



PRECISION

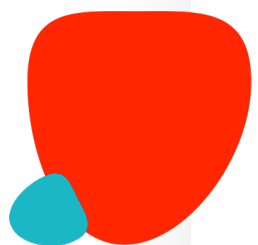


Commerce Masters

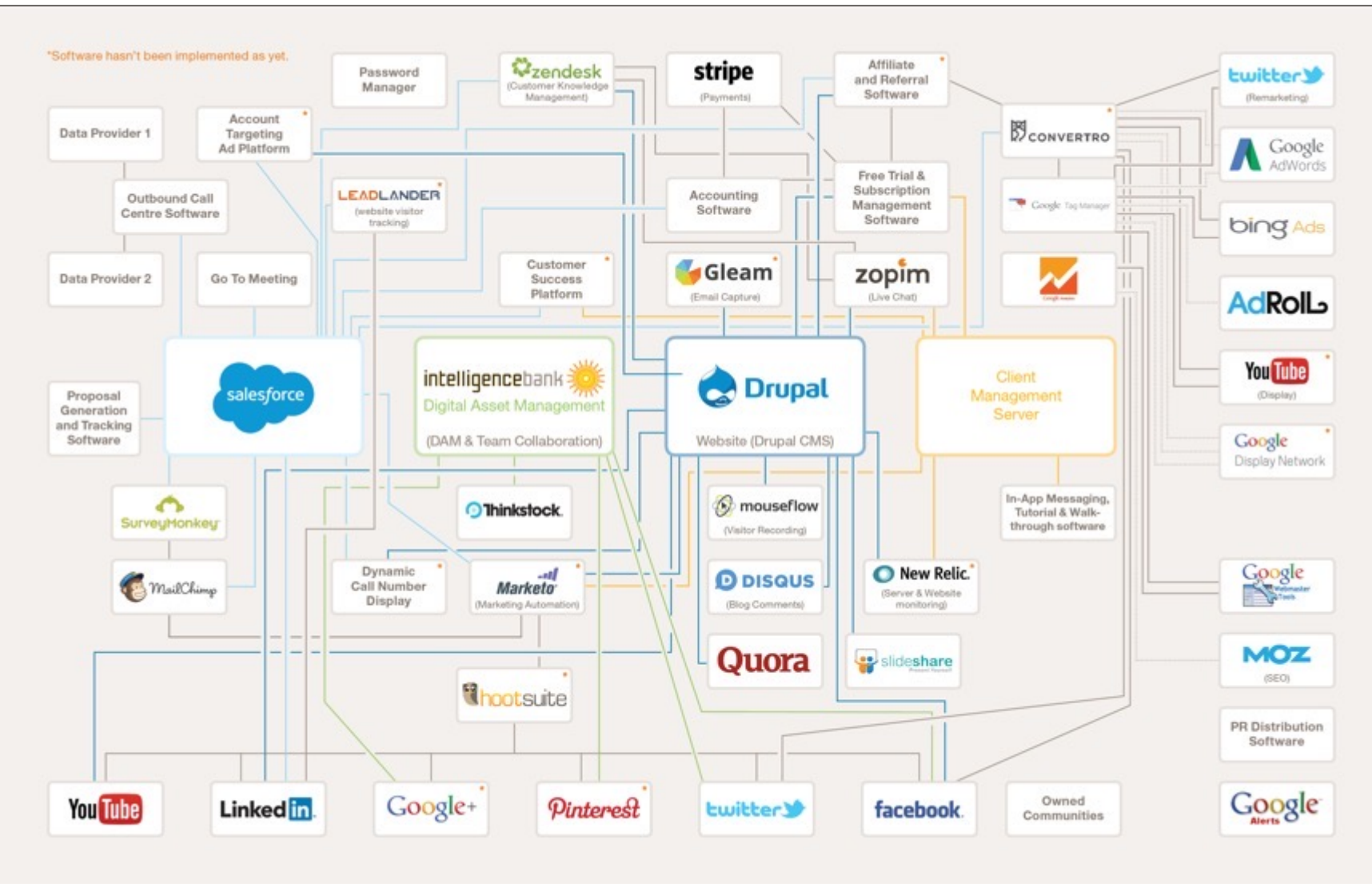
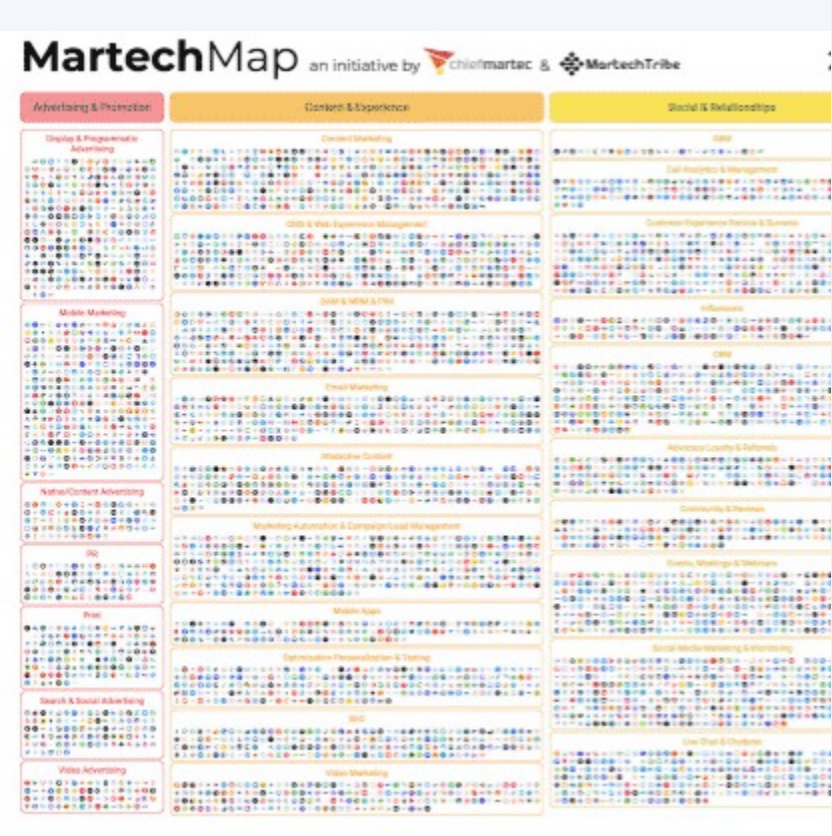
Volker John, Stuttgart, 26.10.2023



Kunden erwarten Personalisierung im eCommerce und belohnen Unternehmen, die es richtig machen.



Daten sind meist das größte Hindernis



Daten nutzen zur Wertsteigerung

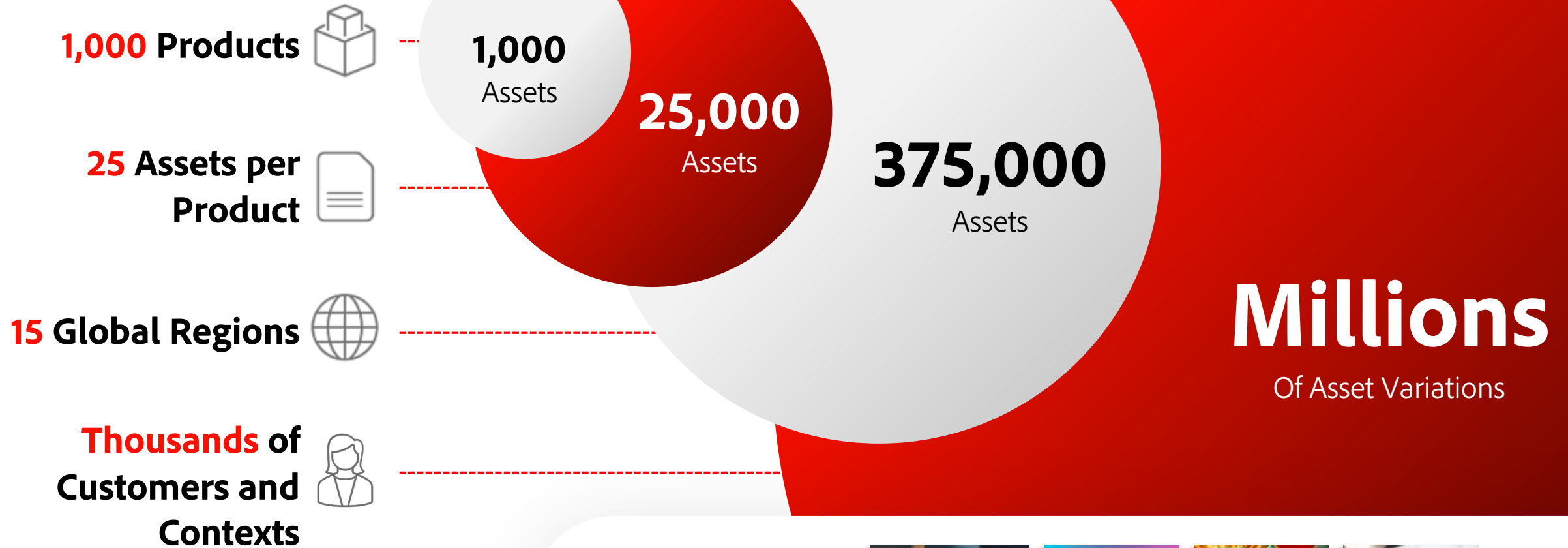


Benefits

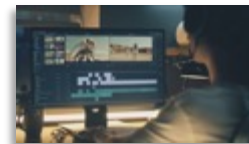
Die Zentralisierung von Profilen und Segmentierungen hat enorme Auswirkungen auf alle nachgelagerten Anwendungen

Die vollständige Nutzung des Shopper-Kontextes kann zu einer höheren Konversionsrate führen

Mehr Inhalte als je zuvor werden benötigt, um Erlebnisse zu vermitteln



Increasingly diverse
media formats



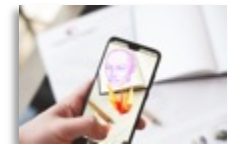
Video



Still



3D



AR

Wir arbeiten seit über einem Jahrzehnt an unserem KI-Fundament

Adobe Sensei



Natively Integrated AI

KI-Funktionen, die in die Experience Cloud-Anwendungen integriert sind

AI-as-a-Service

Gemeinsame KI-Dienste für alle Experience Cloud-Anwendungen

Sensei GenAI

Services, die als Co-Piloten für Marketeres und andere Teams unterstützen, um die Produktivität zu steigern und das Experience Management neu zu gestalten

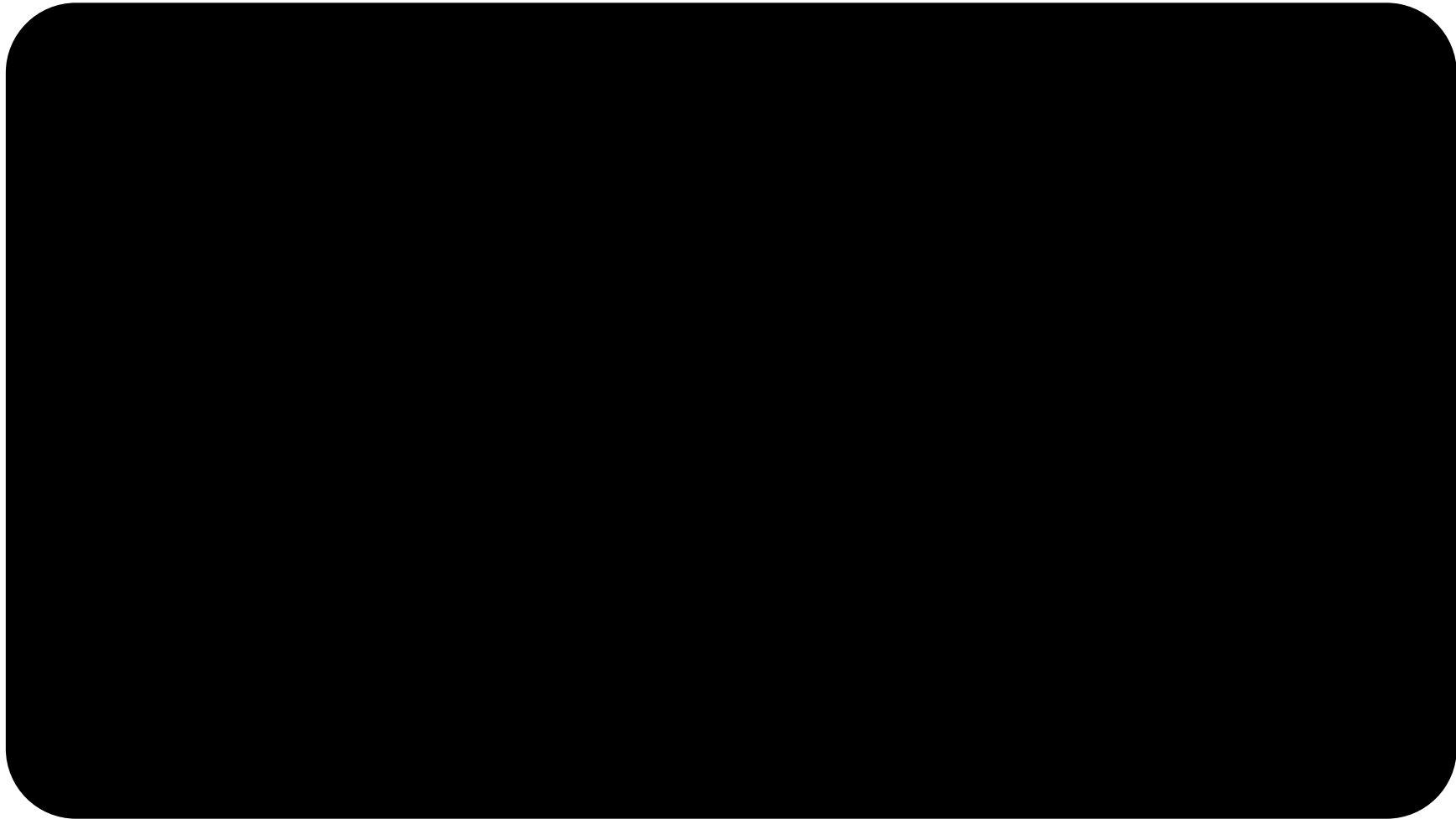
Adobe Firefly



Adobe Firefly

Adobes neue Familie kreativer generativer KI-Modelle zur Generierung visueller Inhalte

Adobe Photoshop & Firefly



Ein einheitliches Profil erstellen - für die Aktivierung

Datenerhebung

Known Customer Data



- CRM
- Email
- Account Association
- Authenticated Profile
- Customer ID
- Partner ID

Unknown Data



- Behavioral Events
- First-Party Cookies
- Device ID
- Advertising Data
- Pseudonymous IDs

Commerce Data



- Behavioral *
- Order Status
- Order History
- Customer
- Catalog
- Inventory

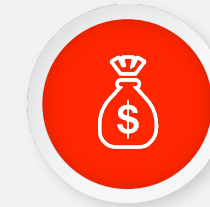
Unified Profile

Unified People & Account Profiles

Identity

Segmentation

Aktivierung



Advertising



Ecommerce

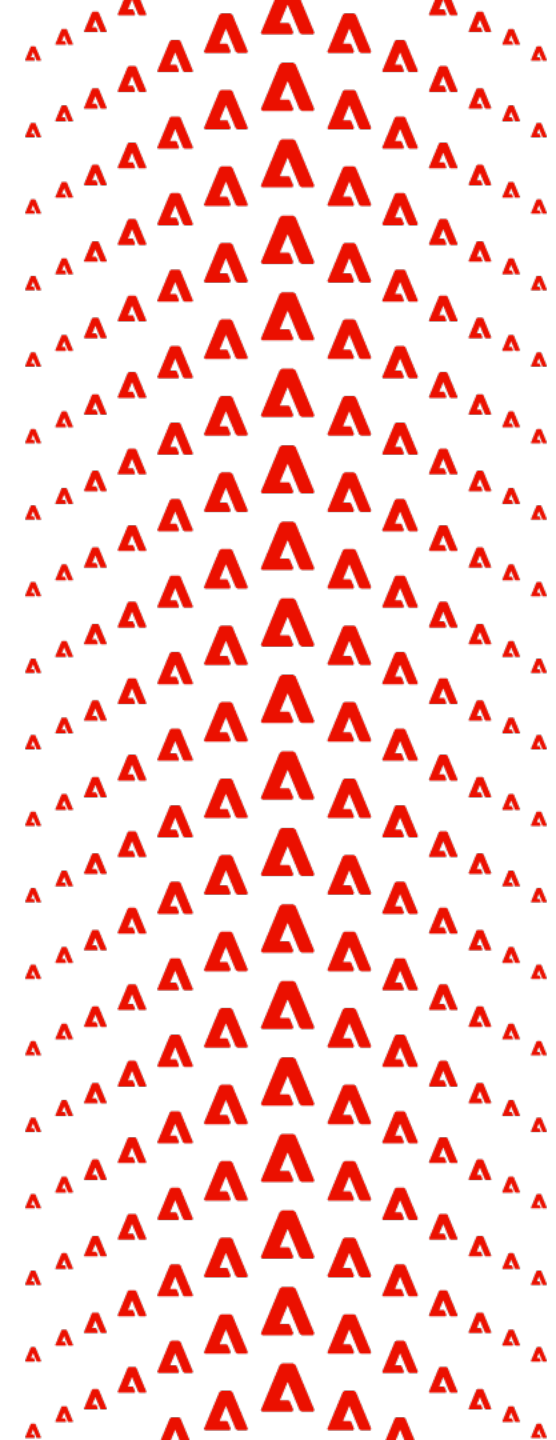


Marketing

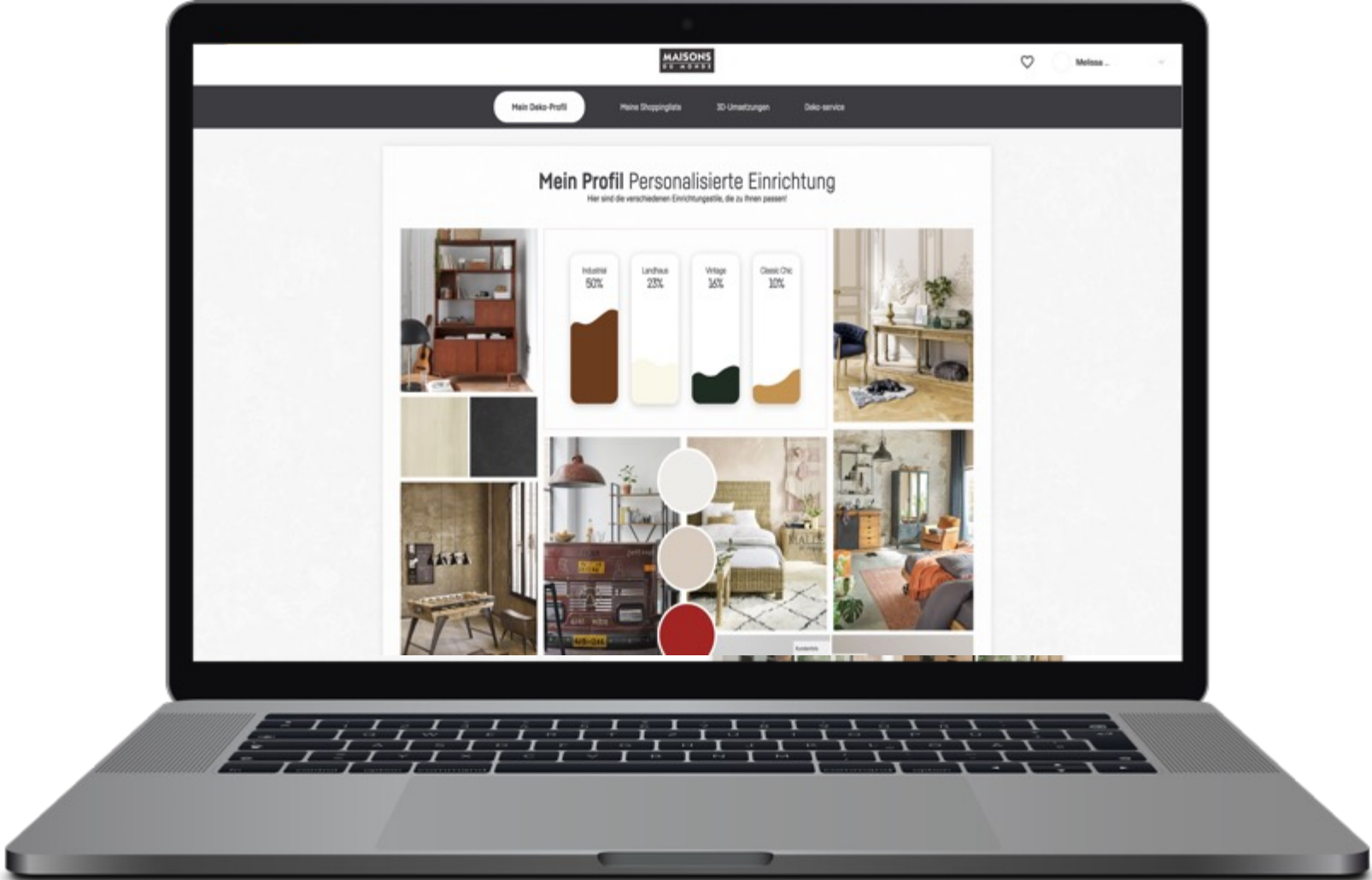


Analytics

Site Experiences



Site Experience



Demokratisieren Sie ihre Assets Produktion



Beispiel: Site Search hat enorme Auswirkungen auf die Einnahmen

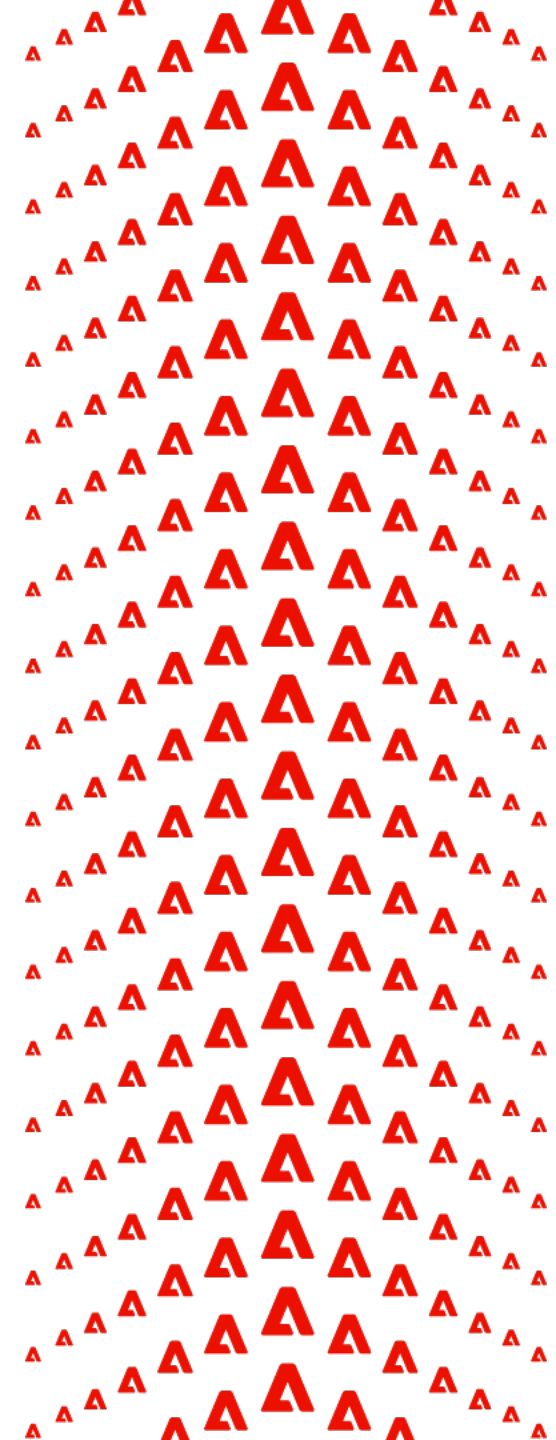
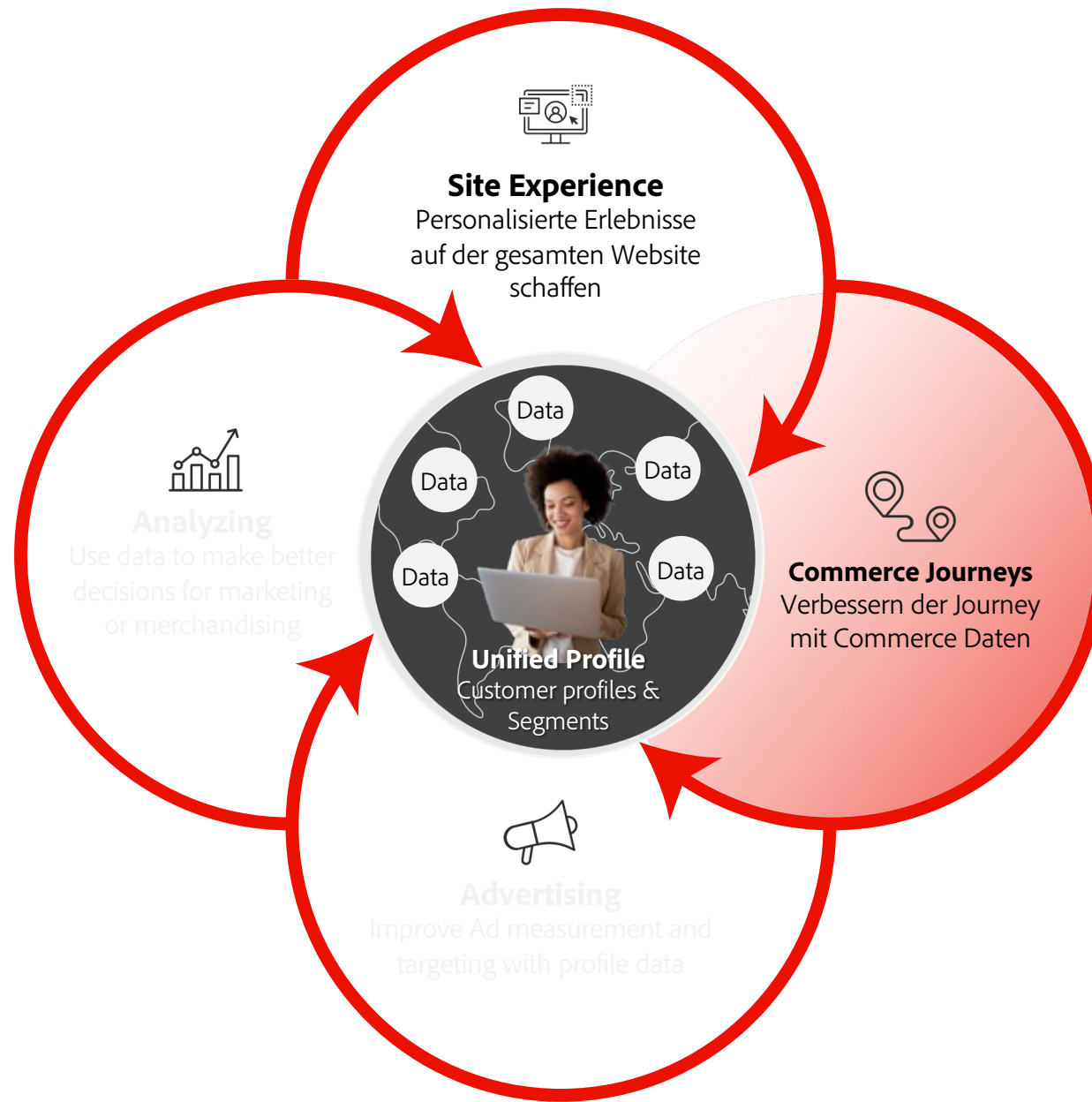


Bis zu 1/3 des Traffics wird über die Site-Search abgewickelt



Bis zu 50 % höhere Konversionsraten für Nutzer Site-Search

Commerce Journeys



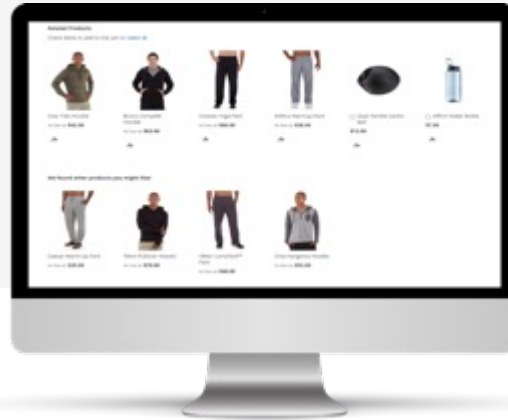
Erste Schritte mit den OOTB Funktionen von Adobe Commerce



Live Search

powered by Adobe Sensei

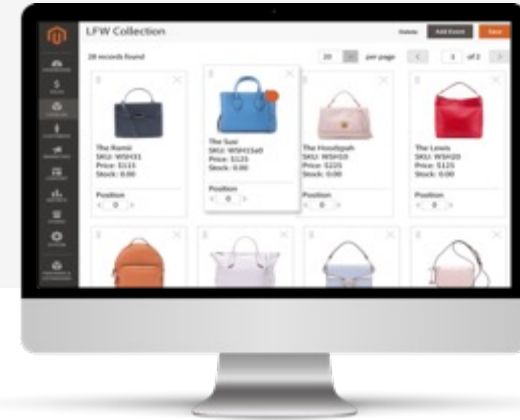
Blitzschnelle, relevante Sucherfahrung mit mehrdimensionaler Facettensuche, Synonymen, Merchandising-Regeln und vollständigem Headless-Support.



Product Recommendations

powered by Adobe Sensei

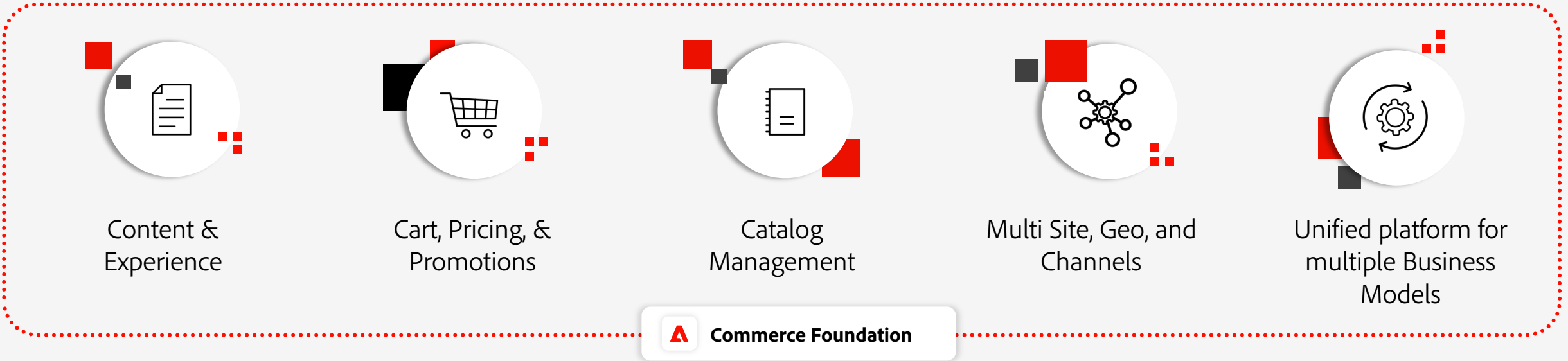
KI-gestützte Produktempfehlungen basierend auf Käuferverhalten, Trends, Produktähnlichkeit und mehr.



Visual Merchandising

Hochgradig visuelles und interaktives Merchandising mit benutzerfreundlichen Tools, die nicht bei jedem Schritt IT-Arbeit erfordern.

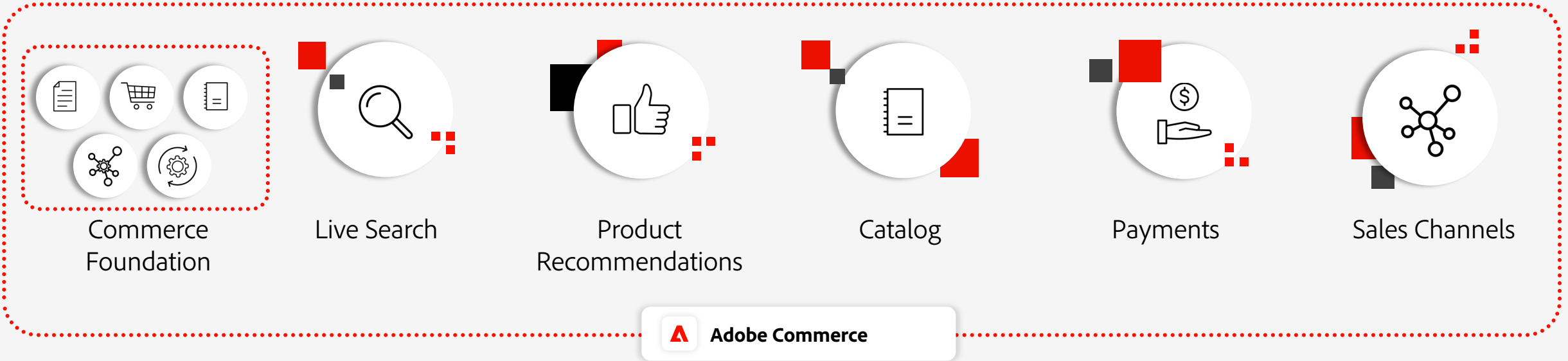
Eine geschäftsorientierte Commerce Lösung



Beginnen Sie mit einem Fundament für die Zukunft

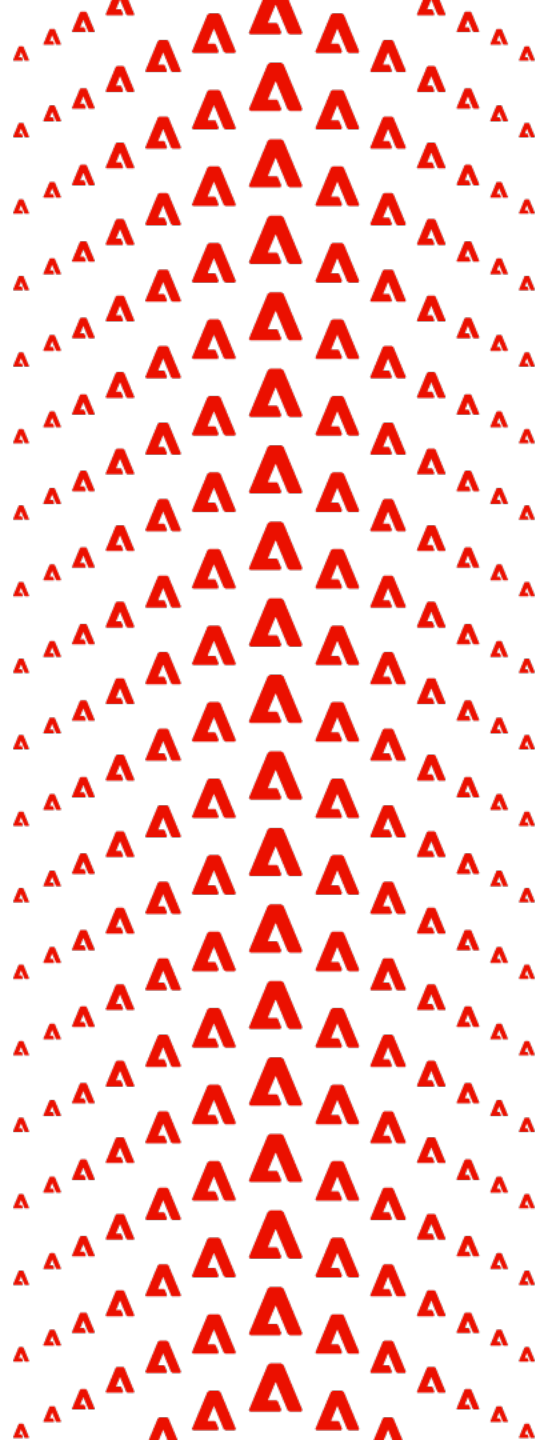
- Beschleunigen Sie die Wertschöpfung mit umfangreichen, sofort einsetzbaren Funktionen bei minimalem Entwicklungsaufwand
- Aufbauen auf einer Cloud-nativen, hochleistungsfähigen, automatisch skalierenden Umgebung
- Reduzieren Sie Risiken mit einer stabilen, sicheren und konformen Umgebung

Microservices, die sofort einsatzbereit sind



Weitere Dienste nach Bedarf hinzufügen

- Schnelles Rollout von Funktionen mit Services, die nativ mit der Commerce Foundation arbeiten
- Services für den Handel sind immer auf dem neuesten Stand und erleichtern die Einführung neuer Funktionen
- Jeder Dienst lässt sich automatisch skalieren, um geplanten und unerwarteten Bedarf zu decken
- Senkung der Betriebskosten durch Minimierung von Integrationen und Anpassungen
- Nutzen Sie alle Vorteile von Microservices ohne deren Komplexität



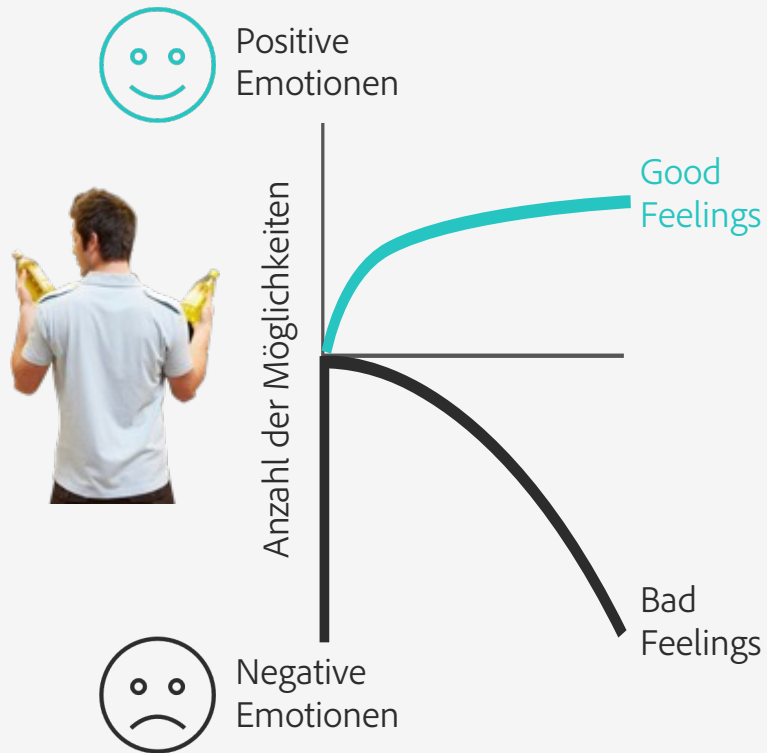
Advertising



Shoppers Value Time

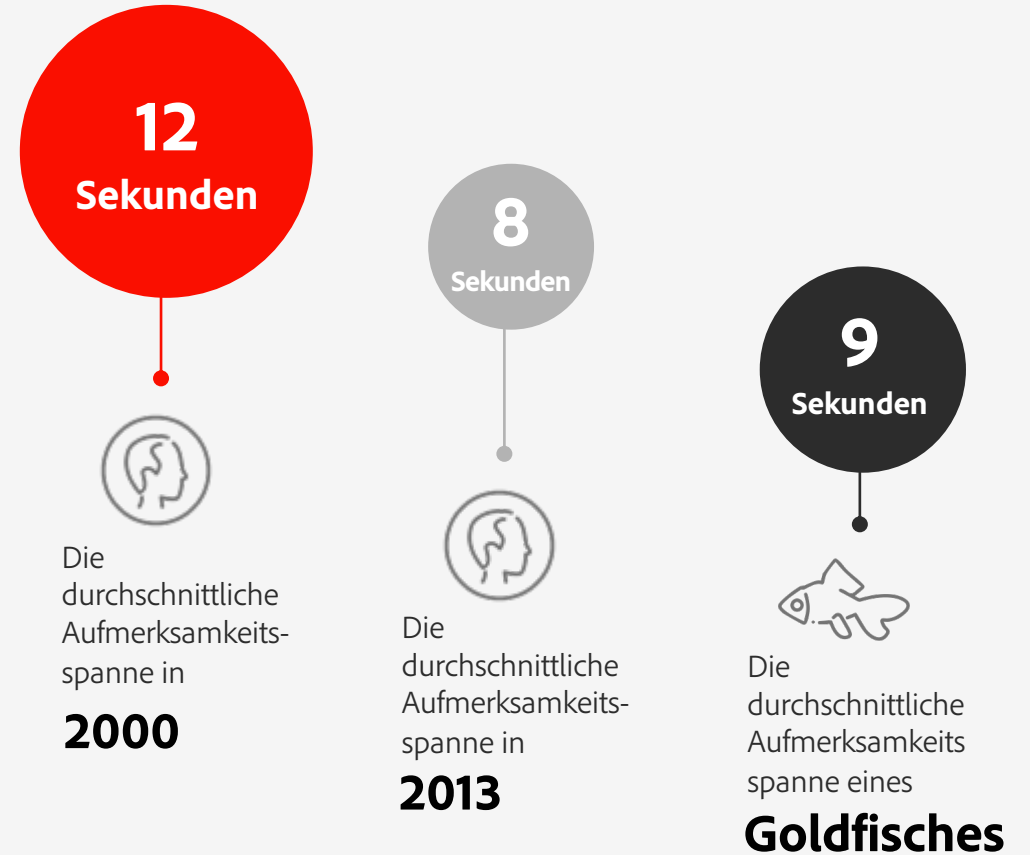
Die Menschen wollen nicht "noch" mehr Entscheidungen treffen

Reaktionen auf zunehmende Wahlmöglichkeiten



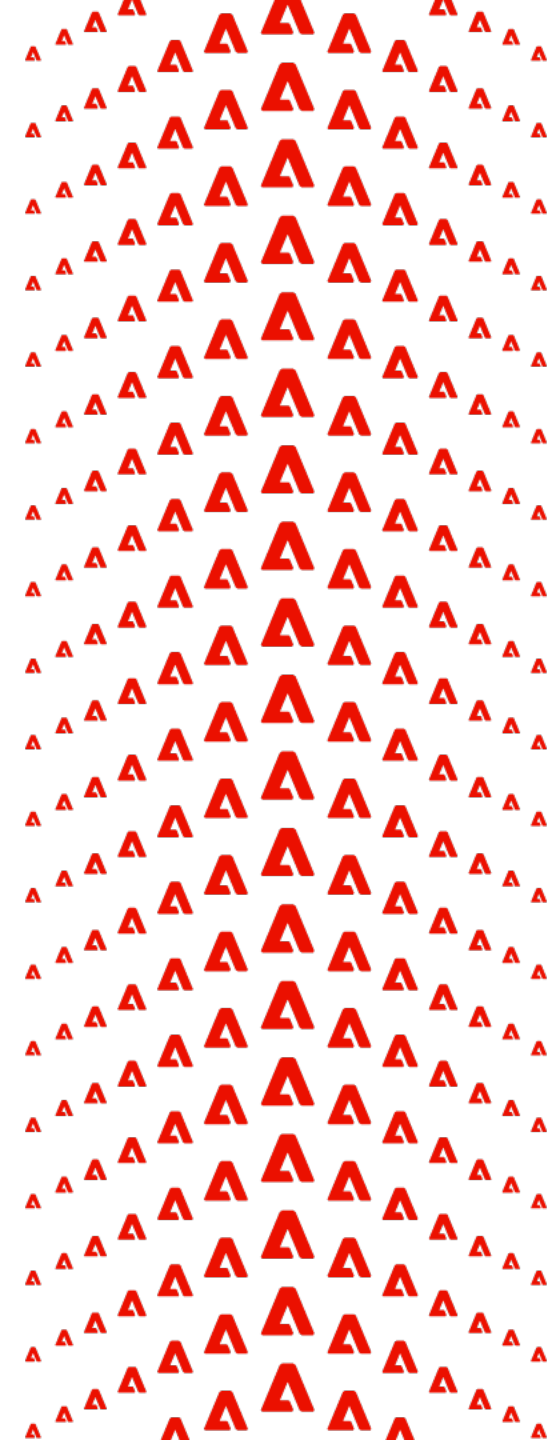
SOURCE: Barry Schwartz, The Paradox of Choice

Die Menschen haben eine sehr begrenzte Aufmerksamkeitsspanne



SOURCE: Time

Analyzing



Der heutige Workflow der Analyse ist ineffizient und nicht skalierbar





Take
& away
Delivery

Adobe Commerce-Daten als Grundlage für verbesserte Ergebnisse



Wiederherstellung abgebrochener Warenkörbe

neue Shopper-Events nutzen, um die richtigen Kunden anzusprechen



Zurückgewinnen von abwanderungsgefährdeten Kunden

Nutzung der Kundenhistorie und Affinität zur Identifizierung besserer Ziele



Von der Überlegung zur Konversion

Nutzung von Rich-Commerce-Kaufsignalen zur Förderung der Konversion



Segmentierter Traffic

Nutzung angereicherter Kundenprofile mit commerce events



Personalisierte Upsell/Cross-Sell-Kampagnen

Nutzung historischer Daten



Transaktionsbezogen

Verwendung von Kaufereignissen im Commerce für standard journeys



Willkommen & Onboarding neuer Kunden

Nutzung Commerce Daten von standard journeys



LimiZeitlich begrenztes Angebote

Verwenden Sie commerce, um die Preissenkung zu definieren

Grundsätze des Vertrauens



Consumer Privacy

Die Kunden haben die Kontrolle.

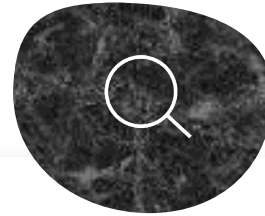
Personalisierung von Erlebnissen auf der Grundlage von Kundenpräferenzen bei gleichzeitiger Einhaltung und Durchsetzung von Zustimmungsrichtlinien während der gesamten Customer Journey



Strategy

Die Teams sind zersplittert.

Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für Marketing-, IT- und Sicherheitsorganisationen zur Skalierung, Durchsetzung und Optimierung der Data Governance



Transparency

Der Zugang muss überwacht werden.

Durchführung von Prüfungen auf administrativer Ebene, um die Sichtbarkeit und Verantwortlichkeit für den Zugriff auf Kundendaten, deren Verwaltung und Aktivierung zu gewährleisten



Security

Die Daten müssen gesichert werden.

Schutz der Kundendaten bei der Speicherung, dem Transport und dem Zugriff auf die Daten durch Menschen, Prozesse und Technologie



Data Minimization

Behalten Sie nur, was Sie brauchen.

Verwaltung des Lebenszyklus von Verbraucherdaten von der Erfassung bis zur Aktivierung und zum Ablauf mit Integrität und Zweckmäßigkeit.



Volker John

Sales GTM Lead Adobe Commerce



Volker John
GTM Lead Adobe Commerce
vjohn@adobe.com
Mobil: +49 172 79 82 400
[linkedin.com/in/volker-john](https://www.linkedin.com/in/volker-john)