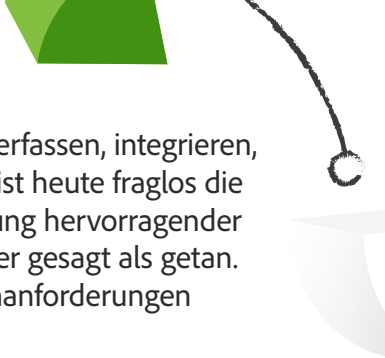




Mit Mythen aufräumen: Echtzeit-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen.

Drei Irrtümer, die Ihnen bei der Bereitstellung
überragender Kundenerlebnisse nicht im Weg
stehen dürfen.





Die Fähigkeit, Daten aus allen Kanälen erfassen, integrieren, analysieren und verwerten zu können, ist heute fraglos die Grundvoraussetzung für die Bereitstellung hervorragender Kundenerlebnisse. Das ist jedoch leichter gesagt als getan. Und angesichts immer höherer Kundenanforderungen müssen Sie hierfür gerüstet sein.

Ihre Kundschaft möchte einfache Navigation, relevante Suchergebnisse, persönliche Aufmerksamkeit und die Möglichkeit, die Ergebnisse einzugrenzen. 97 % der Käuferinnen und Käufer sagen in einer aktuellen Studie von Bloomreach, dass sie nach einem negativen Erlebnis den Anbieter oder Händler wechseln würden. Die gute Nachricht ist, dass die Führungskräfte dies erkennen. Laut Econsultancy bezeichnen 95 % der führenden Unternehmen die Tätigkeitsbereiche, die sich mit dem Kundenerlebnis befassen, als wichtig für das Geschäftswachstum. Kein anderer Tätigkeitsbereich wird so oft genannt.

Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen helfen Ihnen bei der Bereitstellung großartiger Erlebnisse. Eine Studie von Forrester Consulting im Auftrag von Adobe hat ergeben, dass Unternehmen, die Kundenerlebnislösungen von Adobe einsetzen, in nur drei Jahren einen ROI von 250 % und einen Anstieg von 20 % bei den Conversions erzielten. Trotzdem zögern manche Marketing-Fachleute aufgrund von Falschinformationen und Irrtümern immer noch, Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen ernsthaft in Erwägung zu ziehen.

Deshalb wird es Zeit, einiges klarzustellen und die gängigen Mythen aus der Welt zu schaffen.



1. Mythos: Die Lösungen sind zu kompliziert in der Anwendung.

Da die Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen mühelos die komplexesten Enterprise-Use-Cases unterstützen, glauben manche Marketing-Fachleute, die Lösungen seien zu kompliziert für einfachere und weniger umfangreiche Anforderungen.

In Wahrheit ist das Gegenteil der Fall: Adobe-Lösungen sind explizit für Benutzerfreundlichkeit konzipiert. Zu den Features zählen eine intuitive Drag-and-Drop-Oberfläche, benutzerfreundliche Visualisierungen, Dashboards, Self-Service-Datenansichten, benutzerdefinierte Reporting-Tools, rollenbasierte Workflows, kollaborative Workspaces, Personalisierung in drei Schritten u.v.m. In Kombination bieten Ihnen diese Features eine ganzheitliche Sicht auf Ihre Kundschaft und den Kontext hinter jeder Kundenaktion, damit Sie fundiertere Entscheidungen treffen können.

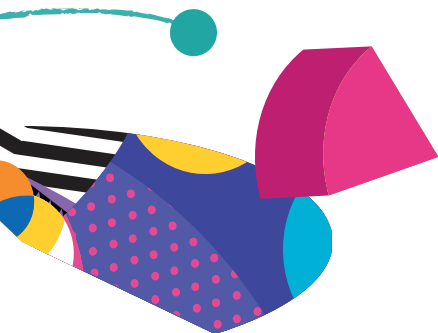
Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität tragen wesentlich dazu bei, dass die Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen bei B2B- und B2C-Unternehmen jeder Größe so beliebt sind. Mit Komponenten wie Real-Time Customer Data Platform, Customer Journey Analytics und Adobe Target können Benutzerinnen und Benutzer auch ohne datenwissenschaftlichen Background problemlos mit Echtzeit-Kundendaten arbeiten und diese analysieren, ohne dass Unterstützung durch die IT nötig wäre. Geschäftsanwenderinnen und -anwender, Analystinnen und Analysten und Datenwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler können in einer gemeinsamen Oberfläche zusammenarbeiten, die zwar eine große Detailtiefe bietet, aber dabei nicht überfrachtet ist.

Wenn Sie beispielsweise den Pfad Ihrer Customer Journey nachverfolgen möchten, liefern Ihnen die Adobe-Lösungen die

Antworten in Form von passenden Visualisierungen. Wählen Sie ein bestimmtes Ereignis oder eine bestimmte Seite als Checkpoint und ermitteln Sie, was die Kundinnen und Kunden unmittelbar davor und danach getan haben. Sie können auch mit nur wenigen Klicks Segmente erstellen und bestimmte Verhaltensweisen genauer analysieren. Sobald der Pfad erstellt ist, können Sie sich durch weitere Checkpoints klicken und erhalten eine immer detailliertere Ansicht. Außerdem können Sie alle Arten von Kundendaten in eine einzige Ansicht laden, ohne durch individuelle Reports navigieren zu müssen. Und dank der leistungsstarken Integration zwischen Adobe Customer Journey Analytics und Adobe Target können Sie Aktionen gezielt auf hochwertige Segmente abstimmen und haben das gesamte Kundenerlebnis im Blick.

Beim Thema Anpassbarkeit bieten Adobe-Lösungen einzigartige Flexibilität durch zahlreiche vorkonfigurierte Features, grenzenlose Anpassungsmöglichkeiten über APIs und eine breite Auswahl von Drittanbieter-Integrationen. Die durch künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen gestützten Adobe-Funktionen können ganz automatisch und ohne Benutzeraktionen Erkenntnisse, mögliche Ursachen und die nächsten besten Aktionen hervorbringen – Aufgaben, für die mit anderen Tools vielleicht Hunderte Reports, Tests und Arbeitsstunden erforderlich wären.

Zudem bietet Adobe ausführliche Dokumentationen und Tutorials, in denen alle Benutzerfragen beantwortet werden. Und bei Bedarf stehen umfassende Support- und Beratungs-Services zur Verfügung, damit Unternehmen jeder Größe den maximalen Nutzen aus ihren Lösungen ziehen können.





2. Mythos: Sie sind zu teuer.

Die Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen sind sehr beliebt in großen Unternehmen. Daher gehen einige Marketing-Fachleute fälschlicherweise davon aus, dass die Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen zu teuer sind. In Wahrheit sind die Lösungen modular aufgebaut und kostengünstig, da Sie zunächst einzelne Module kaufen und später je nach Bedarf weitere Lösungen hinzufügen können. Adobe ist stolz auf sein flexibles und skalierbares Preismodell, das auf Ihre aktuellen und zukünftigen Anforderungen zugeschnitten ist und sich dem Wachstum Ihres Unternehmens anpasst.

Vor allem können Sie mit den Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen Ihren Umsatz erhöhen, da Sie das Kundenerlebnis insgesamt verbessern. Bedenken Sie, dass erlebnisorientierte Unternehmen im vergangenen Jahr ein 1,7-mal höheres Umsatzwachstum und eine 2,3-mal höhere Steigerung des Kundenlebenszeitwerts erzielt haben als andere Unternehmen. Viele Unternehmen können mit Adobe-Lösungen Kundenerlebnis-Metriken wie den Net Promoter Score, den Kundenlebenszeitwert, den durchschnittlichen Bestellwert etc. signifikant verbessern, was im Allgemeinen zu höheren Umsätzen führt.

Die Lösungen können die Rendite (ROI) nachweislich erhöhen. Aktuelle Studien zeigen, dass der Drei-Jahres-ROI von Adobe Experience Cloud, worin die Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen enthalten sind, an die 250 % beträgt. Außerdem können Sie die Betriebskosten erheblich senken, da Sie keine manuelle Datenerfassung und zeitraubenden Analysen von Tabellen mehr benötigen, und eine bessere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Teams ermöglichen.



3. Mythos: Sie funktionieren nur mit Datenquellen und Produkten von Adobe.

Der dritte und letzte Mythos ist, dass Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen ausschließlich mit anderen Lösungen von Adobe funktionieren. Dies ist faktisch falsch. Adobe ist eine interoperable und offene Plattform. Die Lösungen wurden basierend auf offenen Technologien und Standards entwickelt und können daher problemlos mit Analyse-Tools von Drittanbietern vernetzt werden, beispielsweise Google Analytics, Marketing-Automatisierungssystemen, CRM-Plattformen, Medienplattformen und benutzerdefinierten, von IT-Teams entwickelten internen Systemen.

Der Ansatz von Adobe ist es, Ihnen das Handwerkszeug bereitzustellen, mit dem Sie Ihre Digital-Marketing-Strategie mithilfe der für Ihr Unternehmen am besten geeigneten Tools erstellen können. Mit der in den Adobe-Lösungen für Datenerkenntnisse und Zielgruppen enthaltenen Drittanbieter-Integration können Sie Ihre Marketing-Strategie entsprechend Ihren spezifischen Anforderungen gestalten und so Ihre Investitionen optimal ausschöpfen. Dank dieser Integration können Sie externe Daten aus E-Mails vor dem ersten Klick, Offline-Spracherkennung oder interaktiven Sprachassistenten mit Adobe-Customer-Journey-Daten verknüpfen, um vollständig zu verstehen, wie gut Ihre Multi-Channel-Kampagnen funktionieren. Die native Integration zwischen Adobe-Programmen bietet die Vorteile von konsistenten Workflows, gemeinsam verwendeten Zielgruppen und geringerer Latenz.

Dank einer Vielzahl vorkonfigurierter Connectoren und flexibler APIs können die Lösungen in Tausende Programme integriert werden. Und da nicht jedes Unternehmen über das gesamte Portfolio von Adobe

verfügt, ist die Integration mit anderen Lösungen problemlos möglich. Adobe Customer Journey Analytics, Real-Time Customer Data Platform und Target fügen sich nahtlos in Ihren vorhandenen Technologie-Stack ein und können separat oder als Paket erworben werden.

Machen Sie den nächsten Schritt.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Ihnen Adobe-Lösungen bei der Erfassung und Analyse von Kundendaten helfen können, damit Sie bessere Ergebnisse erzielen.

[Mehr erfahren](#)

Oder [fordern Sie eine Demo an](#)



Quellenangaben.

- 1 [„The Business Impact of Investing In Experience“](#), Forrester, Juni 2021.
- 2 [„The State of Commerce Experience 2021“](#), Bloomreach, 2021.
- 3 [„The Total Economic Impact of Adobe Experience Cloud“](#), Forrester, Juli 2021.



© 2021 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.