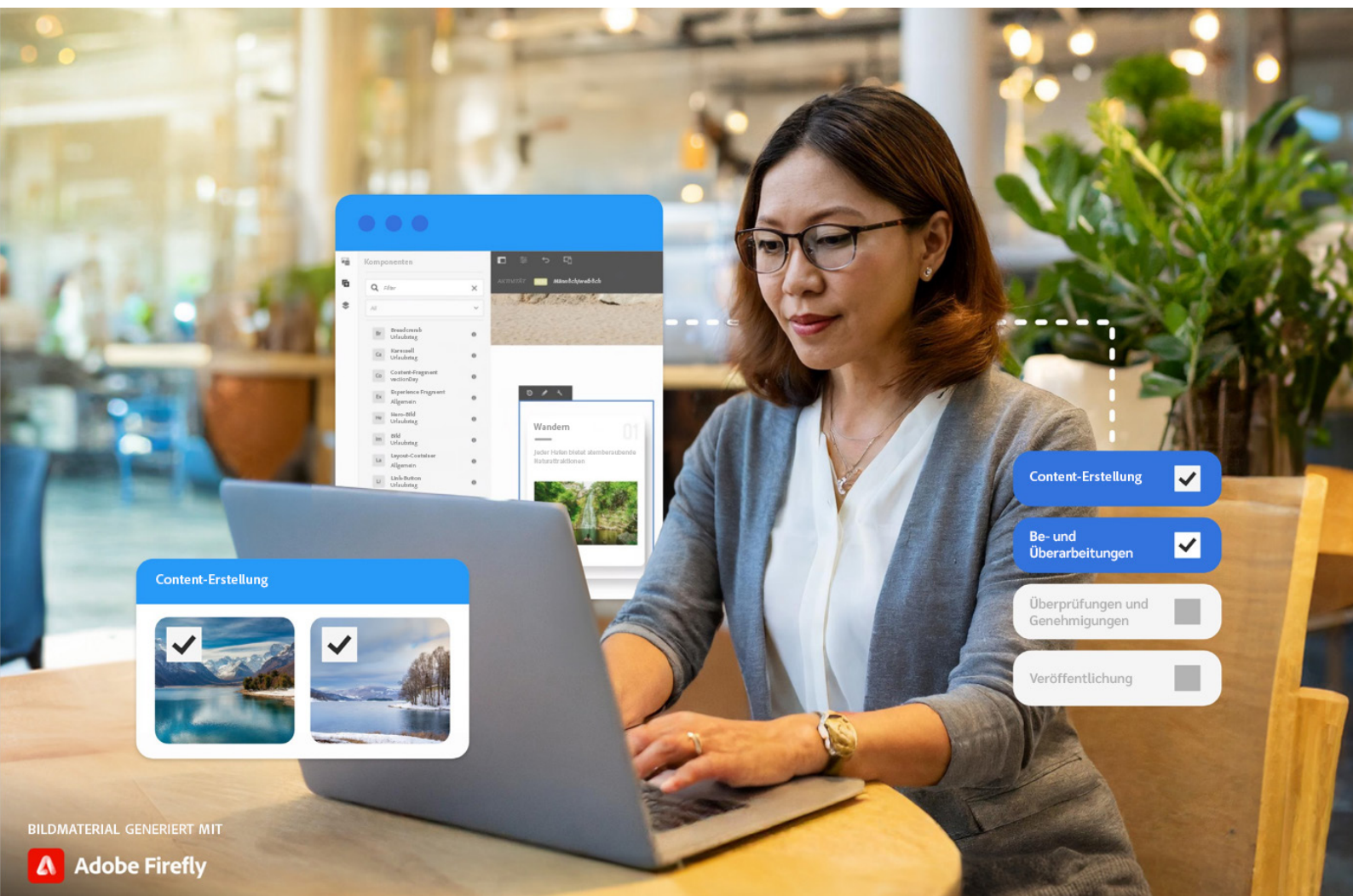




KURZANLEITUNG.

Workflows und Governance in Adobe Experience Manager Sites.

So erzielt ihr kreative Freiheit, die nicht
zulasten der Konsistenz geht.



Content-Erstellung



Content-Erstellung



Be- und
Überarbeitungen



Überprüfungen und
Genehmigungen



Veröffentlichung



Das Betreiben von Unternehmens-Websites ist mit besonderen betrieblichen Herausforderungen verbunden. Ohne die richtige Technologie ist die Veröffentlichung und Verwaltung von Content in diesem Umfang unter Umständen schwierig und langwierig. Wenn beispielsweise Änderungen an einer Website bereit für die Veröffentlichung sind, kann es zu Verzögerungen kommen, weil es keine automatischen Überprüfungen, Genehmigungen oder Aktivierungen in eurem Content-Management-System (CMS) gibt.

Die Plattformen, auf denen diese Websites basieren, sind auf reibungslose Workflows und Content-Governance angewiesen. Sie ermöglichen es, dass mehrere Hundert Mitarbeitende mehrere Millionen Seiten erstellen, verwalten und veröffentlichen und gleichzeitig sicherstellen können, dass die enormen Content-Bestände Markenrichtlinien, lokalen Gesetzen und Sicherheitsbestimmungen entsprechen.

Adobe Experience Manager Sites ist das branchenführende CMS, mit dem Marketing- und IT-Teams in Höchstgeschwindigkeit den richtigen Content für jegliche digitale Präsenzen erstellen, verwalten und bereitstellen können. Es unterstützt einige der größten Unternehmens-Websites der Welt, angefangen bei den Websites von Adobe bis zu denen von IBM, Cisco oder DICK'S Sporting Goods. Diese umfassen Präsenzen in mehreren Sprachen, in zahlreichen Ländern und auf vielen verschiedenen Kanälen.

In diesem Leitfaden gehen wir auf die folgenden Themen ein:

1. Was sind Content-Management-Workflows und wie lassen sie sich automatisieren?
2. Was ist Content-Governance und warum ist sie wichtig?
3. Wie beschleunigen Workflows und Governance in Experience Manager Sites den Publishing-Prozess?

Was sind Content-Management-Workflows?

Bei Content-Management-Workflows in CMS-Systemen handelt es sich um vordefinierte Schritte, die Seiten und Assets vor der Veröffentlichung durchlaufen müssen. Zweck dieser Workflows ist es, die Content-Erstellung und -Verwaltung zu optimieren. So soll sichergestellt werden, dass alle Inhalte von hoher Qualität sind, den Vorschriften entsprechen und auf die jeweiligen Geschäftsziele abgestimmt sind. Ihr könnt automatisierte Workflows beispielsweise nutzen, um erste Content-Überprüfungen durchzuführen, Content als Vorschau bereitzustellen, für markenkonforme Formatierung und Gestaltung zu sorgen, die Genehmigung von Stakeholdern einzuholen und schließlich Veröffentlichungen zu terminieren.

Mit dem richtigen CMS könnt ihr Schritte automatisieren, die euch durch die folgenden Prozesse führen:



1. Erstellung.

Wie erstellen Autorinnen und Autoren Content und laden ihn in das CMS hoch?



2. Überprüfung.

Wer in eurem Team muss Content vor der Live-Schaltung überprüfen?



3. Genehmigung.

Muss Content vor der Veröffentlichung von der Unternehmensführung oder der Rechtsabteilung genehmigt werden?



4. Be- und Überarbeitung.

Wie sehen die Verfahren zur Aktualisierung von Content aus?



5. Veröffentlichung.

Wie wird Content als Vorschau bereitgestellt und veröffentlicht, wenn er bereit für die Live-Schaltung ist?



6. Archivierung und endgültige Löschung.

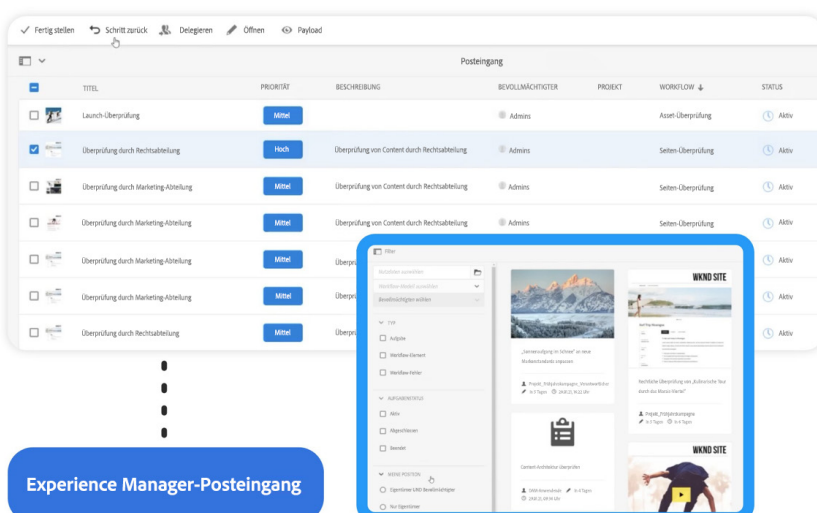
Was geschieht, wenn Content veraltet ist und entfernt werden muss?

So ermöglichen automatisierte Workflows nahtlose Veröffentlichungen.

Wenn ihr mit einem großen Team von Content-Erstellenden arbeitet oder die Content-Produktion mithilfe von KI ausbaut, kann euch der Content-Umfang vor eine enorme Herausforderung stellen. Einerseits braucht ihr Leitlinien, andererseits wollt ihr euer Team nicht bei seiner Arbeit einschränken. In Experience Manager Sites könnt ihr [Content-Workflows](#) automatisieren, um für ungehinderte Abläufe bei der Content-Erstellung zu sorgen.

Mit Experience Manager Sites könnt ihr die komplexen Aufgaben der Erstellung und Veröffentlichung in spezifische Aktionen, Regeln und Verfahren auf Basis von Rollen aufteilen. Durch automatisierte Workflows lassen sich viele unnötige Verzögerungen und Kommunikationsprobleme vermeiden, die sonst auftreten könnten.

Angenommen, ein Mitglied eures Marketing-Teams stellt die Texte und Assets für eine neue Seite eurer Website zusammen. Sobald der Content erstellt wurde, kann Experience Manager Sites automatisch das für die Überprüfung zuständige Team per E-Mail oder über den [Experience Manager-Posteingang](#) darüber informieren, dass der betreffende Text zur Genehmigung vorliegt. Gleichzeitig wird das für Design und Branding verantwortliche Team über den aktualisierten Content benachrichtigt. Nachdem die Seite geprüft und sämtliches Feedback berücksichtigt wurde, weisen automatisierte Workflows die Rechtsabteilung darauf hin, dass in Kürze die Live-Schaltung von neuem Content auf der Website erfolgen soll, der abschließend geprüft und genehmigt werden muss. Sobald der Content endgültig genehmigt wurde, kann er automatisch veröffentlicht werden.



Der Adobe Experience Manager-Posteingang ist ein anpassbares Dashboard. Dort werden alle Aufgaben und Workflows zusammengeführt, die einer Person zugewiesen sind. Damit kann sie den Überblick über Projekte behalten, Genehmigungen verwalten und den Status der einzelnen Elemente sowohl in der Listen- als auch in der Kalenderansicht überprüfen.

Experience Manager Sites kann Team-Mitgliedern automatisch Aufgaben zuweisen. Content-Autorinnen und -Autoren bleibt so die manuelle Weiterleitung von Content durch den Überprüfungsprozess erspart. So lässt sich der Zeitaufwand verringern. Es wird zudem sichergestellt, dass die vorgegebenen Verfahren eingehalten werden, und es wird verhindert, dass erforderliche Genehmigungen umgangen und Fristen versäumt werden.

Erweitert und vernetzt Workflows mithilfe umfangreicher Integrationen in Experience Manager.

Experience Manager Sites ist Teil von Adobe Experience Cloud und damit nativ in das umfassende Lösungsangebot von Adobe eingebunden, darunter Adobe Experience Manager Assets, Adobe Analytics, Adobe Campaign, Adobe Target und Adobe Commerce. Zusammen bieten diese Tools eine umfassende Suite von Marketing-Funktionen – von Analysen und Personalisierung bis zum Kampagnen-Management. Ihr könnt Adobe Experience Manager zur Verwaltung umfangreicher Marketing-Initiativen einsetzen und davon profitieren, dass sich all eure Workflows an einer zentralen Stelle befinden.

Angenommen, ihr habt ein Aufnahmeformular für Leads auf eurer Experience Manager-basierten Website, mit dem Angaben wie Besuchername, E-Mail-Adresse, Unternehmensname und Interesse erfasst werden. Workflows können die Übertragung der Lead-Informationen an euer CRM-System, den Start einer Nurturing-Kampagne in eurer Kampagnen-Management-Lösung und die Erstellung einer Aufgabe für ein Mitglied des Vertriebs-Teams zum Follow-up für die Interessentin bzw. des Interessenten orchestrieren. Durch diese Automatisierungen werden manuelle Aufgaben überflüssig, die Wahrscheinlichkeit menschlicher Fehler wird minimiert und die Datengenauigkeit wird sichergestellt.

Experience Manager Sites ist zudem erweiterbar. Dies ermöglicht es Entwicklenden, die Funktionen der Plattform anzupassen und auszubauen. Ermöglicht wird dies durch den „API first“-Ansatz, der intern und von Drittanbietern entwickelte Integrationen unterstützt. Mit dem Experience Manager-API können Entwickelnde Content einfach in externe Systeme importieren und dort veröffentlichen. Dies kann mithilfe des Content Rewriter Framework in verschiedenen Formaten wie HTML, JSON und XML erfolgen.

Was ist Content-Governance?

Bei Content-Governance handelt es sich um Regeln und Anleitungen für die Verwaltung des Content-Lebenszyklus. Damit wird sichergestellt, dass euer Content stets auf dem neuesten Stand ist und auf eure Strategien, Markenrichtlinien und gesetzlichen oder regulatorischen Anforderungen abgestimmt ist. Ein weiterer Aspekt von Governance ist die klare Kommunikation dieser Anforderungen und die Zuweisung der Verantwortlichkeiten für jeden Schritt des Validierungsprozesses an die zuständigen Stellen im Unternehmen.

Im Hinblick auf euer CMS bezieht sich Governance auf die folgenden Aspekte:

Content-Strategie.

Ist der Content an eurer Geschäfts- und Kampagnenstrategie ausgerichtet?

Rollen und Berechtigungen.

Welche Personen oder Gruppen verfügen über die Berechtigung, diesen Content zu bearbeiten?

Standards und Richtlinien.

Ist der Content auf eure Marken- anforderungen sowie auf gesetzliche Vorgaben abgestimmt?

Workflow-Prozesse.

Wurde der Content für die Veröffentlichung genehmigt?

Content Lifecycle Management.

Ist der Content noch aktuell? Oder sollte er aktualisiert bzw. archiviert werden?

Datensicherheit und -schutz.

Entspricht der Content den Datenschutzgesetzen und -bestimmungen des Landes, in dem ihr tätig seid? Ist der Datenschutz für Anwenderinnen und Anwender gewährleistet?

Technologie- und Infrastruktur-Management.

Ist dieser Content bzw. diese Plattform auf eure technologischen Anforderungen abgestimmt?

Warum Content-Governance wichtig ist.

Content-Governance soll vor allem gewährleisten, dass der auf eurer Website veröffentlichte Content qualitativ hochwertig ist und gesetzlichen Vorgaben entspricht. Mithilfe von Governance stellt ihr sicher, dass euer Content klar, auf die Tonalität eurer Marke abgestimmt, inklusiv, korrekt und konsistent ist.

Ein weiterer Vorteil richtiger Content-Governance besteht darin, dass sie Kundenerlebnisse verbessert. Wenn eure Inhalte unstrukturiert erscheinen, verlassen Kundinnen und Kunden möglicherweise eure Website, um sich nach Alternativen umzusehen. Die Erstellung einer gelungenen, rundum professionellen Website bedeutet, dass all eure Inhalte auf sämtlichen Web-Präsenzen und in allen Mobile Apps stets euren Markenrichtlinien entsprechen, damit die Kundschaft eure Marke leicht erkennen kann.

Andernfalls setzt ihr euer Unternehmen Risiken aus. Wenn ihr zulässt, dass veraltete, ungenaue oder inkonsistente Inhalte auf eurer Website verbleiben, kann dies eurer Marke schaden, die Kundschaft verwirren und potenzielle juristische Risiken nach sich ziehen.

KUNDENREFERENZ.

Erfahrt, wie es Kyndryl mithilfe integrierter Workflows gelingt, Web-Präsenzen in 41 Ländern und 25 Sprachen zu hosten, zu übersetzen und zu verwalten – und gleichzeitig für konsistente Markenerlebnisse zu sorgen.

The Kyndryl logo, featuring the word "kyndryl" in a lowercase, sans-serif font, with a small trademark symbol (TM) to the upper right of the letter "l".

Governance-Funktionen in Experience Manager Sites beschleunigen die Veröffentlichung und stellen gleichzeitig Compliance sicher.

Experience Manager Sites unterstützt eure Kreativ-Teams und sorgt zugleich für ein einheitliches Look-and-Feel für alle von euch verwalteten Web-Präsenzen. Wenn die Rollen während des gesamten Publishing-Prozesses klar definiert sind, lässt sich das Genehmigungsverfahren beschleunigen. Kreative können ihre Beiträge hochladen, erhalten dafür umgehend Feedback und Freigaben und können sie dann innerhalb weniger Stunden veröffentlichen, nicht erst nach Tagen oder Wochen.

Ein weiterer Vorteil von Experience Manager Sites ist die Möglichkeit zur detaillierten [Verwaltung von Berechtigungen](#). Die Berechtigungsverwaltung für kleine Websites lässt sich weitgehend durch Differenzierung zwischen Administration, Bearbeitung und Erstellung regeln. Bei größeren Unternehmens-Websites müssen die Berechtigungen jedoch häufig auf Seiten- oder sogar auf Asset-Ebene zugewiesen werden.

Experience Manager Sites bietet ein System für die Zugriffssteuerung und Berechtigungsvergabe. Damit könnt ihr steuern, wer was anzeigen oder bearbeiten darf, und gleichzeitig einzelnen Mitarbeitenden und Teams die entsprechenden Berechtigungen erteilen, um für wirkungsvolle personalisierte Kundenerlebnisse auf Unternehmensebene zu sorgen. Beispielsweise könnt ihr euren regionalen Teams die Berechtigung erteilen, Content speziell für einzelne Regionen zu bearbeiten und zu aktualisieren, während die Kontrolle über Vorlagen und Branding weiterhin bei euch verbleibt. Die Plattform stellt Zugriffs- und Audit-Protokolle bereit, sodass ihr die von den Anwendenden vorgenommenen Änderungen problemlos nachverfolgen könnt, einschließlich der Art der Änderungen und der Personen, die sie vorgenommen haben.

So könnt ihr beispielsweise euren Produkt- und Entwicklungs-Teams für den Mobile-Bereich Zugriff auf die gemeinsam genutzten Inhalte für eure Mobile App gewähren, ohne ihnen die Kontrolle über eure Haupt-Website zu übertragen. Oder ihr lasst eure Kreativagentur eine einzelne Landingpage personalisieren, ohne ihr dafür Zugriff auf die gesamte Website und Asset-Bibliothek zu gewähren. Mit dieser granularen Zugriffssteuerung können eure Teams ohne Abstriche bei kritischen Governance-Anforderungen personalisierten Content bereitstellen.

”

Skalierbarkeit spielt für uns eine entscheidende Rolle. Experience Manager ermöglicht es uns, die Content-Erstellung zu skalieren und unsere vier Geschäftsbereiche sowie unsere lokalen Redaktions-Teams einzubinden, um mit dem Content-Wachstum unserer Website Schritt zu halten. Gleichzeitig behalten wir die Kontrolle über das Branding. Heute verwalten wir **mehr als 55 Mio. Web-Seiten** auf **65 globalen Websites** in über **30 Sprachen** auf einer zentralen Plattform.“

Lisa Ingemann Simonsen
Global Web Platforms Senior Manager
Grundfos

Quelle: [Adobe](#).

Automatisierte Workflows und Content-Governance leicht gemacht – mit Experience Manager Sites.

Experience Manager Sites unterstützt euch dabei, sämtliche digitalen Präsenzen eures Unternehmens in verschiedenen Regionen und Sprachen sowie auf unterschiedlichen Plattformen ohne großen Aufwand zu verwalten – und das alles an einer zentralen Stelle. Die Workflow-Engine und die Content-Governance des Content-Management-Systems erleichtern eurem Team die Bewältigung der komplexen Prozesse zur Genehmigung, Terminierung und Veröffentlichung von Content, die erforderlich sind, um eurer Kundschaft überall die Kundenerlebnisse zu bieten, die sie erwartet.

[Erfahrt in unseren weiteren Ressourcen](#), wie ihr mit Adobe Experience Manager Sites eure Content-Vorhaben in Höchstgeschwindigkeit auf all euren digitalen Präsenzen umsetzen könnt.



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

© 2024 Adobe. All rights reserved.