

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Von Xiaofeng Wang und Ted Schadler
25. Juni 2020

Warum Sie diesen Bericht lesen sollten

In unserer 24 Kriterien umfassenden Bewertung der Anbieter von Adobe Implementation Services befassen wir uns mit den 12 wichtigsten: Accenture, Adobe, Cognizant, Deloitte, Dentsu, HCL Technologies, IBM, ICF Next, Infosys, Publicis Sapient, Tata Consultancy Services (TCS) und WPP. Diese haben wir eingehend untersucht, analysiert und bewertet. Dieser Bericht zeigt, wie gut die Anbieter abschneiden und unterstützt B2C-Marketer dabei, die richtige Wahl für die jeweiligen Anforderungen zu treffen.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen

Accenture, Deloitte, Publicis Sapient, Adobe, Dentsu und WPP sind marktführend

Die Forschung von Forrester hat einen Markt aufgezeigt, in dem Accenture, Deloitte, Publicis Sapient, Adobe, Dentsu und WPP führend sind. IBM, Cognizant und TCS gehören zu den starken Performern. ICF Next, HCL Technologies und Infosys sind konkurrierende Alternativen.

Die Breite und Kapazität der Kompetenz für Adobe-Services sind die wichtigsten Unterscheidungsmerkmale

Design- und Beratungskompetenz in Kombination mit Fachwissen über Adobes wachsende Produktreihe heben die führenden Unternehmen von der Masse ab. Dienstleister, die über mehrere Adobe Certified Experts verfügen und eine breite Palette an Adobe-Spezialisierungen in verschiedenen Regionen anbieten können, sind am besten in der Lage, Kunden bei ihren Adobe-Projekten zum Erfolg zu verhelfen.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

von [Xiaofeng Wang](#) und [Ted Schadler](#)

Mit [Frederic Giron](#), Nancy Lin, Emma Huff und Bill Nagel

25. Juni 2020

Inhaltsverzeichnis

- 2 Adobe-Services erweitern die erlebnisorientierte Transformation
- 3 Bewertungsübersicht
- 6 Produkte der Anbieter
- 6 Anbieterprofile
 - Leaders
 - Strong Performers
 - Contenders
- 12 Bewertungsübersicht
 - Kriterien für die Anbietersauswahl
- 13 Zusätzliches Material

Zugehörige Forschungsdokumente

[Don't Buy Software Without A Services Partner At The Table \(Kaufen Sie keine Software ohne Service-Partner\)](#)

[Now Tech: Adobe Implementation Services, Q1 2020](#)

[Ten Ways To Get The Most Out Of Your Adobe Investment \(Zehn Möglichkeiten, Ihre Investition in Adobe optimal zu nutzen\)](#)



Geben Sie Berichte an Kollegen weiter.

Erweitern Sie Ihre Mitgliedschaft mit Research Share.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Adobe-Services erweitern die erlebnisorientierte Transformation

Die Umfragedaten von Forrester Analytics zeigen, dass weltweit mehr Unternehmen Software für Marketingtechnologie von Adobe kaufen als von jedem anderen Anbieter.¹ Zur Konzeption und Erstellung von Inhalten sowie ihrer Messung, Bereitstellung und Vermarktung bietet Adobe Unternehmenskunden eine Reihe von Tools. Unternehmen gestalten mit ihnen personalisierte Erlebnisse, die den Geschäftserfolg fördern. Um den Nutzen der Investitionen in Adobe-Technologie zu maximieren, arbeiten Kunden mit einem oder mehreren Drittanbietern zusammen, die Beratungs-, Implementierungs- und Betriebsdienstleistungen zur Beschleunigung der erlebnisorientierten Geschäftstransformation anbieten.² Wenn Unternehmen ihre Anforderungen an Adobe-Services definieren, sollten sie nach Anbietern suchen, die:

- › **Adobe-Expertise mit betriebswirtschaftlichem Know-how kombinieren.** Um die anspruchsvolle Interaktion mit Kunden bewältigen zu können, wird heutzutage eine Vielzahl von Adobe-Produkten benötigt. Also ist der Umfang der Expertise des Anbieters ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal. Die umfassende Produktabdeckung durch Adobe Certified Experts und regionale Adobe-Spezialisierungen werden Käufer jedoch nicht zufriedenstellen. Sie erwarten von Anbietern, dass sie ihre Adobe-Kenntnisse durch vertikale Expertise ergänzen, die geschäftlichen Prioritäten und Herausforderungen der Kunden verstehen und vorgefertigte Ressourcen, Beschleuniger und branchenrelevante Best Practices integrieren.
- › **Über Fachwissen zu spezifischen Adobe-Produkten verfügen, die Sie benötigen.** Obwohl alle von uns bewerteten Anbieter Adobe Marketing Cloud und Analytics Cloud weitgehend unterstützen und implementieren, diskutierten oder kommentierten ihre Kunden selten über die Advertising Cloud, Marketo Engage oder Commerce Cloud (Magento). Wenn Sie Hilfe bei einer dieser Plattformen oder der neuen Adobe Experience Platform oder Sensei benötigen, fragen Sie die Anbieter nach Referenzen in diesen Nischenbereichen.
- › **Design, strategische Beratung und Implementierung verbinden.** Käufer von Adobe-Services suchen nach den marktnahen Ressourcen der Anbieter, die über die Implementierung hinausgehen, einschließlich strategischer Beratung und Design. Die meisten Anbieter zeichnen sich nur in einem oder zwei dieser Bereiche aus oder können nicht in allen drei Bereichen dasselbe Maß an Fachwissen und Ressourcen vorweisen. Insbesondere im asiatisch-pazifischen Raum, der Region, in der Adobe am wenigsten präsent ist, bleiben sie hinter den Erwartungen zurück. Diese Mängel spiegelten sich in den Stellungnahmen wider, die Kunden aus Nordamerika, Europa und dem asiatisch-pazifischen Raum (AP) abgaben.
- › **Interne und externe Ökosysteme integrieren.** Käufer von Adobe-Services nehmen vier Rollen ein: Marketing, Technologie, CX/Digital und Business/Commerce. Ihr Erfolg in der Adobe-Praxis beruht auf der unternehmensweiten Zusammenarbeit in diesen Rollen. Führende Anbieter sind in der Lage, die Beteiligten auf ein gemeinsames Ziel auszurichten: erfolgreiche CX. Da Adobe-Kunden oft mehrere Technologie- und Serviceanbieter gleichzeitig nutzen, sind auch Anbieter mit einem starken Partnernetzwerk und soliden Integrationskompetenz für Käufer von Bedeutung.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Bewertungsübersicht

Die Forrester Wave™-Bewertung umfasst Leaders, Strong Performers, Contenders und Challengers. Es handelt sich dabei um eine Bewertung der führenden Anbieter auf dem Markt und nicht um alle Marktakteure. Informationen zu 15 weiteren Anbietern von Adobe Implementation Services finden Sie in unserem „[Now Tech](#)“-Bericht. Wir können auch diese Anbieter alle im Detail besprechen.

Diese Bewertung ist als Ausgangspunkt zu betrachten; wir ermutigen Kunden, sich die Produktbewertungen anzusehen und die Kriteriengewichtungen mithilfe des Excel-basierten Werkzeugs zum Anbietervergleich anzupassen (siehe Abbildung 1 und Abbildung 2). Klicken Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf [Forrester.com](#), um das Tool herunterzuladen.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

ABBILDUNG 1 Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

THE FORRESTER WAVE™

Adobe Implementation Services

2. Quartal 2020



The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

ABBILDUNG 2 Forrester Wave™: Scorecard der Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

	Gewichtung von Forrester	Accenture	Adobe	Cognizant	Deloitte	Dentsu	HCL Technologies	IBM	ICF Next	Infosys	Publicis Sapiient	Tata Consultancy Services	WPP
Aktuelles Angebot	50 %	4,30	4,30	3,30	3,70	4,00	3,00	2,70	2,90	2,30	4,10	2,50	3,70
Beratungsleistungen	5 %	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
CX-Kompetenz	5 %	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Design-Leistungen	5 %	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	3,00	5,00	1,00	1,00	5,00	1,00	3,00
Betriebsleistungen	5 %	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00
Adobe Certified Expert-Mitarbeiter	5 %	5,00	5,00	5,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Adobe Certified Expert-Produktabdeckung	5 %	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00	5,00	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Adobe-Spezialisierungen	5 %	3,00	5,00	3,00	3,00	5,00	1,00	3,00	1,00	1,00	5,00	1,00	5,00
Kompetenz bei Adobe Advertising Cloud	5 %	1,00	5,00	1,00	1,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	1,00	5,00
Kompetenz bei Adobe Marketing Cloud	20 %	5,00	5,00	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Kompetenz bei Adobe Analytics Cloud	15 %	5,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	1,00	5,00	1,00	3,00
Kompetenz bei Marketo Engage	5 %	3,00	3,00	1,00	3,00	5,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00	5,00
Kompetenz bei Adobe Commerce Cloud/Magento	5 %	3,00	5,00	1,00	3,00	5,00	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00
Kompetenz bei Adobe Experience Platform	5 %	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	1,00	3,00	3,00	1,00	3,00	1,00	3,00
Adobe Sensei-Kompetenz	5 %	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Vorgefertigte Adobe-Ressourcen und Beschleuniger	5 %	5,00	5,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Alle Punktzahlen basieren auf einer Skala von 0 (schwach) bis 5 (stark).

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

ABBILDUNG 2 Forrester Wave™: Scorecard der Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020 (Forts.)

	Gewichtung von Forrester	Accenture	Adobe	Cognizant	Deloitte	Dentsu	HCL Technologies	IBM	ICF Next	Infosys	Publicis Sapiient	Tata Consultancy Services	WPP
Strategie	50 %	5,00	3,50	3,00	4,50	3,50	1,50	4,00	2,00	2,00	4,00	3,00	3,50
Vision	25 %	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	5,00	3,00	3,00
Umsetzungsplanung	25 %	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	1,00	5,00	3,00	1,00	3,00	3,00	3,00
Innovationsstrategie	25 %	5,00	3,00	3,00	5,00	3,00	1,00	5,00	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Partnernetzwerk	25 %	5,00	5,00	3,00	3,00	5,00	1,00	3,00	1,00	1,00	5,00	3,00	5,00
Marktpräsenz	0 %	3,80	5,00	3,40	4,65	3,60	1,95	1,35	0,85	2,45	4,10	3,05	4,70
Anzahl der Adobe-Kunden	20 %	3,00	5,00	4,00	4,00	3,00	1,00	2,00	1,00	1,00	3,00	4,00	5,00
Durch Adobe generierter Umsatz	30 %	4,00	5,00	3,00	5,00	4,00	3,00	1,00	1,00	4,00	5,00	2,00	4,00
Präsenz in Nord- und Südamerika	20 %	4,00	5,00	4,00	5,00	3,00	2,00	1,00	1,00	3,00	4,00	3,00	5,00
Präsenz in EMEA	15 %	5,00	5,00	4,00	5,00	3,00	1,00	2,00	0,00	2,00	4,00	3,00	5,00
Präsenz im asiatisch-pazifischen Raum	15 %	3,00	5,00	2,00	4,00	5,00	2,00	1,00	1,00	1,00	4,00	4,00	5,00

Alle Punktzahlen basieren auf einer Skala von 0 (schwach) bis 5 (stark).

Produkte der Anbieter

Forrester hat 12 Anbieter in diese Bewertung einbezogen: Accenture, Adobe, Cognizant, Deloitte, Dentsu, HCL Technologies, IBM, ICF Next, Infosys, Publicis Sapiient, Tata Consultancy Services und WPP.

Anbieterprofile

Unsere Analyse hat die folgenden Stärken und Schwächen der einzelnen Anbieter ermittelt.

Leaders

- › **Accenture verfolgt bei Architektur und Transformation einen ganzheitlichen Ansatz.** Die Adobe-Praxis von Accenture Interactive kommt bei Kunden wie Subway in Nord- und Südamerika und AstraZeneca und NatWest in Europa zum Einsatz, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden und Italien hat. Accenture Interactive hat Adobe-Produkte bei Kunden wie der Siam Commercial Bank im asiatisch-pazifischen Raum implementiert, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Singapur, China, Japan,

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Australien und Neuseeland hat. Accenture Interactive schnitt bei unserer Bewertung der Adobe-Produktabdeckung sowie bei Beratung, Design und Kompetenz für Marketing Cloud und Analytics Cloud besser ab. Im Hinblick auf die Funktionen von Commerce Cloud (Magento) liegt das Unternehmen im Mittelfeld, bei den Funktionen für Advertising Cloud schneidet es schlechter ab.

Accenture Interactive schneidet bei allen Strategiefaktoren wie Vision, Umsetzungsplanung, Innovationsstrategie und Partnernetzwerk gut ab. Insbesondere seine Adobe-Praxis hat Accenture Interactive auf das gleiche Niveau gehoben wie bei seinen anderen großen Allianzpartnerschaften. Kunden schätzen die strategische Führungsrolle und die Fähigkeit, ihnen dabei zu helfen, mehr aus dem Adobe-Stack herauszuholen. Ein Referenzkunde sagte, dass Accenture Interactive „bereit ist, alles zu tun, um den Job zu erledigen“. Kunden wünschen sich, dass Accenture Interactive eine stärker beratende Rolle übernimmt, Wissen über die internen Teams der Kunden austauscht und einen besseren Zugriff auf lokale Ressourcen in AP ermöglicht. Accenture Interactive ist besonders in Nord- und Südamerika sowie Europa gut für Unternehmen geeignet, die umfangreiche Implementierungen in Verbindung mit erlebnisorientierter Transformation benötigen. Es ist weniger gut für Unternehmen geeignet, die kostenbewusst sind oder eine Implementierung in einer einzigen Cloud benötigen.

- › **Deloitte sticht bei der Kombination von Beratung, Design und Implementierung hervor.** Die Adobe-Services-Praxis von Deloitte Digital findet Einsatz bei Kunden wie Chipotle und Lenovo in Nord- und Südamerika sowie E.ON in Europa, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Großbritannien, Belgien, den Niederlanden, Italien und Deutschland hat. Deloitte Digital hat Adobe-Produkte bei Kunden wie Cbus im asiatisch-pazifischen Raum implementiert und hat dort eine stärkere Präsenz in Australien, Indien, Singapur, China und Japan. Deloitte Digital schnitt in unserer Bewertung bei Beratung, CX, Design und Kompetenz für Marketing Cloud besser ab. Bei Analytics Cloud und Commerce Cloud (Magento) liegt Deloitte Digitals Kompetenz im Mittelfeld und schnitt bei Advertising Cloud eher schlechter ab.

Deloitte Digital liegt bei Strategiefaktoren wie der Umsetzungsplanung und der Innovationsstrategie vorne und erreicht bei der Partnernetzwerk-Strategie das gleiche Niveau wie Konkurrenten. Kunden schätzen die umfassenden Kompetenzen, Branchenkenntnisse und starken Beratungsdienste des Unternehmens. Ein Referenzkunde sagte, dass Deloitte Digital „die richtige Mischung aus IT-Kompetenz und fundiertem Geschäftswissen mitbringt“. Kunden wünschen sich, dass Deloitte Digital seine Analytics Cloud-Ressourcen erweitert, seine Ressourcen in einigen Regionen besser integriert und mehr Wissen an den Kunden weitergibt. Deloitte eignet sich gut für Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Hightech sowie Medien und Unterhaltung, die das komplette Adobe-Portfolio implementieren müssen, um eine umfassende erlebnisorientierte Transformation zu erreichen. Es eignet sich weniger für Unternehmen ohne Budget für Premiumdienste.

- › **Publicis Sapient verfügt über ein umfassendes Portfolio und starke Netzwerke.** Die Adobe-Services-Praxis von Publicis Sapient kommt bei Kunden wie Carnival, Loblaw und MGM in Nord- und Südamerika sowie Fiat Chrysler in Europa zum Einsatz, wo das Unternehmen über eine stärkere Präsenz in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Schweden und der Schweiz verfügt. Im asiatisch-pazifischen Raum hat es Adobe-Produkte bei Kunden wie Acura und Nissan implementiert. Seine dortige Präsenz konzentriert sich auf Australien, Singapur, Japan, Indien und China. Publicis Sapient schnitt in unserer Bewertung bei CX sowie bei Design, Marketing Cloud und Analytics Cloud besser ab. Seine Kompetenz für Marketo Engage und Commerce Cloud (Magento) liegt im Mittelfeld.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Publicis Sapient hat Stärken bei Strategiefaktoren wie Vision und Partnernetzwerk und liegt bei der Umsetzungsplanung und Innovationsstrategie auf dem Niveau der Konkurrenz. Kunden schätzen seinen konstruktionsorientierten, kollaborativen Ansatz sowie seine Flexibilität bei der Anpassung von Ressourcen an sich ändernde Anforderungen. Ein Referenzkunde sagte, dass Publicis Sapient „sich in Bezug auf User Experience und Customer Journey besonders hervorheben konnte. Was sie bereitgestellt haben, war weit überlegen.“ Kunden wünschen sich, dass Publicis Sapient seine Analysekompetenz verbessert und proaktiver in seinen Empfehlungen zu veränderten Kundenbedürfnissen, z. B. im Omnichannel-Commerce, vorgeht. Publicis Sapient ist gut für Unternehmen in der Konsumgüterbranche mit datengestützten Interaktionsmodellen und starker Markendifferenzierung geeignet. Weniger geeignet ist es für Industrieunternehmen, die weniger Bedarf an Adobe haben.

- › **Adobe bietet integrierte Dienstleistungen zur Ergänzung seiner Produkte in allen Bereichen an.** Adobe Professional Services unterstützt Kunden wie TELUS und 24-Hour Fitness in Nord- und Südamerika sowie die Software AG in Europa, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, der Schweiz und Italien hat. Adobe hat im asiatisch-pazifischen Raum seine Produkte bei Kunden wie Tourism of Australia implementiert. Seine dortige Präsenz konzentriert sich auf Australien, Indien und Singapur. Adobe hat in unserer Bewertung bei Marketing Cloud, Commerce Cloud (Magento) und den neuen Funktionen von Experience Platform besser abgeschnitten. In puncto Beratung, CX und Design liegt das Unternehmen im Mittelfeld.

Adobe schneidet bei der Partnernetzwerk-Strategie gut ab und liegt bei anderen Strategiefaktoren wie Vision, Umsetzungsplanung und Innovation gleichauf. Kunden schätzen das Engagement des Unternehmens, Geschäftsabläufe nachzuvollziehen und nahe am Kunden zu sein, sowie den einfachen Zugriff auf Adobe-Produktteams. Ein Referenzkunde sagte, dass Adobe „ein fester Bestandteil unseres Teams ist – sie arbeiten eng mit uns zusammen, um zu verstehen, was wir wirklich erreichen möchten.“ Kunden wünschen sich eine bessere Integration zwischen vertikalen Teams und mehr strategische Beratung. Adobe eignet sich gut für Unternehmen, die Adobe-Produkte umfassend einführen, insbesondere in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Einzelhandel, Medien und Unterhaltung. Adobe eignet sich weniger für Unternehmen mit knappem Budget, die umfangreiche Implementierungen benötigen oder die eine erlebnisorientierte Unternehmenstransformation anstreben.

- › **Dentsu ist stark in den Bereichen CX, Design und Analyse.** Die Adobe-Services-Praxis von Dentsu kommt bei Kunden wie American Red Cross und Canon in Nord- und Südamerika sowie Aviva in Europa zum Einsatz, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Deutschland, der Schweiz, Großbritannien, Frankreich und Spanien hat. Dentsu hat im asiatisch-pazifischen Raum Adobe-Produkte bei Kunden wie Amer Sports und National Australia Bank implementiert und hat dort eine stärkere Präsenz in Indien, Australien, China, Japan und Südkorea. Dentsu hat in unserer Bewertung bei seiner Kompetenz für CX, Design, Advertising Cloud, Analytics Cloud und Marketo Engage bessere Ergebnisse erzielt. Bei der Anzahl der Adobe Certified Experts und bei vorgefertigten Adobe-Ressourcen und Beschleunigern liegt das Unternehmen im Mittelfeld.

Dentsu schneidet bei der Partnernetzwerk-Strategie gut ab und liegt bei anderen Strategiefaktoren wie Vision, Umsetzungsplanung und Innovation gleichauf. Kunden schätzen die Vielseitigkeit des Dentsu-Netzwerks, die guten Kenntnisse der Adobe-Produkte und die Agilität. Ein Referenzkunde sagte, dass Dentsu „über die Ressourcen eines großen Unternehmens, aber die Flexibilität und Agilität eines Start-ups verfügt.“ Kunden wünschen sich, dass Dentsu seine Lösungsintegration und strategischen Beratungsfunktionen verbessert. Dentsu eignet sich gut für Unternehmen, die weltweit Adobe-Produkte für datengesteuertes Marketing und die Transformation von Erlebnissen

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

nutzen, insbesondere im Banken-, Einzelhandels- und Hightech-Sektor. Es ist weniger geeignet für Unternehmen, die hauptsächlich Unterstützung bei der Integration von Technologiesystemen benötigen.

› **WPP schneidet in den Bereichen Strategie, Technologie und Kreativität sehr gut ab.**

Die Adobe-Services-Praxis von WPP kommt bei Kunden wie Ford und Unilever in Nord- und Südamerika sowie EY in Europa zum Einsatz, wo es eine stärkere Präsenz in Großbritannien, Deutschland, Schweden, den Niederlanden und Frankreich hat. WPP hat im asiatisch-pazifischen Raum Produkte von Adobe bei Kunden wie Asia Miles implementiert und hat dort eine stärkere Präsenz in Australien, Singapur, China, Indien und Thailand. WPP hat in unserer Bewertung in den Bereichen Adobe Certified Experts, Produktabdeckung, Adobe-Spezialisierungen sowie den Kompetenzen für Betrieb, Advertising Cloud und Commerce Cloud (Magento) besser abgeschnitten. Bei den Kompetenzen für Marketing Cloud liegt das Unternehmen im Durchschnitt.

WPP schneidet bei der Partnernetzwerk-Strategie gut ab und liegt bei anderen Strategiefaktoren wie Vision, Umsetzungsplanung und Innovation gleichauf. Kunden schätzen seine Partnerschaft, Kundenverpflichtung, Ehrlichkeit, Transparenz und intellektuelle Integrität. Ein Referenzkunde fasste zusammen: „Wir sitzen im selben Boot. WPP hat immer unsere besten Interessen im Blick.“ Kunden wünschen sich, dass WPP seine Kompetenzen und Ressourcen innerhalb der Gruppe besser integriert, mehr in marktspezifisches Adobe-Know-how in einigen asiatischen Ländern investiert und seine Beratungsfunktionen über Marketing, Werbung und Handel hinaus erweitert. WPP ist gut geeignet für Unternehmen, die eine globale Adobe-Implementierung im großen Maßstab und kreative Umsetzung suchen, aber weniger für Unternehmen, die unternehmensweite Beratung für die Unternehmenstransformation benötigen.

Strong Performers

› **IBM unterscheidet sich in den Bereichen Design Thinking, Strategie und**

Technologiearchitektur. Die Adobe-Services-Praxis von IBM kommt bei Kunden wie Albertsons und USAA in Nord- und Südamerika sowie Audi und Raiffeisen Bank in Europa zum Einsatz, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in Deutschland, Großbritannien, Österreich, Italien und Spanien hat. IBM hat im asiatisch-pazifischen Raum Adobe-Produkte bei Kunden wie ANA implementiert und ist dort in Japan, Indien und China stärker vertreten. IBM iX hat in unserer Bewertung bei den Design-Kompetenzen besser abgeschnitten. Bei den Kompetenzen für Marketing Cloud, Analytics Cloud und Commerce Cloud (Magento) liegt das Unternehmen im Mittelfeld; bei Marketo Engage hat es schlechter abgeschnitten.

IBM iX schneidet bei Strategiefaktoren wie der Umsetzungsplanung und Innovation gut ab und liegt bei der Partnernetzwerk-Strategie auf gleichem Niveau. Kunden schätzen seine Fähigkeit, komplexe Probleme zu lösen, sowie die Expertise und Zuverlässigkeit seiner Mitarbeiter. Ein Referenzkunde sagte: „Wir hatten noch nie ein Problem, das IBM nicht lösen konnte – sie finden einfach immer die passende Lösung.“ Kunden wünschen sich, dass IBM iX seine Strategie, Umsetzung und kreativen Serviceleistungen besser integriert und die Reaktionsfähigkeit seiner großen Organisation verbessert. IBM iX ist gut geeignet für Unternehmen in allen Regionen, insbesondere im Banken-, Einzelhandels- und Automobilsektor, die eine digitale Strategie und die Umsetzung des Adobe-Portfolios benötigen, insbesondere wenn das Design-System Priorität hat. Es ist weniger für Kunden geeignet, die sich auf die Implementierung eines einzelnen Produkts beschränken.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

- › **Cognizant zeichnet sich durch skalierbare Marketing-Abläufe und Implementierung aus.** Die Adobe-Services-Praxis von Cognizant kommt bei Kunden wie Mattel in Nord- und Südamerika sowie Siemens und UBS in Europa zum Einsatz, wo das Unternehmen eine stärkere Präsenz in der Schweiz, Deutschland, Großbritannien, den Niederlanden und Spanien hat. Cognizant hat im asiatisch-pazifischen Raum Adobe-Produkte bei Kunden wie MG Motor India implementiert und hat dort eine stärkere Präsenz in Indien, China, Australien, Singapur und Japan. Cognizant hat in unserer Bewertung der Kompetenzen für Betrieb und Marketing Cloud bessere Ergebnisse erzielt. Beim Kundenerlebnis und der Expertise für Analytics Cloud liegt das Unternehmen im Mittelfeld. Bei Marketo Engage und Commerce Cloud (Magento) hat es schlechter abgeschnitten.

Cognizant liegt bei Strategiefaktoren wie Umsetzungsplanung, Innovation und Partnernetzwerk gleichauf. Kunden schätzen seine globale Größe und Hilfe bei der Navigation durch die Vielzahl der Adobe-Produkte. Ein Referenzkunde sagte: „Die Arbeit mit Cognizant macht immer Spaß – sie zeigen überdurchschnittliches Engagement.“ Kunden wünschen sich eine Verbesserung seiner Strategieberatung, der Zusammenarbeit bei Onshore-/Offshore-Bereitstellungen und der Fähigkeit, neue Projektteammitglieder schnell einzugliedern. Cognizant ist gut geeignet für Unternehmen – insbesondere in Nord- und Südamerika und Europa und in Branchen wie Bankwesen, Konsumgüter und Gesundheitswesen –, die eine Strategie für großartige Erlebnisse und Unterstützung für skalierbare digitale Architekturen und Betriebsabläufe benötigen. Für Unternehmen, die einen einzigen Anbieter für eine umfassende, erlebnisorientierte Transformation suchen, ist es weniger gut geeignet.

- › **TCS unterscheidet sich durch Flexibilität bei der Implementierung und Skalierbarkeit.** TCS unterstützt mit seiner Adobe-Services-Praxis Kunden wie Honeywell in Nord- und Südamerika sowie Refinitiv in Europa, wo das Unternehmen in Großbritannien, Finnland, Schweden, Deutschland und den Niederlanden stärker vertreten ist. TCS hat Adobe-Produkte im asiatisch-pazifischen Raum implementiert und dort eine stärkere Präsenz in Australien, Indien, Hongkong, Malaysia und Singapur. TCS hat in unserer Bewertung der Betriebsexpertise und der Adobe Certified Experts besser abgeschnitten. Bei Adobe-Spezialisierungen und bei den Kompetenzen für Design, Advertising Cloud und Analytics Cloud schnitt das Unternehmen schlechter ab.

TCS liegt bei Strategiefaktoren wie Innovation, Vision, Umsetzungsplanung und Partnernetzwerk gleichauf. Kunden schätzen seine Flexibilität und Skalierbarkeit, das breite Kompetenzspektrum und die starken agilen Methoden. Ein Referenzkunde sagte: „Wenn Sie spezielle Fähigkeiten benötigen, verfügt TCS über einen riesigen Pool an talentierten Mitarbeitern. Und sie sind so flexibel – fast wie eigene Mitarbeiter.“ Kunden wünschen sich, dass TCS seine UX-, Design- und Beratungskompetenz verbessert. TCS eignet sich gut für Unternehmen, die eine kostengünstige, groß angelegte Adobe-Implementierung suchen, aber weniger für Unternehmen, die eine strategische Beratung für eine erlebnisorientierten Unternehmenstransformation benötigen.

Contenders

- › **ICF Next bietet Effizienz und unterscheidet sich durch sein Fachwissen im Bereich Kundentreue.** ICF Next unterstützt mit seiner Adobe-Services-Praxis Kunden wie Amtrak und Boston Pizza in Nord- und Südamerika. Im asiatisch-pazifischen Raum hat es Adobe-Produkte bei Kunden wie Indigo Airlines und Asian Paints implementiert und dort eine stärkere Präsenz in Indien und Singapur. ICF Next hat in unserer Bewertung bei den Kompetenzen für Betrieb und

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Adobe Marketing Cloud besser abgeschnitten. Bei unserer Bewertung in den Bereichen Anzahl der Adobe Certified Experts, Produktabdeckung, Adobe-Spezialisierungen sowie den Kompetenzen für Design, Advertising Cloud und Marketo Engage hat es jedoch schlechter abgeschnitten.

ICF Next liegt bei Strategiefaktoren wie Umsetzungsplanung und Vision gleichauf, bei Innovation und Partnernetzwerk allerdings zurück. Kunden schätzen sein Projekt-Management, die Effizienz und die Fähigkeit, Ansichten von Kunden zu hinterfragen. Ein Referenzkunde sagte, dass ICF Next „uns ziemlich gefordert hat. Das schätzen wir an einer Partnerschaft.“ Kunden wünschen sich, dass ICF Next mehr Experten für CX und Nutzererlebnis einstellt und die Teamgröße proaktiv erhöht. Durch die proprietäre Treuelösung ICF Next Tally eignet sich ICF Next besonders für Unternehmen, die sich auf Kundentreue und Kunden-Marketing konzentrieren, insbesondere in den Bereichen Fertigung, Gesundheitswesen, Reise und Gastgewerbe, aber weniger für Unternehmen, die große Adobe-Projektimplementierungen in mehreren Regionen wünschen.

- › **HCL Technologies unterscheidet sich durch technisches Know-how und operative Kompetenz.** HCL unterstützt mit seiner Adobe-Services-Praxis Kunden wie Western Digital in Nord- und Südamerika sowie Manchester United in Europa, wo es eine stärkere Präsenz in Deutschland, Großbritannien, Schweden, den Niederlanden und der Schweiz hat. HCL hat im asiatisch-pazifischen Raum Adobe-Produkte bei Kunden wie der Commonwealth Bank implementiert. Das Unternehmen ist dort in Australien, Singapur, Malaysia und Indien stärker vertreten. HCL hat in unserer Bewertung bei der Betriebskompetenz besser abgeschnitten. Bei der Anzahl der Adobe Certified Experts, Adobe-Spezialisierungen und Kompetenzen für Advertising Cloud, Marketo Engage und Commerce Cloud (Magento) hat es schlechter abgeschnitten.

HCL liegt bei Strategiefaktoren wie der Umsetzungsplanung und Vision gleichauf, bei Innovation und Partnernetzwerkstrategie allerdings zurück. Kunden schätzen seine Reaktionsfähigkeit und technische Expertise bei allen Produkten. Ein Referenzkunde sagte, dass „das technische Wissen von HCL stark ist und sich das Unternehmen flexibel an Veränderungen in unserem Geschäftsumfeld anpassen kann.“ Kunden wünschen sich, dass HCL besser mit Entscheidungsträgern im Unternehmen kommuniziert und mehr Zeit und Ressourcen investiert, um das Unternehmen im Vorfeld zu verstehen. HCL ist gut geeignet für Unternehmen, die technische Kenntnisse für ihre Adobe-Projekte benötigen, insbesondere im Banken-, Versicherungs- und Hightech-Sektor, aber weniger für Unternehmen, die geschäftsorientierte Beratung benötigen.

- › **Infosys unterscheidet sich durch Preise, Implementierung und komplexe skalierbare Implementierungen.** Infosys unterstützt mit seiner Adobe-Services-Praxis Kunden wie AGCO und Hershey's in Nord- und Südamerika sowie BP und GSK in Europa, wo es eine stärkere Präsenz in Deutschland, Belgien, Großbritannien, den Niederlanden und der Schweiz hat. Im asiatisch-pazifischen Raum hat Infosys Adobe-Produkte bei Kunden wie Telstra implementiert – mit einer stärkeren Präsenz in Australien, Neuseeland, Singapur, Indien und auf den Philippinen. Im Vergleich zu anderen von uns bewerteten Dienstleistern befindet sich Infosys in Bezug auf die Kompetenz bei den Themen CX, Betrieb und Marketing Cloud sowie vorgefertigte Adobe-Ressourcen und Beschleuniger im Mittelfeld. Bei den Kompetenzen für Analytics Cloud und Marketo Engage hat es schlechter abgeschnitten.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Infosys liegt bei Strategiefaktoren wie Vision und Innovation gleich auf, bei Umsetzungsplanung und Partnernetzwerk allerdings zurück. Kunden mögen das gemischte Bereitstellungsmodell, die Flexibilität und die Bereitschaft, seinen Kunden dabei zu helfen, das Richtige zu tun. Ein Referenzkunde sagt: „Ich schätze deren Partnerschaft am meisten – sie setzen sich dafür ein, dass die Dinge funktionieren.“ Kunden wünschen sich, dass Infosys mehr in hochwertige Ressourcen investiert, die Kommunikation zwischen den Teams verbessert und zukünftige Anforderungen der Endkunden besser voraussieht. Infosys ist gut geeignet für Telekommunikations-, Gesundheits- und Versicherungsunternehmen, die eine starke Implementierung und Skalierung benötigen, aber weniger für Unternehmen, die eine starke Beratung benötigen.

Bewertungsübersicht

Wir bewerteten die Anbieter anhand von 24 Kriterien, die wir in drei Kategorien eingeteilt haben:

- › **Aktuelles Angebot.** Die Position jedes Anbieters auf der vertikalen Achse der Forrester Wave-Grafik zeigt die Stärke seines aktuellen Angebots. Zu den wichtigsten Kriterien für diese Lösungen gehören Kompetenzen speziell für Adobe-Produkte sowie für Beratung, CX, Design und Betrieb.
- › **Strategie.** Die Platzierung jedes Anbieters auf der horizontalen Achse zeigt die Stärke seiner Strategie an. Wir haben Vision, Umsetzungsplanung, Innovationsstrategie und Partnernetzwerk bewertet.
- › **Marktpräsenz.** Unsere Marktpräsenzbewertungen werden durch die Größe der Markierungen auf der Grafik dargestellt und spiegeln die Anzahl der Adobe-Kunden jedes Anbieters, den durch Adobe generierten Umsatz und die globale Präsenz wider.

Kriterien für die Anbieterauswahl

Forrester bewertete insgesamt 12 Anbieter: Accenture, Adobe, Cognizant, Deloitte, Dentsu, HCL Technologies, IBM, ICF Next, Infosys, Publicis Sapient, Tata Consultancy Services und WPP. Jeder dieser Anbieter hat:

- › **Eine globale Präsenz in Nord- und Südamerika, EMEA und im asiatisch-pazifischen Raum.** Für die „Now Tech“-Studie haben wir Anbieter bewertet, die zum Zeitpunkt der Datenerfassung Adobe-Dienstleistungen in allen drei Regionen geschäftlich angeboten haben.
- › **Eine Platin-Partnerschaft mit Adobe.** Wir haben Dienstleister bewertet, die auf der Platin-Stufe der Adobe-Partnerschaft stehen.
- › **Anerkennung durch Kollegen.** Wir haben Dienstleister bewertet, die während unserer „Now Tech“-Studie zu Adobe Implementation Services von anderen Unternehmen am häufigsten als Konkurrenten genannt wurden.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Sprechen Sie mit einem Analysten

Treffen Sie fundiertere Entscheidungen, indem Sie zusammen mit unseren Experten unsere Forschungsergebnisse auf Ihre individuellen geschäftlichen und technologischen Initiativen anwenden.

Analysten-anfrage

Um die Forschung in die Praxis umzusetzen, nutzen Sie die Möglichkeit einer 30-minütigen Telefonsitzung mit einem Analysten, um Ihre Fragen zu besprechen – oder entscheiden Sie sich für eine Antwort per E-Mail.

Weitere Informationen.

Analysten-beratung

Setzen Sie mit Hilfe eines Analysten Forschungsergebnisse in die Praxis um. Dazu stehen Ihnen Strategiesitzungen, Workshops oder Gesprächsangebote zur Verfügung.

Weitere Informationen.

Webinar

Nehmen Sie an unseren Online-Sitzungen zu den neuesten Forschungsergebnissen teil, die Ihr Unternehmen betreffen. Jede Telefonkonferenz umfasst einen Fragen- und Antwortenteil mit einem Analysten sowie Folien und ist auf Anfrage verfügbar.

Weitere Informationen.



Forschungs-Apps von Forrester für iOS und Android.

Bleiben Sie der Konkurrenz immer einen Schritt voraus – egal, wo Sie sich gerade befinden.

Zusätzliches Material

Online-Ressource

Wir veröffentlichen alle unsere Forrester Wave-Bewertungen und -Gewichtungen in einer Excel-Datei, die detaillierte Produktbewertungen und anpassbare Rankings bietet. Laden Sie dieses Tool herunter, indem Sie auf den Link am Anfang dieses Berichts auf Forrester.com klicken. Diese Punktzahlen und Gewichtungen sollen nur als Ausgangspunkt dienen und die Leser dazu ermutigen, die Gewichtungen an ihre individuellen Bedürfnisse anzupassen.

Die Forrester Wave-Methode

Eine Forrester Wave ist ein Leitfaden für Käufer, die sich mit ihren Einkaufsoptionen auf einem Technologiemarkt befassen. Um für alle Teilnehmer gleiche Bedingungen sicherzustellen, folgt Forrester dem [Forrester Wave™ Methodology Guide](#) zur Bewertung teilnehmender Anbieter.

The Forrester Wave™: Adobe Implementation Services, 2. Quartal 2020

Die 12 wichtigsten Anbieter und wie sie abschneiden (The 12 Providers That Matter Most And How They Stack Up)

Im Rahmen einer Erstuntersuchung erarbeiten wir eine Liste von Anbietern, die wir für eine Bewertung berücksichtigen werden. Ausgehend von diesem anfänglichen Pool von Anbietern schränken wir unsere endgültige Liste auf Grundlage der Einschlusskriterien ein. Wir sammeln dann Details zu Produkten und Strategien mithilfe eines detaillierten Fragebogens, Demos/Briefings und Kundenreferenzumfragen/-Interviews. Wir verwenden diese Eingaben zusammen mit der Erfahrung und dem Fachwissen des Analysten auf dem Markt, um Anbieter zu bewerten. Dabei nutzen wir ein relatives Bewertungssystem, das jeden Anbieter mit den anderen in der Bewertung vergleicht.

Im Titel jedes Forrester Wave-Berichts ist das Veröffentlichungsdatum (Quartal und Jahr) klar erkennbar. Wir haben die an dieser Forrester Wave teilnehmenden Anbieter anhand von Materialien bewertet, die sie uns bis zum 5. Juni 2020 zur Verfügung gestellt haben. Danach wurden keine weiteren Informationen mehr entgegengenommen. Wir empfehlen den Lesern, zu bewerten, wie sich der Markt und die Anbieterangebote im Laufe der Zeit verändern.

Gemäß der [Forrester Wave™ Vendor Review Policy](#) bittet Forrester die Anbieter, unsere Ergebnisse vor der Veröffentlichung auf Genauigkeit zu überprüfen. Anbieter, die in der Forrester Wave-Grafik als nicht teilnehmende Anbieter markiert wurden, erfüllten unsere definierten Einschlusskriterien, haben jedoch abgelehnt, an der Bewertung teilzunehmen oder haben nur teilweise dazu beigetragen. Wir bewerten diese Anbieter gemäß der [Forrester Wave™ And The Forrester New Wave™ Nonparticipating And Incomplete Participation Vendor Policy](#) und veröffentlichen ihre Positionierung zusammen mit denen der teilnehmenden Anbieter.

Integritätsrichtlinie

Wir führen alle unsere Untersuchungen, einschließlich der Forrester Wave-Bewertungen, in Übereinstimmung mit der auf unserer Website veröffentlichten [Integritätsrichtlinie](#) durch.

Fußnoten

- ¹ In einer Forrester-Umfrage gaben 45 % der Befragten mit Einfluss auf den Kauf von Software für Marketing-Technologie an, dass ihre Firma in den letzten 12 Monaten solche Software von Adobe gekauft hat. Basis: weltweit 1.060 Personen mit Einfluss auf den Einkauf von Software für Marketing-Technologie. Die Befragten konnten mehrere Anbieter auswählen. Quelle: Forrester Analytics Global Business Technographics® Priorities And Journey Survey, 2019.
- ² Forrester definiert den Markt für Adobe Implementation Services als Dienstleister, die Adobe-Kunden bei der erfolgreichen Implementierung von Adobe Experience Cloud-Lösungen unterstützen. Zu den wichtigsten Services gehören Design und Beratung, Implementierung und technische Services sowie operative Unterstützung. Lesen Sie den Forrester-Bericht „[Now Tech: Adobe Implementation Services, Q1 2020](#)“ sowie den Forrester-Bericht „[Forrester Infographic: Lessons On Experience-Led Transformation](#)“ (Forrester-Infografik: Lektionen zur erlebnisorientierten Transformation).

Wir arbeiten mit führenden Unternehmen und Technologieanbietern zusammen, um kundenorientierte Strategien zu entwickeln, die das Wachstum fördern.

PRODUKTE UND LEISTUNGEN

- › Forschung und Tools
- › Einbeziehung von Analysten
- › Daten und Analysen
- › Zusammenarbeit mit Kollegen
- › Beratung
- › Ereignisse
- › Zertifizierungsprogramme

Die Forschungsergebnisse und Erkenntnisse von Forrester sind auf Ihre Rolle und wichtige Geschäftsinitiativen zugeschnitten.

RELEVANTE ROLLEN

Marketing- und Strategieexperten

CMO

B2B-Marketing

› B2C-Marketing

Kundenerlebnis (Customer Experience, CX)

Kundenerkenntnisse

E-Business und Channel-Strategie

Experten im Bereich Technologie-Management

CIO

Anwendungsentwicklung und Anwendungsbereitstellung

Unternehmensarchitektur

Infrastruktur und Betrieb

Sicherheit und Risiken

Beschaffung und Anbieter-Management

Experten der Technologiebranche

Analystenbeziehungen

KUNDEN-SERVICE

Informationen zu gedruckten Exemplaren oder elektronischen Nachdrucken erhalten Sie von der Kundenbetreuung unter +1 866-367-7378, +1 617-613-5730 oder unter clientsupport@forrester.com. Wir bieten Mengenrabatte und Sonderpreise für akademische und gemeinnützige Einrichtungen.