

Von Erkenntnissen zu unvergesslichen Erlebnissen.

Erfahren Sie, wie die Integration von Adobe Experience Manager Sites mit Adobe Analytics Personalisierung und Flexibilität bei der Entwicklung von Kundenerlebnissen ermöglicht.



In der digitalen Wirtschaft von heute hängt Erfolg davon ab, wie gut Sie Ihre Kundschaft verstehen. Mit Adobe Analytics erhalten Sie genaue Informationen über Ihre Kundinnen und Kunden, während Adobe Experience Manager Sites CMS Sie dabei unterstützt, die gewünschten personalisierten Erlebnisse zu erstellen und bereitzustellen – ganz gleich, wo sie sich gerade befinden.

Mit KI jede Interaktion personalisieren.

Die wirkungsvollsten Erlebnisse reagieren auf die Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden. Brechen Sie Datensilos auf, indem Sie KI-gestützte Erkenntnisse aus Adobe Analytics nahtlos in Experience Manager Sites einfließen lassen, um umfangreiche, personalisierte Kundenerlebnisse für alle Kanäle zu erstellen.



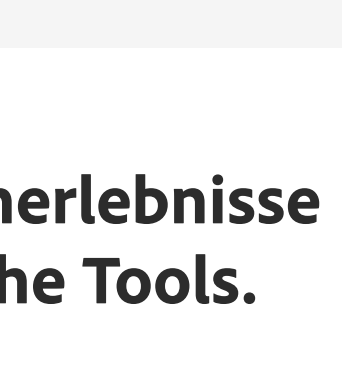
Steigerung der Conversion Rate beim Wechsel von einfacher Personalisierung zu 1:1-Personalisierung.

Quelle: Adobe und Incisiv

Die Diskrepanz bei Daten überwinden.



63 % der Digital-Marketing-Vorreiter tun sich schwer mit der Bereitstellung personalisierter Erlebnisse.



Dennoch nutzen nur 17 % der Digital-Marketing-Fachleute KI oder maschinelles Lernen in großem Maßstab.

Quelle: Gartner

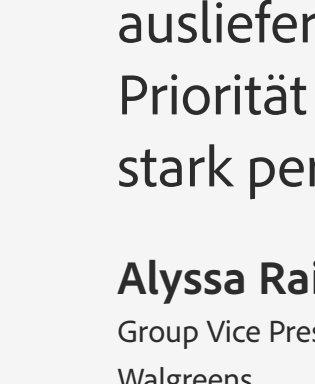
Außergewöhnliche Kundenerlebnisse erfordern außergewöhnliche Tools.



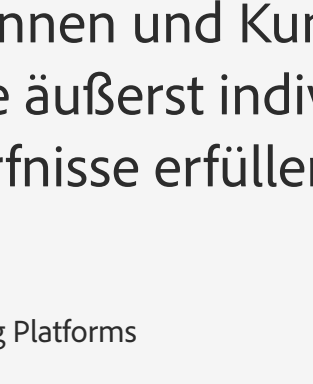
der hochrangigen Führungskräfte steigerten 2022 ihre Investitionen in Plattformen, die Personalisierung im benötigten Umfang ermöglichen.

Quelle: Adobe und Econsultancy

Durch die Integration von Experience Manager and Analytics hat Walgreens and Boots Alliance diese Vorteile erzielt:



Steigerung der Mobile-App-Nutzung



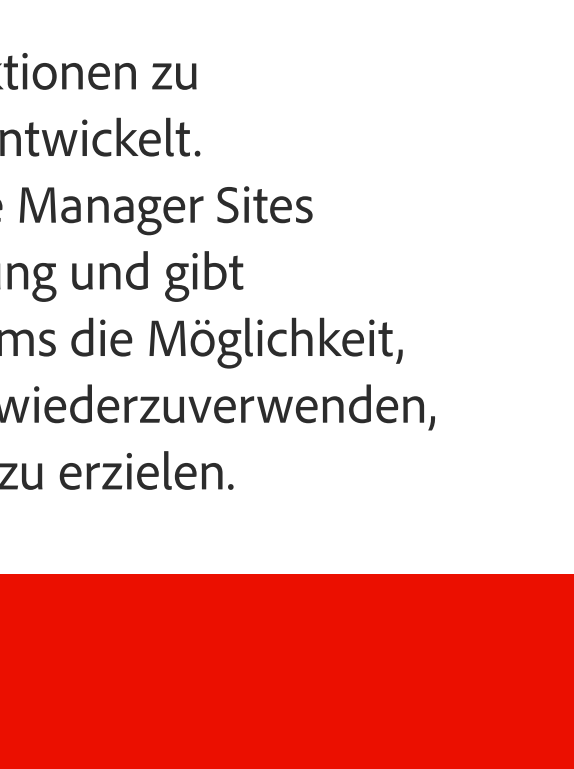
Steigerung des digitalen Traffics gegenüber dem Vorjahr

”

Durch unsere Technologiepartnerschaft mit Adobe können wir Erlebnisse auf allen relevanten Kanälen ausliefern, da wir den Kundinnen und Kunden höchste Priorität einräumen und ihre äußerst individuellen, stark personalisierten Bedürfnisse erfüllen.“

Alyssa Raine

Group Vice President of Global Customer Marketing Platforms
Walgreens



Erlebnisse überall und schneller bereitstellen.

Kundeninteraktionen haben sich von einfachen Interaktionen zu dynamischen Erlebnissen mit mehreren Touchpoints entwickelt. Ein Headless- oder Hybridansatz bei Adobe Experience Manager Sites ist ebenso effektiv wie eine klassische CMS-Bereitstellung und gibt Entwicklerinnen und Entwicklern sowie Marketing-Teams die Möglichkeit, Content einmal zu erstellen und anschließend flexibel wiederzuverwenden, um eine einheitliche Customer Journey für alle Kanäle zu erzielen.

Wichtige Vorteile eines Headless-CMS.



Mehr Kontrolle über Frontend-Erlebnisse.



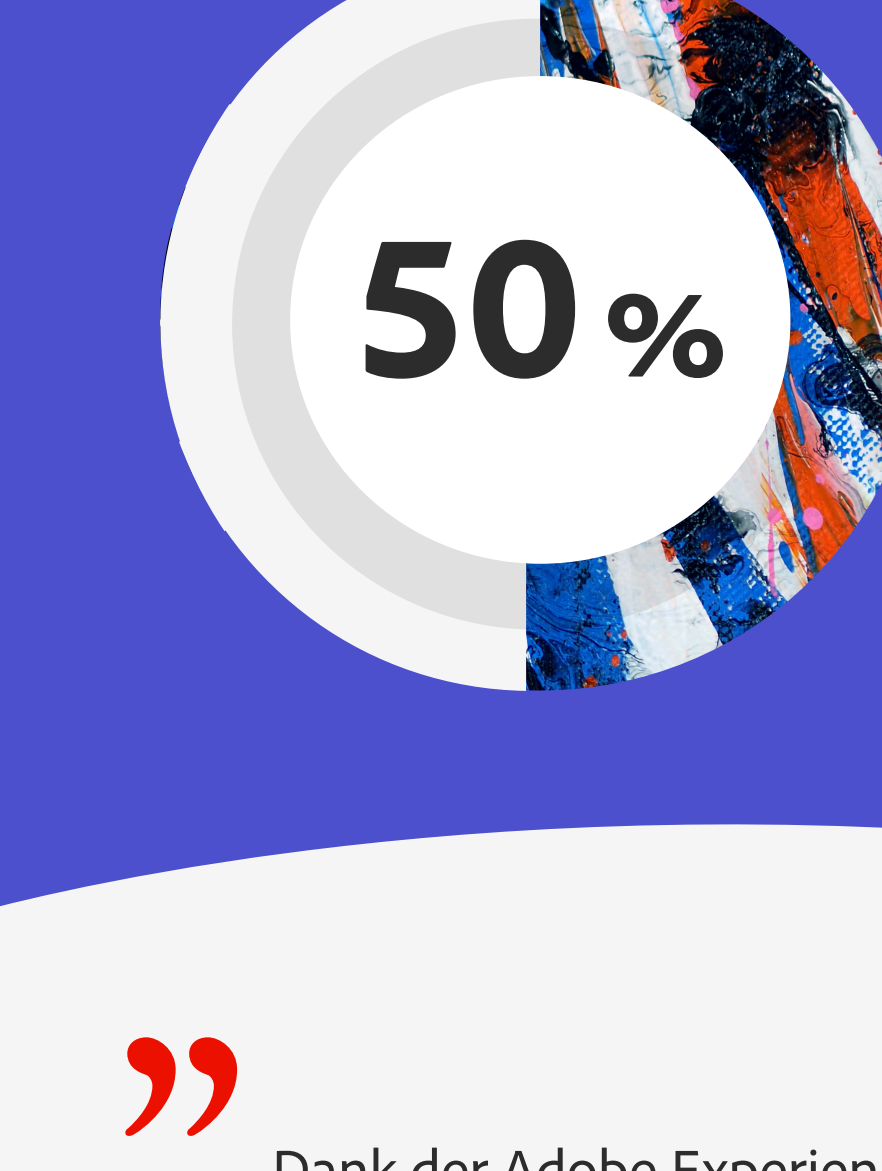
Mehr Agilität beim Umsetzen von Änderungen.



Einfacheres Hinzufügen von neuen Kanälen.

Quelle: IDC

Die Zukunft von CMS ist headless.



prognostizierte Steigerung des Marktwerts von Headless-CMS zwischen 2019 und 2027.

Quelle: Business Wire

Unorganisierte Kanäle führen zu unzusammenhängenden Erlebnissen.



der großen Unternehmen konnten ihre Interaktionskanäle bis 2022 nicht vereinheitlichen.

Quelle: Gartner

”

Dank der Adobe Experience Manager-Funktionen zur Erstellung, Verwaltung, Bereitstellung und Präsentation von Content konnten wir die Bedürfnisse und Anforderungen in unserem Content-Ökosystem erfüllen. Diese hybride Content-Architektur unterstützt alle Programme – maßgeschneidert.“

Veronica Bykin

IT Director of Digital Customer Experience
Albertsons

Kundinnen und Kunden in entscheidenden Momenten ansprechen.

Personalisierung erfolgt im jeweiligen Moment. Um Schritt halten zu können, benötigen Unternehmen eine High-Speed-Content-Engine, die Prozesse Team-übergreifend optimiert, damit Erlebnisse genau dann erstellt, bereitgestellt und optimiert werden können, wenn Kundinnen und Kunden dies erwarten.

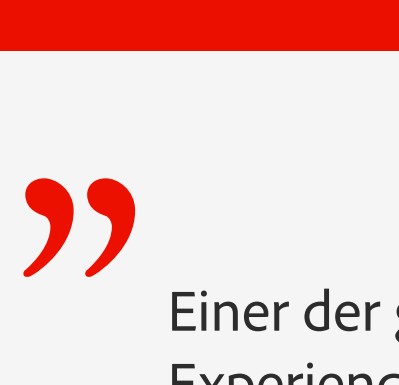
Wenn Unternehmen ein agiles CMS anstelle von Punktlösungen einsetzen, können sie von diesen Vorteilen profitieren:

25–35 %
geringere Gesamtbetriebskosten

30 %
kürzere Time-to-Market

Quelle: Adobe und Econsultancy

Lernen, in Echtzeit zu reagieren.



Nur 34 % der Fachleute stuften ihr Tempo bei der Verwertung von Erkenntnissen über Kundschaft als hoch oder sehr hoch ein.

Quelle: Adobe und Econsultancy

Adobe Experience Manager Sites liefert.

66 %
schnellere Bereitstellung neuer Marken- oder Länder-Websites

23 %
mehr Produktivität von Digital-Experience-Teams

348 %
ROI über drei Jahre.

Quelle: IDC

”

Einer der grundlegenden Unterschiede zwischen Adobe Experience Manager und anderen CMS-Optionen ist die Anwendungsfreundlichkeit. Adobe Experience Manager wurde für Marketing-Fachleute entwickelt, sodass unsere Führungskräfte einfache Verbesserungen an unseren Designs vornehmen können, ohne auf die IT angewiesen zu sein.“

Kamran Shah

Director of Corporate Marketing
Silicon Labs

Mit Adobe Experience Manager erzielte Silicon Labs diese Verbesserungen:

15 %
mehr Conversions durch Neugestaltung der Website

Von **1 Woche** auf **20 Minuten**
Reduzierung des Zeitbedarfs für Website-Änderungen

Im Paket unschlagbar.

Adobe Experience Manager Sites ist ein agiles CMS, das Content-Prozesse vereinfacht und die Bereitstellung personalisierter Erlebnisse beschleunigt – alles über eine einzige, KI-gestützte Plattform. Durch die Integration mit Adobe Analytics können Sie ausgehend von aussagekräftigen Erkenntnissen, die Ihnen bereits zur Verfügung stehen, für alle Kanäle überzeugende Content-Erlebnisse erstellen.

Weitere Informationen



Quellen.

„Building a Pharmacy Fit for the 21st Century“, Adobe-Kundenreferenz über Walgreens Boots Alliance, Feeding the Content-Data Loop“, Adobe, 2021.
„Jolt for a Global Market“, Adobe-Kundenreferenz über Silicon Labs.
Jordan Jewell, „IDC TechBrief: Headless Digital Commerce“, IDC, September 2021.
Kelly Blum und Gloria Omale, „Gartner Marketing Research Shows 50% of Brands Will Have Failed to Unify Customer Engagement Channels by 2022“, Gartner, 8. Februar 2021.
Kelly Blum und Gloria Omale, „Gartner Says 63% of Digital Marketing Leaders Still Struggle with Personalization, Yet Only 17% Use AI and Machine Learning Across the Funnel“, Gartner, 14. April 2021.
Melissa Webster und Matthew Marden, „The Business Value of Adobe Experience Manager“, Sites, IDC, Februar 2018.
Michael Klein, „Mangelhafte Skalierung: Status der Personalisierung in Einzelhandel und Tourismus“, Adobe und Incisiv, Juli 2021.
David Carrell, „2022 Digital Trends Experience Index“, Adobe und Econsultancy, 2022.
\$1.6 Billion Headless CMS Software Market Forecast to 2027, Global COVID-19 Impact and Analysis by Deployment Type and Enterprise Size – ResearchAndMarkets.com, Business Wire, 19. Februar 2021.