

SPOTLIGHT.

Adobe Journey Optimizer – E-Mail-Marketing.

Bereitstellung relevanter, personalisierter E-Mails – ob für geplante Kampagnen oder Echtzeitinteraktionen – im Kontext der gesamten Customer Journey.

Marketing-Fachleute möchten die Wirkung von E-Mail-Programmen mit personalisierten E-Mails maximieren, die jede einzelne Kundin und jeden einzelnen Kunden mit kontextbezogenen, spontanen Mitteilungen ansprechen, die durch das Kundenverhalten ausgelöst werden.

E-Mails sind nach wie vor einer der effektivsten Kanäle, um Kundschaft im benötigten Umfang zu erreichen. Allerdings stellen überfüllte und unübersichtliche Posteingänge noch immer eine Herausforderung für Marken dar, wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit von Kundinnen und Kunden zu gewinnen. Zur Überwindung dieser Herausforderung müssen Marketing-Fachleute personalisierte Marketing-E-Mail-Kampagnen mit hochrelevanten, auf dem aktuellen Kundenverhalten basierenden E-Mails ergänzen. Wer so vorgeht, kann sich von der Konkurrenz abheben, Aufmerksamkeit erzeugen und E-Mail-Interaktionen fördern.

Mit Adobe Journey Optimizer können Fachleute für E-Mail-Marketing genau dies in den fünf folgenden Schlüsselbereichen tun:



E-Mail-Kampagnen und Journeys. Ein Programm zum Versenden von On-Demand-, Batch- und Echtzeit-Journeys.



E-Mail-Design und Personalisierung. Marketing-freundliche Tools zum Entwerfen und Bearbeiten komplett neuer sowie vorlagen- oder HTML-basierter E-Mails, die mithilfe von Profilattributen, dynamischem Content und mehrsprachiger Unterstützung personalisiert werden.



Optimierung und Erkenntnisse durch KI. Anwendung intelligenter Methoden zum Steigern der Workflow-Effizienz, Versenden der richtigen Mitteilungen und Angebote zum richtigen Zeitpunkt und Optimieren von E-Mail-Programmen durch Erlebnisentscheidung, Experimente und Reporting.



Zustellbarkeit. Funktionen für eine erfolgreiche E-Mail-Zustellung, bei der Best Practices für Kontaktakquise, Berechtigungen und Listen-Management im benötigten Umfang angewendet werden, sowie optionales Consulting zur Überwachung und Diagnose von Problemen sowie Optimierung der Performance.



Compliance, Einverständnis und Datenschutz. Integrierte Datenschutz- und Governance-Richtlinien, um Kundenpräferenzen gerecht zu werden, sowie Add-ons für Privacy and Security Shield und Healthcare Shield für Branchen mit erhöhten Sicherheitsanforderungen.

Zentrale Orchestrierung von E-Mail-Kampagnen und Journeys.

Über ein einziges Programm können Fachleute für E-Mail-Marketing sowohl zielgruppenbasierte Batch-Kampagnen als auch ereignisbasierte Echtzeit-Journeys versenden.

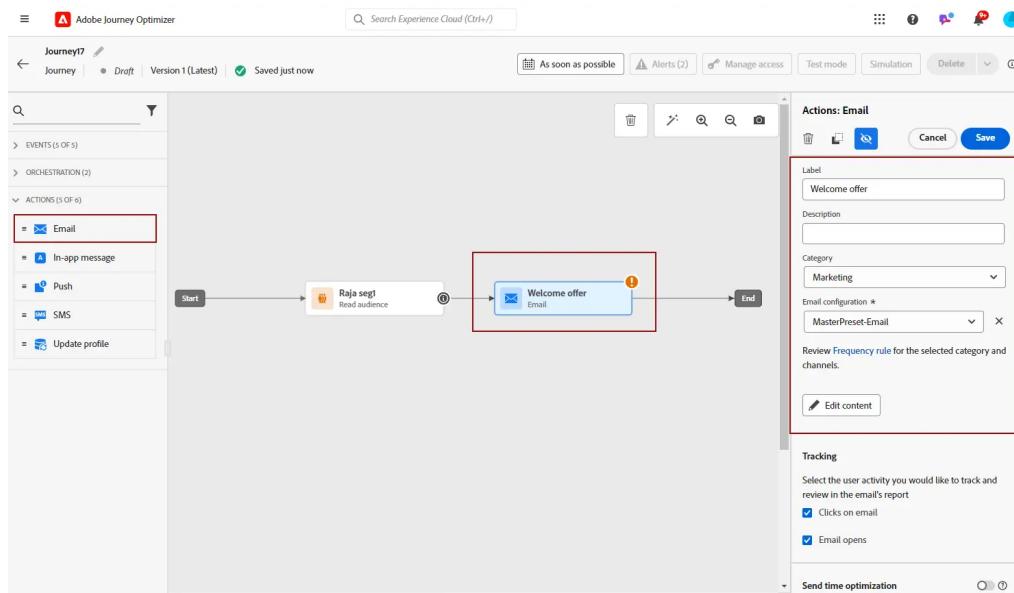
Zielgruppenbasierte On-Demand-Kampagnen.

Batch-E-Mail-Kampagnen bilden häufig das Fundament der Marketing- und Kommunikationsstrategien von Marken. Die Erstellung und Bereitstellung terminierter oder On-Demand-Batch-Kampagnen für den gesamten Kundenstamm oder definierte Zielgruppen sind eine schnelle, einfache und kostengünstige Methode, um auf eine Verkaufaktion aufmerksam zu machen, Leads zu fördern und die Markenwahrnehmung zu verbessern. Beispielsweise kann eine Luxus-Hotelgruppe Personen, die in letzter Zeit zu Gast waren, zu wiederholten Buchungen animieren, indem sie ihnen wöchentliche E-Mails mit einem Rabatt für die nächste Reservierung sendet. Dieselbe Gruppe könnte allen Kundinnen und Kunden einen monatlich erscheinenden E-Mail-Newsletter zukommen lassen und darin ihre Hotels an einzigartigen oder beliebten Reisezielen vorstellen.

Echtzeit-Journeys.

E-Mails zu versenden, die aufgrund von Echtzeitereignissen ausgelöst werden, etwa preisreduzierte Tickets für ein Event, ist eine der besten Methoden, um Interaktionen mit der Kundschaft zu intensivieren. E-Mails können auch Teil einer mehrphasigen Customer Journey sein. Dabei wird auf die Handlungen jeder Kundin und jedes Kunden geachtet und eine E-Mail auf Basis bestimmter Qualifizierungsereignisse versendet. Zum Beispiel könnte eine Person, die ein Anlagekonto eröffnet, eine Reihe von E-Mails auslösen, in denen dann die wichtigsten Kontofunktionen erklärt werden.

E-Mails können Teil einer mehrphasigen Journey sein. Dabei wird auf die Handlungen jeder Kundin und jedes Kunden geachtet und eine E-Mail auf Basis bestimmter Qualifizierungsereignisse versendet.



Eine E-Mail kann im Rahmen einer Customer Journey hinzugefügt und durch eine Kundenaktion oder ein Ereignis versendet werden, z. B. wenn eine Kundin oder ein Kunde Mitglied einer Zielgruppe wird.

Konsistente Kommunikation auf allen Kanälen.

E-Mails und Mitteilungen von anderen Outbound-Kanälen wie SMS/MMS, In-App-Mitteilungen oder Push-Benachrichtigungen sowie von Inbound-Kanälen wie Websites lassen sich allesamt mühelos über Journey Optimizer verwalten. Da sämtliche Kommunikation im Kontext der Echtzeit-Journeys der Kundschaft erfolgen kann, können Marketing-Fachleute Konsistenz sicherstellen und die Relevanz der Kommunikation zugunsten höherer Conversion steigern.

Gestaltung personalisierter E-Mails für alle.

Durch Marketing-freundliche Tools können Fachleute für E-Mail-Marketing E-Mails mithilfe von Vorlagen, HTML-Importen oder vollständig neuen Designs entwerfen und bearbeiten. Personalisierungsfunktionen, darunter Regeln, dynamischer Content und die Unterstützung mehrerer Sprachen, sorgen dafür, dass jede Zielgruppe bzw. jede Kundin und jeden Kunden die richtige Mitteilung erreicht, und zwar ausgehend vom jeweiligen Standort oder der bevorzugten Sprache.

E-Mail-Designer für flexibles Authoring.

Beim E-Mail-Designer handelt es sich um einen visuellen Drag-and-Drop-Editor, mit dem Layout, Content-Komponenten, Bilder und Angebote einfach zusammengestellt und so äußerst ansprechende E-Mails erstellt werden können. Vorkonfigurierte Vorlagen, Zugriff auf Adobe Stock-Bilder, wiederverwendbare Content-Fragmente, vollständige HTML-Flexibilität und WYSIWYG-Bearbeitung beschleunigen den Workflow.

HTML-Erstellung, -Import und -Konvertierung.

Ein HTML-Code-Editor unterstützt die HTML-Neucodierung von E-Mails oder den HTML-Import aus einer vorhandenen E-Mail oder Vorlage. Importierter HTML-Code wird zur visuellen Bearbeitung und Personalisierung im E-Mail-Designer automatisch in Drag-and-Drop-Komponenten umgewandelt, damit technische und nicht technische Anwenderinnen und Anwender E-Mails einfacher und schneller finalisieren können.

The screenshot shows the 'Create your email' interface. At the top, there are three options: 'Design from scratch' (with a plus sign icon), 'Code your own' (with a code editor icon), and 'Import HTML' (with a cloud icon). Below these, there's a section titled 'Select design template' with a search bar and a 'Sample templates' button. A grid of four template cards is shown: 'Behance - 8th March', 'Behance - Hypnotise', 'Behance - Photo Journal', and 'Behance - Template Color'. Each card displays a preview of the template design.

E-Mails können mit dem E-Mail-Designer in einem visuellen Editor erstellt werden: mit komplett neuem HTML-Code oder auf Grundlage von importiertem Code aus einer vorhandenen HTML-E-Mail.

Einfach zugängliche Assets.

Adobe Experience Manager Assets Essentials ist ein einfaches, in Journey Optimizer enthaltenes DAM-System. Dank dieser Integration können die in E-Mail-Mitteilungen verwendeten digitalen Assets zentral gespeichert, verwaltet, identifiziert und verteilt oder sogar direkt aus Adobe Creative Cloud-Programmen wie Adobe Photoshop abgerufen werden.

Personalisierungsattribute.

Personalisierung, die auf Kundenprofilattributen wie dem Namen und Standort beruht, kann dazu beitragen, dass Personen das Gefühl haben, dass eine E-Mail speziell nur für sie geschrieben wurde. Ein Beispiel: Eine Kundin hat sich gerade ein Auto gekauft und erhält vom Vertragshändler eine E-Mail. Darin gratuliert er ihr zum Kauf, spricht sie mit ihrem Namen an, zeigt ein Foto ihres neu erworbenen Fahrzeugs und bietet ihr einen kostenlosen Ölwechsel nach 5.000 Kilometern an. Diese Art personalisierter E-Mail ist ein Mittel zur Interaktion mit der Kundschaft und stärkt die Kundenbindung.

Dynamischer Content.

Mit dem Regel-Builder könnt ihr bei der Personalisierung noch einen Schritt weiter gehen. Denn damit könnt ihr Bedingungsregeln einrichten, die E-Mail-Elemente anhand von Profilattributen, kontextbezogenen Ereignissen oder Zielgruppen personalisieren. E-Mail-Elemente, die dynamisch personalisiert werden können, sind etwa Betreffzeilen, Texte, Links und Angebote. Der dynamische Content wird dabei an die jeweilige Empfängerin oder den jeweiligen Empfänger angepasst. Beispielsweise ist auf dem Titelbild für Kundschaft in New York automatisch die Freiheitsstatue zu sehen.

Mehrsprachiger Content.

Viele Marken haben Kundinnen und Kunden auf der ganzen Welt und arbeiten mit externen Übersetzungsagenturen zusammen, um lokalisierte Sprachversionen ihrer Kommunikation, einschließlich E-Mail-Mitteilungen, zu erstellen. Da sich Journey Optimizer mit externen (maschinellen oder konventionellen) Übersetzungsdielen integrieren lässt, können Fachleute für E-Mail-Marketing ganz einfach dafür sorgen, dass eine E-Mail automatisch in der von der Empfängerin oder dem Empfänger bevorzugten Sprache angezeigt wird. So erhält etwa eine Kundin in Frankreich die E-Mail auf Französisch, aber ein Kunde in Japan auf Japanisch. Journey Optimizer bietet zudem effiziente Workflows für Marken, die die Übersetzungen selbst intern anfertigen.

The screenshot displays two overlapping windows from the Adobe Journey Optimizer interface. The top window is titled 'Campaign multilingual' and shows an email preview with a tropical scene and a LUMA logo. The left sidebar lists 'Languages' (Manual, Email_multilingual) and 'Locales' (English - United States, French - France, Spanish - Spain). A context menu is open over the French locale entry, with options 'Copy to other locales' and 'Disable Locale'. The bottom window is titled 'Autumn newsletter_copy' and shows a 'Language settings' table:

Name	Languages	Type	Added by	Last update
testing_language_se...	English - United States [x2]	Manual translation		10/10/2024
Mayank_test_lang...	English - United States [x2]	Manual translation		10/10/2024
settings_newsletter	English - United States [x1]	Translation project	10/10/2023	
setting_multilingual	English [x3]	Translation project	10/10/2023	
LMA_test_project_s...	English - United States [x3]	Translation project	10/10/2023	
arman_lang_setting1	[x2]	Manual translation	9/27/2023	
arman_lang_settings	English - United States [x1]	Manual translation	9/27/2023	

Wird Journey Optimizer mit einem Übersetzungsdienst integriert, wird der E-Mail-Text bei Angabe der von einer Person bevorzugten Sprache automatisch entsprechend aktualisiert.

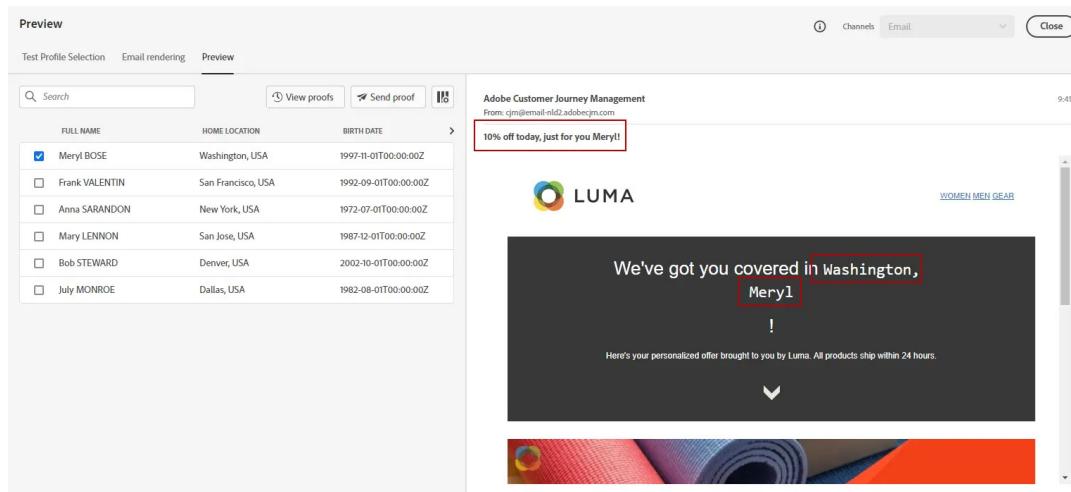
Content-Sperren.

Marketing-Fachleute müssen sicherstellen, dass E-Mail-Elemente wie Header, Schriftarten und Logos markenkonform und einheitlich sind. Darüber hinaus möchten sie die Anzahl der durchgeföhrten Qualitätssicherungsverfahren reduzieren, indem sie unerwünschte Änderungen ausschließen. E-Mails enthalten außerdem wichtigen Governance- und Compliance-Content wie Abmelde-Links, Haftungsausschlüsse und Kontaktinformationen, die nicht geändert werden dürfen. Journey Optimizer geht auf diese Anforderungen ein. So können Marketing-Fachleute ganze Vorlagen, bestimmte Elemente oder einzelne Inhalte innerhalb dieser Elemente sperren, was ihnen umfassende Kontrolle ermöglicht.

Genehmigungs-Workflows, Vorschau und Proofing.

Vor ihrem Versand müssen E-Mails vollständig genehmigt und geprüft werden, um die Genauigkeit und Optimierung des Contents für die Bereitstellung sicherzustellen. Journey Optimizer umfasst integrierte Genehmigungs-Workflows, mit denen Fachleute vor dem Versand Prüfungen, Genehmigungen und Kommentare von bestimmten Personen anfordern können. Marketing-Teams können Rollen, Richtlinien und genehmigende Personen nach Kampagnentyp, Kampagne oder Journey und Kanal (E-Mail oder andere Kanäle) zuweisen. Genehmigende Personen können prüfen, kommentieren und automatisierte Mitteilungen auslösen, damit bestimmte Team-Mitglieder Änderungen durchführen.

Testprofile, die mit der Funktion „Inhalt simulieren“ verwendet werden, ermöglichen es Fachleuten für E-Mail-Marketing, E-Mail-Content, einschließlich personalisierter Elemente, vor dem Proof-Versand in einer Vorschau anzuzeigen und zu verifizieren. Durch die Integration mit Litmus kann Journey Optimizer außerdem zeigen, wie eine E-Mail auf verschiedenen Geräten und E-Mail-Clients dargestellt wird.



Mit Testprofilen lässt sich vor dem Versand überprüfen, wie Content samt personalisierten Elementen in einer E-Mail dargestellt wird.

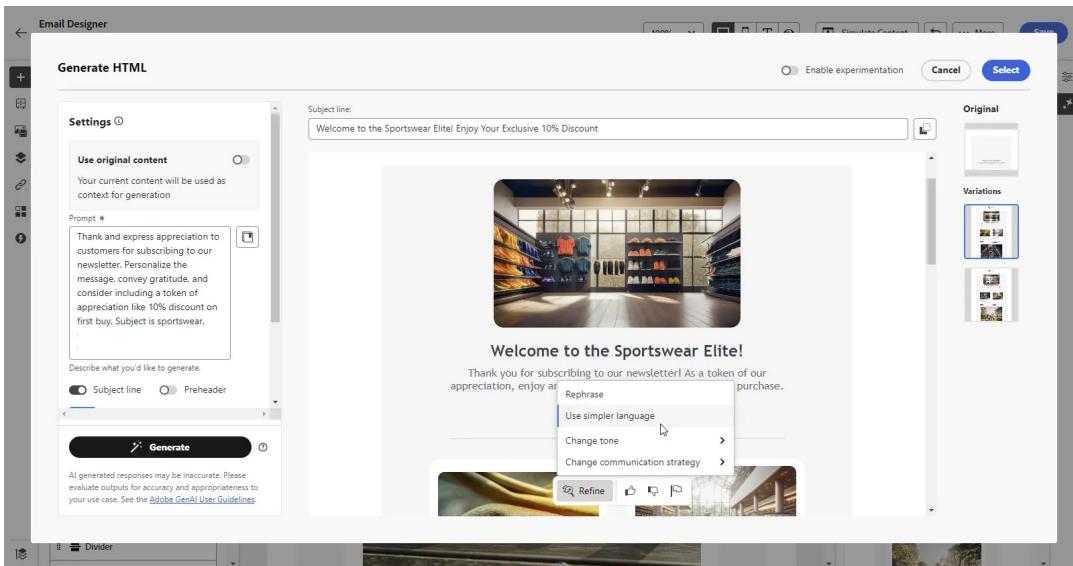
Inspiration, Optimierung und Erkenntnisse durch KI.

Fachleute für E-Mail-Marketing können mit der Leistungsstärke generativer KI E-Mails, Texte und Bilder erstellen. Sie können auch intelligente Methoden anwenden, um die richtigen Mitteilungen und Angebote zum richtigen Zeitpunkt zu versenden, und experimentieren, um ihre E-Mail-Programme für ein Höchstmaß an Interaktion zu optimieren.

Der KI-Assistent für die Content-Erstellung

Die [KI-Assistent für die Content-Erstellung](#) in Journey Optimizer nutzt generative KI, um auf Basis einer klar definierten Vision für E-Mail, Kontext und Markenrichtlinien ansprechende, markenkonforme E-Mails zu erstellen. Über den KI-

Assistenten lassen sich auch E-Mail-Komponenten wie Betreffzeilen, Preheader, E-Mail-Texte und Bilder für einzelne E-Mails oder innerhalb vorausgewählter E-Mail-Vorlagen entwickeln. Um eine E-Mail zu generieren, erstellen Fachleute für E-Mail-Marketing auf natürlicher Sprache basierende Prompts wie „Der Kundschaft für das Newsletter-Abo danken. Mitteilung personalisieren, Dankbarkeit zeigen und ggf. ein Zeichen der Anerkennung einfügen, wie 10 % Rabatt für den ersten Kauf. Thema sind Sportartikel.“



Durch die Content-Beschleunigung des KI-Assistenten wird die Erstellung von E-Mails und E-Mail-Content hoher Qualität mit Prompts in natürlicher Sprache, Kontext und Markenrichtlinien beschleunigt.

Optimierung der Versandzeit.

Mithilfe von KI prognostiziert die Funktion zur Optimierung der Versandzeit den optimalen Zeitpunkt für eine E-Mail an die einzelnen Kundinnen und Kunden, um die Kundeninteraktion auf Grundlage historischer Öffnungs- und Klickraten zu maximieren. Für bessere E-Mail-Öffnungs- und Klickraten ermittelt das Machine-Learning-Modell den optimalen Versandzeitpunkt (Uhrzeit, Tag und eine Kombination aus beidem) für alle Kundinnen und Kunden. Das Ziel: ein Höchstmaß an Interaktion durch terminierte, personalisierte Bereitstellung.

Intelligente Entscheidungsfindung im E-Mail-Design-Workflow.

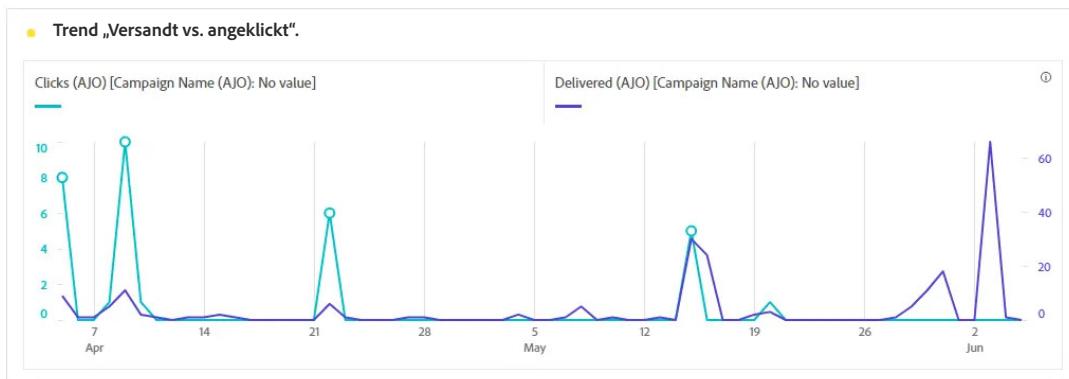
Beim Erstellen von E-Mails im E-Mail-Designer können Entscheidungen eingefügt werden. Dabei wird mit von Marketing-Fachleuten definierten Regeln oder KI-Anleitungen das nächste beste Angebot oder Produkt bzw. die nächste beste Mitteilung in einer E-Mail festgelegt. Beispielsweise kann eine Angebotsentscheidung zu einer E-Mail hinzugefügt werden, sodass ein Rabattangebot abhängig von der Treuestufe der Empfängerin oder des Empfängers variiert.

Experimentieren (A/B-Tests).

Wer mit verschiedenen E-Mail-Varianten experimentiert, angefangen bei vollständigen E-Mails bis zu Betreffzeilen, Textinhalten und Absenderadressen, findet die Variante, mit der sich die eigenen geschäftlichen Ziele am besten erreichen lassen. Varianten werden einem Marketing-seitig definierten Prozentsatz der Zielgruppe zugeordnet, um festzustellen, was am besten funktioniert. Indem das aktuelle Erlebnis nur einem Teil der Zielgruppe bereitgestellt wird, zeigt sich, ob sich mit neuen Varianten Performance-Unterschiede einstellen. Sobald die Gewinnervariante feststeht, kann diese implementiert werden, ohne laufende Kampagnen zu stören.

Reporting und Messung.

Reports mit minütlicher Datenaktualisierung liefern eindeutige Erkenntnisse zur betrieblichen Performance von E-Mail-Programmen. Tabellen- und diagrammbasierte Reports stellen Schlüsselmetriken bereit. Dazu zählen die Anzahl der versendeten, zugestellten und unzustellbaren E-Mails sowie Zustellungen im Vergleich zu Klicks, getrackte Links mit dem meisten Traffic, Betreffzeilen mit der besten Performance und vieles mehr. Die E-Mail-Performance im Laufe der Zeit kann ebenfalls geprüft werden. Anhand historischer Daten lassen sich Zustell- und Interaktionsraten sowie der Fortschritt der Kundschaft innerhalb der Journeys nachvollziehen.



Der Report zum Trend „Versandt vs. angeklickt“ zeigt die Anzahl der im Rahmen einer Kampagne erfolgreich zugestellten E-Mails und gibt durch die Menge der Klicks Aufschluss darüber, wie viele Kundeninteraktionen die E-Mail ausgelöst hat.

Bessere Zustellbarkeit durch vorkonfigurierte Funktionen.

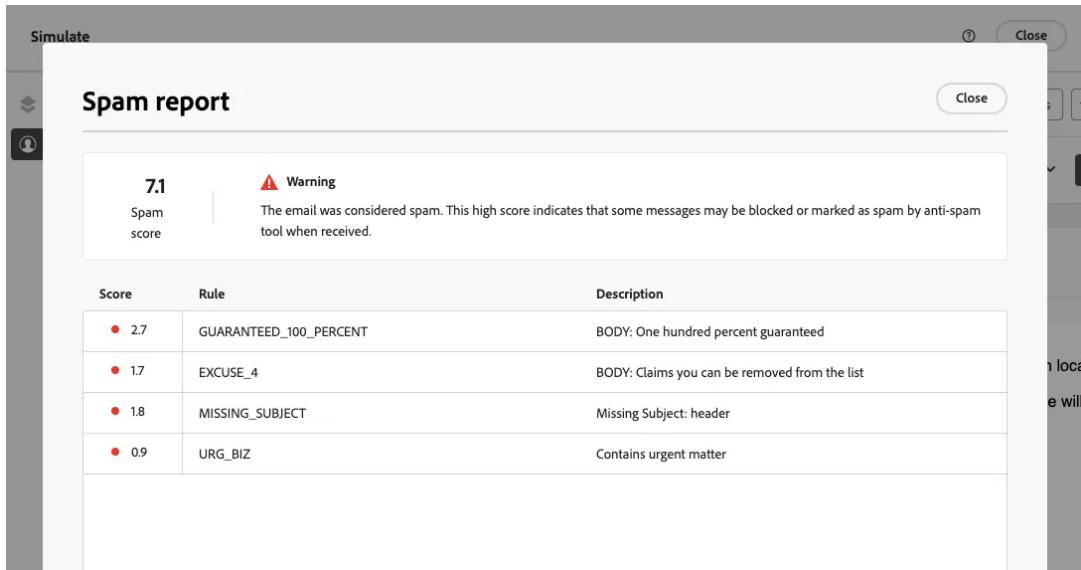
Journey Optimizer verfügt über leistungsstarke, vorkonfigurierte Zustellbarkeitsfunktionen. In Verbindung mit optionalen strategischen Services zur Überwachung, Diagnose und Einführung von Best Practices ermöglichen es diese, Posteingangsplatzierungen zu optimieren und Zustellbarkeitsrisiken zu antizipieren.

Effizientes IP-Warming.

Um Kundschaft vor unerwünschten E-Mails zu schützen, bewerten und bestimmen Internet-Dienstanbieter und Mailbox-Provider die Vertrauenswürdigkeit neuer E-Mail-Absenderinnen und -Absender. Durch IP-Warming können Fachleute für E-Mail-Marketing eine gute Reputation für neue, mit ihrem E-Mail-Marketing-Programm verbundene IP-Adressen aufbauen. Journey Optimizer-Workflows zum automatisierten Aufwärmern von IPs versenden einige wenige E-Mails. Im Laufe der Zeit wird diese Menge dann nach und nach gesteigert, um die Zustellbarkeit von E-Mails zu verbessern und eine starke E-Mail-Reputation aufzubauen.

Spam-Prüfungsanalyse, Tests und Warnhinweise.

Integrierte Spam-Prüfungsfunktionen sorgen für eine ausführliche Analyse von E-Mail-Content, Betreffzeilen, HTML-Code und Text im Hinblick auf gängige Spamtrigger und warnen Fachleute für E-Mail-Marketing proaktiv vor potenziellen Problemen. Dadurch lässt sich zum einen nachvollziehen, wie Spam-Filter E-Mails behandeln, zum anderen können Taktiken angepasst, Probleme korrigiert, das Risiko einer Spam-Kennzeichnung von E-Mails reduziert und die Zustellbarkeit von E-Mail-Kampagnen maximiert werden. All dies verstärkt den Ruf einer Marke als vertrauenswürdigen E-Mail-Absender.



Funktionen zum Spam-Schutz prüfen E-Mails automatisch, kennzeichnen potenzielle Spam-Probleme, führen für jedes Problem eine Schweregradbewertung durch und liefern einen allgemeinen Spamscore – nützliches Feedback, durch das Fachleute für E-Mail-Marketing ihre E-Mails verbessern können.

Geschwindigkeit und Skalierung.

Im Rahmen von E-Mail-Marketing-Programmen müssen Milliarden von Profilen zuverlässig verwaltet, pro Stunde Millionen personalisierte Mitteilungen mit Angeboten zugestellt und die schnelle Bereitstellung zeitkritischer Kommunikation sichergestellt werden. Dank Journey Optimizer besitzen Fachleute für E-Mail-Marketing die Geschwindigkeits- und Skalierungsoptionen auf Unternehmensebene, die für den Erfolg ihrer E-Mail-Programme ausschlaggebend sind.

Services und Strategie.

Für E-Mail-Marketing-Programme mit komplexeren oder komplizierteren Anforderungen an die Zustellbarkeit von E-Mails bietet Adobe zusätzliche Premium-Pakete für Zustellbarkeits-Consulting. Diese Pakete umfassen Produkt-Support, strategische Beratung, Unterstützung bei der Diagnose von Problemen, proaktives Monitoring, monatliche Report-Meetings sowie feste Beraterinnen bzw. Berater.

Sicherstellung von Compliance, Einverständnis und Datenschutzstandards.

Kundinnen und Kunden möchten, dass Marken die Vertraulichkeit ihrer Daten und ihre Präferenzen bei der Kommunikation respektieren. Journey Optimizer verfügt über zahlreiche Funktionen, mit denen Fachleute für E-Mail-Marketing diese Vorlieben und Datenschutzanforderungen achten und das Vertrauen ihrer Kundschaft sichern können.

E-Mail-Unterdrückungslisten.

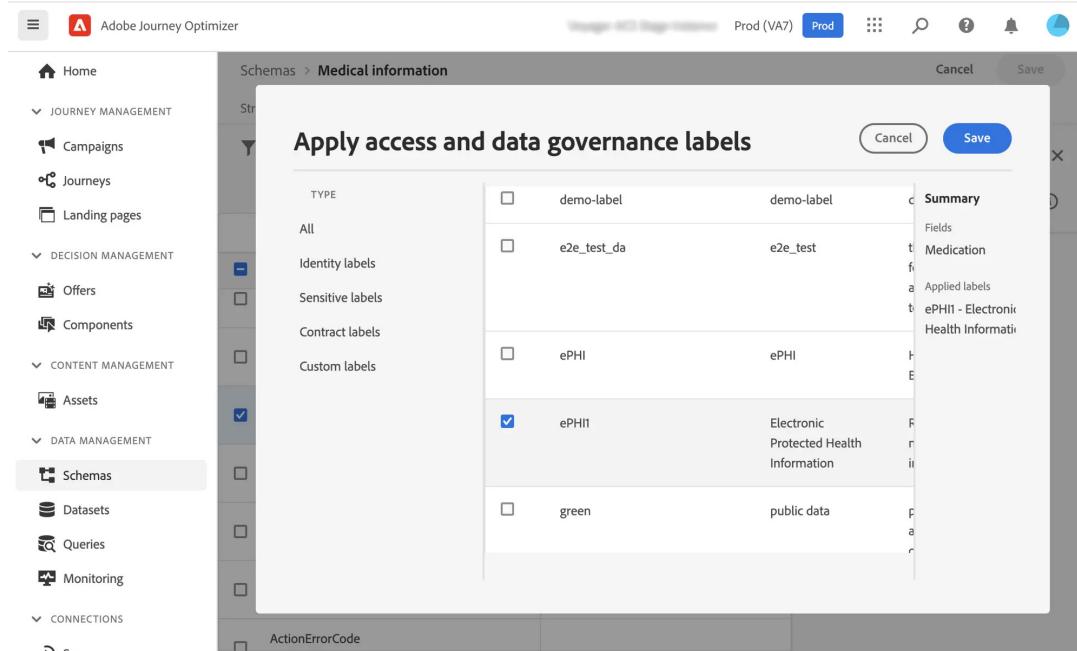
Durch Anwendung von E-Mail-Unterdrückungslisten lässt sich der Versand von E-Mails an die Kontakte vermeiden, die diese Mitteilungen nicht erhalten sollen. Dazu werden die fraglichen Kontakte während der Segmentierung herausgefiltert. Warum eine Person in die Unterdrückungsliste aufgenommen wird, kann viele Gründe haben, z. B. weil eine Spam-Beschwerde eingereicht wurde oder eine E-Mail nicht zugestellt werden konnte, was auf eine ungültige Adresse hindeutet.

Regeln zur E-Mail-Häufigkeit.

Regeln zur E-Mail-Häufigkeit können zu Verringerung von Marketing-Ermüdung und Einhaltung von Kommunikationspräferenzen beitragen. Manche Kundinnen und Kunden bevorzugen beispielsweise statt täglicher Updates von Nachrichtenagenturen wöchentliche E-Mails mit einer Zusammenfassung aller Neuigkeiten oder einfach E-Mails zu einem bestimmten Thema.

DULE-Governance.

Zum Schutz von Kundendaten unterstützt das Governance-Framework Data Usage Labeling and Enforcement (DULE) von Adobe Experience Platform das Labeling von Feldern mit vertraulichen Daten. Data-Governance-Richtlinien können dann kanalübergreifend durchgesetzt werden. Wenn etwa ein Feld, das den Familienstand einer Person erfasst, für eine E-Mail-Targeting-Aktion mit „marital_status_private“ gekennzeichnet wird, lässt sich der Versand einer E-Mail vermeiden, die Daten zum Familienstand enthält oder zur Personalisierung nutzt.



The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a sidebar with various management sections like Journey Management, Decision Management, Content Management, and Data Management. Under Data Management, 'Schemas' is selected. In the main area, a schema named 'Medical information' is selected. A modal window titled 'Apply access and data governance labels' is open, listing different label types and their descriptions. The 'ePHI' label is checked, and its detailed description is visible on the right side of the modal.

TYPE	Label Name	Description	Category
All	e2e_test_da	e2e_test	Fields
Identity labels	ePHI	Electronic Protected Health Information	Applied labels
Sensitive labels	green	public data	ePHI - Electronic Health Information
Contract labels			
Custom labels			

Das DULE-Framework ermöglicht es, ein Datenfeld als Feld mit vertraulichen Daten zu taggen. Mit einer Data-Governance-Richtlinie kann dadurch die gemeinsame Nutzung von Daten bzw. die Personalisierung von Content in einer E-Mail oder auf einem anderen Kommunikationskanal verhindert werden.

Datenschutz und Sicherheit.

Adobe nimmt den Datenschutz und die Datensicherheit sehr ernst und gehört zum erweiterten Vorstand verschiedener bedeutender Branchengruppen wie der Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group (M3AAWG) und der Email Sender and Provider Coalition (ESPC). Adobe hält sich außerdem an das europäische Gesetz über digitale Märkte (Digital Markets Act, DMA). Darüber hinaus bietet Adobe für Kundschaft aus stark regulierten Branchen zusätzliche Datenschutz- und Sicherheitspakete für Experience Platform: das Add-on [Privacy and Security Shield](#) für Kundschaft aus Branchen wie dem Finanzdienstleistungssektor und das Add-on [Healthcare Shield](#) für Kundschaft aus dem Gesundheitswesen.

Über Adobe Journey Optimizer.

Adobe Journey Optimizer basiert nativ auf der branchenführenden Lösung Adobe Experience Platform und ermöglicht es Marken, in einem einzigen Cloud-nativen Programm terminierte Omni-Channel-Kampagnen und 1:1-Momente für Millionen von Kundinnen und Kunden zu verwalten und die gesamte Customer Journey mit intelligenter Entscheidungsfindung und Erkenntnissen zu optimieren.

Erfahrt mehr über Adobe Journey Optimizer und die ersten Schritte für relevante E-Mail-Marketing-Kampagnen.

[Weitere Informationen](#)



© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/ or other countries.