerfreundlich ist, dass die für das Produkt zuständigen Mitarbeiter ohne IT-Unterstützung digitale Informationen entwickeln und bereitstellen können.“

KAREN JENNINGS

Principal, Digital Marketing, Constellation

Constellation konnte mit einem verteilten Authoring-Modell Content-Entwickler unterstützen und die IT entlasten.

Vollständiger Bericht

Content in außergewöhnliche Erlebnisse *umwandeln.*

Marken auf der ganzen Welt haben festgestellt, dass ein skalierbares und sicheres modernes CMS für die Bereitstellung innovativer Erlebnisse an allen Touchpoints und für die gesamte Customer Journey unerlässlich ist. Mit einem agilen digitalen Fundament können Sie Ihre Teams dabei unterstützen, die Wertschöpfung zu beschleunigen und mithilfe von Daten bessere Ergebnisse zu ermöglichen. Gleichzeitig entlasten Sie Ihre IT.

Mit all diesen Elementen wird die Bereitstellung hervorragender digitaler Erlebnisse einfacher.

Adobe hat die passende Lösung.

Adobe Experience Manager Sites ist ein Cloud-natives, hybrides CMS, das IT- und Marketing-Teams ermöglicht, mithilfe wiederverwendbarer Komponenten, Layouts und Vorlagen schnell Content zu erstellen. Mit umfangreichen APIs und der KI-Technologie Adobe Sensei ist unser digitales Fundament erweiterbar und passt Erlebnisse basierend auf Kunden- und Content-Performance-Daten automatisch an verschiedene Kanäle und Bildschirme an.

Adobe Analytics und Adobe Target arbeiten nativ mit Adobe Experience Manager Sites zusammen und liefern mithilfe von KI und maschinellem Lernen Erkenntnisse, mit denen Sie gezielte Erlebnisse bereitstellen können, die die Konversionsraten steigern.

Erfahren Sie, wie wir Ihnen bei der Transformation Ihres Unternehmens helfen können.

[Mehr erfahren](#)

Quellen.

„[Digitale Trends 2019](#)“, Adobe, 2019.

„[Building Communities Online](#)“, Adobe-Kundenreferenz über Raiffeisen, April 2018.

„[Gaining a Stronger Market Presence](#)“, Adobe-Kundenreferenz über Cylance, März 2019.

„[Personal Touch for Business Customers](#)“, Adobe-Kundenreferenz über NRG.

„[Powering Online Relationships](#)“, Adobe-Kundenreferenz über Constellation.

„[Putting the Spotlight on Quality Education](#)“, Adobe-Kundenreferenz über die University of Michigan, Oktober 2018.

„[Sailing Away on a Dream Cruise](#)“, Adobe-Kundenreferenz über Costa Crociere, November 2018.

Shelby Britton, Group Product Marketing Manager, Adobe, persönliches Gespräch, 19. November 2019.



Copyright © 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.