

# Was ist Salesforce Content Management System?

Mit Salesforce CMS einfach Websites erstellen

## Salesforce CMS und CMS

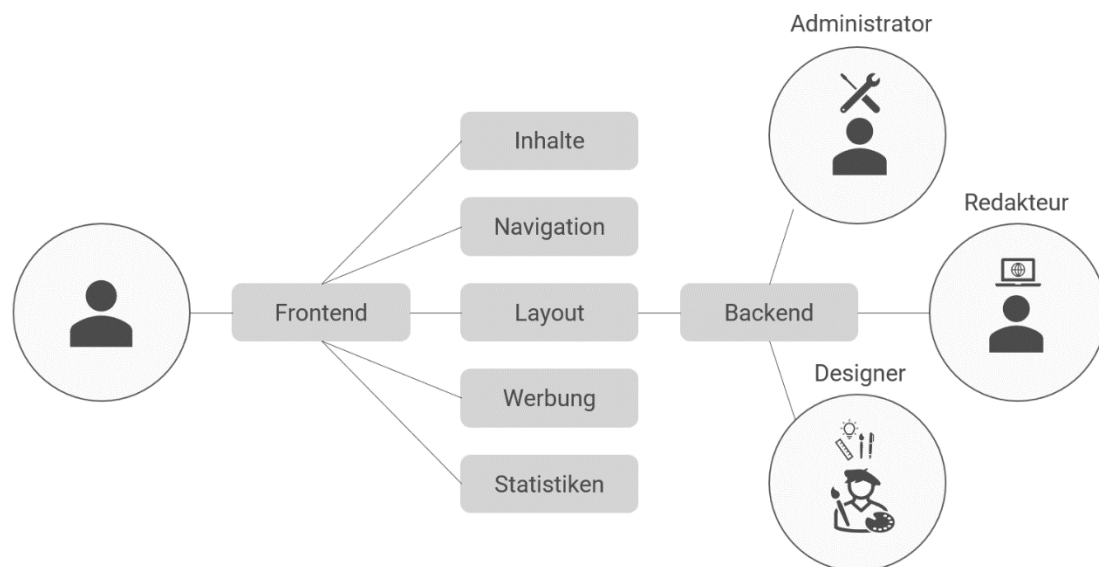
**Unternehmen sind heutzutage auf ansprechende Inhalte angewiesen, um mit einer Website möglichst viele Besucher anzulocken und zu binden: Texte, Bilder, Videos und Grafiken bieten nicht nur einen Mehrwert für den Leser und Nutzer, sondern werden auch von Suchmaschinen positiv registriert. Doch diese Inhalte müssen erst einmal verwaltet, veröffentlicht, aktualisiert und kommuniziert werden. Während Unternehmen früher den gesamten Code ändern mussten, stehen ihnen heute für diese Aufgabe verschiedene Content Management Systeme zur Verfügung. Ein Beispiel für ein CMS ist Salesforce CMS, das die Erstellung und Bereitstellung von Inhalten für jeden Kanal und jedes Gerät erleichtert. Was ist ein CMS und was ist Salesforce CMS? Das können Sie hier herausfinden:**

## Inhalt

Salesforce CMS und CMS .....	1
Was ist CMS? .....	3
Welche Features besitzt ein CMS? .....	4
Welche Vorteile bietet ein CMS? .....	5
Wie wählen Unternehmen das richtige CMS aus? .....	6
Welche CM-Systeme gibt es? .....	7
Was ist Salesforce CMS? .....	8
Welche Vorteile hat Salesforce CMS? .....	9
Welche Features bietet Salesforce CMS? .....	10
Fazit .....	12
Kontakt .....	14

## Was ist CMS?

CMS ist die Abkürzung für Content Management System. Ein Content Management System bietet den Usern eine grafische Benutzeroberfläche mit Werkzeugen zur Erstellung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Webinhalten. Ohne Programmierkenntnisse kann eine Website mit CMS eingerichtet werden, wodurch kein reiner HTML-Code erstellt werden muss. Unternehmen und Privatpersonen nutzen CMS zum Beispiel, um regelmäßig aktuelle Nachrichten oder Blogartikel online zu stellen, ohne einen entsprechenden Programmierer einstellen zu müssen. Denn CMS-Systeme verfügen über eine sogenannte Benutzeroberfläche, sodass die Arbeit innerhalb des Systems von jeder geschulten Person übernommen werden kann. Um diese Flexibilität zu erreichen, werden Inhalte und Seitenvorlagen in einer Datenbank gespeichert und von der Website dynamisch zusammengeführt.



Das System besteht aus zwei Komponenten: einer Content Management Application (CMA) und einer Content Delivery Application (CDA). Die CMA ist eine grafische Benutzeroberfläche, mit der User ohne HTML-Kenntnisse Inhalte auf einer Website entwerfen, erstellen, ändern und entfernen können. Die CDA-Komponente stellt die Back-End-Dienste bereit, die die Verwaltung und Bereitstellung von Inhalten unterstützen, sobald ein Benutzer diese in der CMA erstellt hat.

## Welche Features besitzt ein CMS?

Die Funktionen können von CMS zu CMS variieren, zu den Kernfunktionen gehören jedoch die folgenden:

### **Intuitive Indizierung und Suche**

Diese Funktionen indizieren alle Daten für einen einfachen Zugriff durch Suchfunktionen und ermöglichen den Nutzern die Suche nach Attributen wie Veröffentlichungsdatum, Schlüsselwörter oder Autor.

### **Format-Verwaltung**

Damit lassen sich gescannte Papierdokumente und ältere elektronische Dokumente in HTML- oder PDF-Dokumente umwandeln.

### **Revisionsfunktionen**

Diese Funktionen ermöglichen die Aktualisierung und Bearbeitung von Inhalten nach ihrer ersten Veröffentlichung. Die Revisionskontrolle verfolgt auch alle Änderungen, die Einzelpersonen an Dateien vornehmen.

### **Vorlagefunktion**

Mit dieser Funktion können Einzelpersonen eine Vorlage oder eine Reihe von Vorlagen, die von einer Organisation genehmigt wurden, sowie andere Werkzeuge zur Erstellung und Änderung von Inhalten verwenden.

Ein CMS kann aber auch Tools für die Personalisierung oder das One-to-One-Marketing bereitstellen. Unter One-to-One-Marketing versteht man die Fähigkeit einer Website, ihren Inhalt und ihre Werbung auf der Grundlage von Informationen, die ein User angibt oder die eine Website sammelt, auf die spezifischen Merkmale eines Users abzustimmen. Wenn ein Nutzer beispielsweise in einer großen Suchmaschine wie Google nach CRM sucht, können Werbebanner oder Seiten von Unternehmen angezeigt werden, die sich mit CRM befassen, und nicht von Unternehmen, die Gartenprodukte verkaufen.

### Weitere Features im Überblick:

- suchmaschinenoptimierte URLs
- gruppenbasierte Berechtigungssysteme und Sicherheit

- vollständige Vorlagenunterstützung und anpassbare Vorlagen
- einfache, assistentengestützte Installations- und Versionierungsverfahren
- minimale Server-Anforderungen
- integrierte Dateimanager
- integrierte Prüfprotokolle

## Welche Vorteile bietet ein CMS?

Die Verwendung eines CMS bietet eine Reihe von Vorteilen, darunter:

### **Leichte Bedienbarkeit**

Dank einer grafischen Benutzeroberfläche können auch Personen mit begrenzten technischen Kenntnissen die Software nutzen.

### **Einfache Suche nach Informationen**

Eine eingebaute Suchfunktion ermöglicht es Usern, das Gesuchte einzugeben und sich eine Liste von Elementen anzeigen zu lassen.

### **Einfache Verwaltung von Inhalten**

Nicht nur das Erstellen von Inhalten ist einfach, sondern auch das Entfernen von Inhalten. Ein CMS macht es einfach, Inhalte zu entfernen, um Websites auf dem neuesten Stand zu halten.

### **Von überall aus zugänglich**

Ein CMS kann in der Cloud oder vor Ort betrieben werden, aber die Benutzer können von überall aus mit einem Gerät, das mit dem Internet verbunden ist, auf die Inhalte zugreifen.

### **Ermöglicht mehrere Benutzer**

Mit einem CMS lassen sich die Veröffentlichungsrechte leicht verwalten, sodass mehrere Benutzer erstellt werden können.

### **Sofortige Inhaltsaktualisierung**

Mit einem CMS können Benutzer Inhalte in Echtzeit verwalten und aktualisieren, dabei müssen User nicht auf einen Entwickler warten.

## Einfache Aktualisierung

Entwicklungsteams können hierbei Aktualisierungen mit nur wenigen Klicks durchführen.

## Wie wählen Unternehmen das richtige CMS aus?

Die Faktoren, die berücksichtigt werden müssen, bevor ein Unternehmen in ein CMS investiert, sind nahezu unbegrenzt. Es gibt einige grundlegende Funktionen, auf die immer geachtet werden sollte, z. B. eine benutzerfreundliche Editoroberfläche und intelligente Suchfunktionen. Für manche Unternehmen hängt die eingesetzte Software jedoch von spezifischeren Anforderungen ab. Zum Beispiel sollte ein Unternehmen ihre Größe und geografische Verteilung berücksichtigen. Der CMS-Administrator muss aber auch wissen, wie viele Mitarbeiter die Anwendung nutzen werden, ob das CMS mehrsprachig sein muss und wie groß das Support-Team sein wird, das den Betrieb aufrechterhält. Es ist auch wichtig, den Grad der Kontrolle zu berücksichtigen, den sowohl Administratoren als auch Endbenutzer bei der Nutzung des CMS haben werden. Des Weiteren müssen Unternehmen die Vielfalt der von ihnen verwendeten elektronischen Datenformate berücksichtigen. Unternehmen sollten bei der Entscheidung für ein CMS unbedingt die Meinung vom Marketingteam, IT-Mitarbeitern und Managern einholen. Es ist wichtig zu wissen, wer das neue CMS nutzen wird und wofür diese es verwenden werden. Des Weiteren sollten die zukünftigen Geschäftsanforderungen beurteilt werden, denn ein CMS muss vor allem die aktuellen Bedürfnisse eines Unternehmens und alle zukünftigen Geschäftspläne berücksichtigen. Zu den Überlegungen gehört dabei auch, ob sich das System in die aktuelle technische Ausstattung des Unternehmens integrieren lässt und ob das CMS zukunftsweisende Funktionen wie RESTful APIs enthält. Unternehmen sollten hierfür eine Liste mit verschiedenen CMS erstellen, die den eigenen Anforderungen gerecht werden und sich dann zu den einzelnen CMS Informationen einholen. Dazu gehören auch Gespräche mit Anwendern mit ähnlichen Anwendungsfällen, um deren Erfahrungen mit den Produkten zu erfahren. Um weitere Informationen zu erhalten, besteht auch die Möglichkeit den Anbieter aufzufordern ein Angebot zu unterbreiten. Dies gibt den Anbietern die Möglichkeit, auf die individuellen Bedürfnisse eines Unternehmens einzugehen und zu erklären, warum die angebotene Software die richtige für das Unternehmen ist. Unternehmen sollten aber auch den Funktionsumfang, die Schulungen und den Support der einzelnen Anbieter berücksichtigen. Anhand von Demos können sich Unternehmen ein Bild davon machen, wie das jeweilige System funktioniert und welche Integrationsmöglichkeiten geboten werden.

## Welche CM-Systeme gibt es?

Es gibt viele kostenlose und abonnementbasierte CMS für den privaten und geschäftlichen Gebrauch. Hier sind einige Beispiele von Content Management Systemen im Überblick:

### **Salesforce CMS**

Beim Salesforce Content Management System (CMS) handelt es sich um ein hybrides CMS, das die Gestaltung und Veröffentlichung von Inhalten für jeden Channel und jedes Endgerät erleichtert. Mehr zu Salesforce CMS erfahren Sie im nächsten Kapitel.

### **WordPress**

WordPress ist ein kostenloses und open source Web-Content-Management-System, das auf PHP und MySQL basiert. Unternehmen können WordPress in der Cloud oder auf einem lokalen Computer als ihren eigenen Webserver verwenden. Diese Software ist individuell anpassbar. Darüber beinhaltet WordPress zahlreiche Themes und WordPress-Plugins. Oft wird WordPress für das Blogging verwendet.

### **Joomla**

Joomla ist ebenfalls ein kostenloses und open source Web-Content-Management-System, das auf einem MVC-Framework basiert. Joomla ist in der Skriptsprache PHP geschrieben. Dieses CMS bietet Funktionen wie Zwischenspeicherung, Blog-Posts, RSS-Feeds, Suche und Unterstützung für Sprachübersetzungen.

### **Backdrop CMS**

Hierbei handelt es sich um ein kostenloses und open source CMS, das Teil des Drupal-Projekts ist und ein erschwingliches CMS für kleine und mittlere Unternehmen darstellt. Backdrop bietet nur die Grundfunktionen für die Verwaltung von Webinhalten, kann aber mit diversen Modulen erweitert werden.

### **Wix**

Dieses CMS ist sowohl als kostenlose als auch als kostenpflichtige Version erhältlich. Es verfügt über Tools für die Zusammenarbeit im Team, die Integration von Drittanbietern, Sicherheit auf Unternehmensniveau, Hunderte von Designvorlagen und die Möglichkeit, eigenen Code hinzuzufügen. Darüber hinaus bietet Wix einen 24/7-Kundensupport.

## HubSpot

Dieses CMS ist kostenpflichtig und bietet einen Drag-and-Drop-Seiten-Builder, SEO-Empfehlungen und Website-Themen. HubSpots kostenlose CRM-Plattform ist in jedem CMS-Paket enthalten und erlaubt Usern Kunden und Inhalte an einem Ort zu verwalten.

## Magnolia

Bei Magnolia handelt es sich um ein open source CMS ohne Kopfzeile, das die Integration zahlreicher Marketingtechnologien ermöglicht, darunter CRM-Systeme, Analyse- und Marketing-Automatisierungstools. Zu den Features gehören Personalisierung und Optimierung sowie Digital Asset Management.

## Was ist Salesforce CMS?

Das Salesforce Content Management System (CMS) ist ein hybrides CMS, das die Erstellung und Bereitstellung von Inhalten für jeden Kanal und jedes Gerät erleichtert. Mit diesem CMS können sowohl Anfänger als auch Expertenteams Inhalte erstellen, verwalten und diese dann für jeden Kanal bereitstellen. Dazu können User einen Inhaltstyp auswählen oder benutzerdefinierte Typen erstellen und den Inhalt schnell in der App entwerfen. Hierbei sind keine technischen Kenntnisse erforderlich. Mehrsprachigkeit und Übersetzungsunterstützung erleichtern die Skalierung. Berechtigungen unterstützen Nutzer bei der Zusammenarbeit unter Einhaltung von Markenstandards. Ersteller von Inhalten können auch Inhaltssammlungen erstellen, die wie Inhaltswiedergabelisten funktionieren und zu verschiedenen Erlebnissen hinzugefügt werden können.

Salesforce CMS ist ein hybrides CMS, daher können Teams Inhalte an einem zentralen Ort erstellen und diese für jeden digitalen Touchpoint syndizieren. Das bedeutet auch, dass es unabhängig davon funktioniert, ob das Erlebnis von Salesforce oder einem anderen System unterstützt wird.

Die Benutzer können zwischen zwei WYSIWYG-Tools (what-you-see-is-what-you-get) auswählen: Experience Builder oder Commerce Page Designer. Beide können ein Erlebnis deklarativ erstellen und Inhaltskomponenten direkt auf die Website, das Portal, das Forum oder die Commerce Storefront übertragen. Diese Tools sind auch entwicklerfreundlich, was besonders dann von Vorteil ist, wenn Design- und Entwicklungsteams das Erlebnis mit einem Code erstellen möchten.



Zur Bereitstellung von Inhalten auf einer Website, einem Erlebnis oder einer mobilen Anwendung eines Drittanbieters können User die Headless-APIs für die reibungslose Bereitstellung von Inhalten verwenden.

Wenn ihre Kunden digitale Angebote besuchen, müssen die Inhalte, die sie sehen, personalisiert und kundenorientiert sein. Jeder Inhalt sollte daher auf die Bedürfnisse, Fragen und Wünsche der Kunden eingehen. Anstatt Inhalte ohne Grundlage zu erstellen, können Teams mit Salesforce CMS den Prozess der Inhaltserstellung auf Basis von Kundendaten starten. Außerdem können Unternehmen mit Salesforce CMS Daten in Inhalte umwandeln. Beispielsweise können die Zeilen und Spalten eines CRM-Datensatzes in reichhaltige, visuelle Inhalte, wie ein Banner, ein Kachelmenü oder eine ansprechende Werbe-CTA übersetzt werden. Mit Salesforce CMS kann jedes Team ein Erfahrungsteam sein.

## Welche Vorteile hat Salesforce CMS?

Mithilfe des Salesforce Content Management Systems, das auf dem weltweit führenden CRM-System basiert, können Unternehmen Inhalte erstellen und anpassen. Salesforce CMS bietet Unternehmen einige Vorteile:

### **Inhalte zentral erstellen und verwalten**

Das CMS Workspace ist das Kreativzentrum. Hier können Unternehmen alles erstellen, verwalten und veröffentlichen, was Kunden sehen, lesen und nutzen werden. Regelmäßige Updates unterstützen dabei, Inhalte immer attraktiv und aktuell zu halten.

### **Abteilungsübergreifend zusammenarbeiten**

Jeder, der Inhalte erstellt, kann im CMS zusammenarbeiten, Genehmigungen verwalten und personalisierte Inhaltsvarianten für jedes einzelne Kundensegment anfertigen.

### **Schnelles Erstellen und Bearbeiten von E-Commerce Inhalten**

Die Inhaltsvorlagen und Visualisierungstools des Content Management Systems machen es jetzt noch leichter, Inhalte für alle Marken und Regionen zu entwickeln und zu verwalten. User können Werbebanner, Blogbeiträge und Lookbooks in kürzester Zeit entwerfen, veröffentlichen und aktualisieren.

## **Umsetzung von Konzepten in jedem Format**

Unternehmen können hierbei im Handumdrehen alle Arten von Inhalten, darunter Blogs, Beiträge für soziale Medien, Artikel, E-Mails und vieles mehr erstellen. Neue Projekte können mit einem einzigen Klick gestartet werden und Inhalte können individualisiert erstellt werden.

## **Relevante Inhalte mit benutzerfreundlichen Tools erstellen**

Die vordefinierte Integration mit Page Designer und Experience Builder macht es einfach, Content auf jeder Handelsplattform oder Portal zu veröffentlichen. Außerdem sorgen vorgefertigte Vorlagen und entwicklerfreundliche Tools für eine kürzere Markteinführungszeit und für eine schnelle Bereitstellung.

## **Kunden mit schnellen und flexiblen E-Commerce-Lösungen begeistern**

Unternehmen können ihre Kunden hiermit jederzeit, überall und über jeden Kanal erreichen. Darüber hinaus ist das Salesforce Content Management System nativ mit dem weltweit führenden CRM integriert, sodass jeder Schritt des Einkaufserlebnisses personalisiert werden kann.

## **Kunden über jeden Kanal erreichen**

Mit dem hybriden Content-Management-System müssen Inhalte nur einmal erstellt werden und können dann nativ auf E-Commerce-Websites, über Portale oder in mobilen Apps veröffentlicht werden. Mit Headless APIs können Inhalte über jeden Touchpoint hinweg geteilt werden, um eine nahtlose Customer Journey zu schaffen.

## **Welche Features bietet Salesforce CMS?**

Mit Salesforce CMS Headless Content Service können Inhalte erstellt, verwaltet und über alle digitalen Kanäle hinweg syndiziert werden. Mit dem Experience Builder von Salesforce CMS können reaktionsschnelle und personalisierte Marketing-Websites für Abteilungen, Portale, Storefronts und Microsites erstellt werden. Die CMS-Integrationen mit E-Mail Builder (Pardot) und Content Builder (Marketing Cloud) ermöglichen Unternehmen, E-Mails in Pardot und der Marketing Cloud mit Bildern aus Salesforce CMS zu ergänzen. Des Weiteren bietet die CMS-Integrationen mit B2B und B2C Commerce Lightning die Möglichkeit, Handelsprodukte mit Bildern und Dokumenten aus dem CMS zu ergänzen.

## Weitere Features im Überblick:

### **1. Workspace**

CMS-Arbeitsbereiche sind der erste Berührungspunkt für alle CMS-Aktivitäten und bieten Organisation und Sicherheit für die CMS-App. Um die CMS-App zu nutzen, müssen Unternehmen einen Arbeitsbereich erstellen. Diese können je nach Unternehmenspräferenz einfach nach Projekten, Regionen oder Teams organisiert werden. Innerhalb eines Arbeitsbereichs sind Inhalte und Rollen eindeutig und können nur von Benutzern aufgerufen werden, denen der zugewiesene Administrator Zugriff gewährt. Es ist wichtig zu beachten, dass einmal erstellte Arbeitsbereiche nicht gelöscht werden können, aber der Name und die Beschreibung können nachträglich bearbeitet werden. Der CMS-Arbeitsbereich ist wichtig, denn dieser gibt Informationen darüber, welche Benutzer welche Inhalte erstellen und wo diese freigegeben werden.

### **2. Channels**

CMS-Channels können mit mehreren Arbeitsbereichen verknüpft werden und fungieren als Zugangspunkt. Hierbei können Inhalte von verschiedenen Nutzern geteilt und veröffentlicht werden. Um einen Kanal zu erstellen, muss die Registerkarte "CMS-Kanal" aufgerufen werden und „Kanal erstellen“ ausgewählt werden. Es besteht aber auch die Möglichkeit, den Arbeitsbereich direkt mit dem Kanal zu verbinden. Bei der Erstellung eines Kanals sollten vor allem die verschiedenen Verbindungstypen berücksichtigt werden, die zur Auswahl stehen, da diese bestimmen, wer die Inhalte später sehen kann.

### **3. Mitwirkende**

Wenn Benutzer hinzugefügt werden, werden diese zu "Mitwirkenden", das heißt sie können Inhalte erstellen und die Zugänge verwalten.

## Es gibt drei verschiedene Berechtigungen:

### **Salesforce Admin**

Diese Rolle wird in der Regel nur einem Benutzer zugewiesen und ermöglicht den vollen Zugriff auf die Salesforce Einrichtung, die Salesforce CMS-App und die Einstellungen der Arbeitsbereiche.

## **Content Admin**

Diese Rolle wird den Benutzern zugewiesen, die am häufigsten auf das CMS zugreifen werden, da dieser volle Zugriff auf den Inhalt im CMS-Arbeitsbereich haben und die Möglichkeit besitzen, Mitwirkende zu verwalten und die gemeinsame Nutzung von Inhalten zu organisieren. Diese Rolle ermöglicht dem Benutzer, zusätzliche Elemente wie Mitwirkende, Kanäle und Sprachen zum Arbeitsbereich hinzuzufügen, ohne dass der Salesforce-Administrator unterstützen muss.

## **Content Manager**

Diese Berechtigung gewährt Zugriff auf den CMS-Arbeitsbereich und bietet einen Überblick über verschiedene Aufgaben, zum Beispiel das Verfassen von neuem Material.

## **4. Sprachen**

Im Rahmen der CMS-Implementierung können Unternehmen aus einer Vielzahl von Übersetzungssprachen wählen, die als die für lokalisierte Inhalte angebotenen Sprachen angezeigt werden. Es ist jedoch erforderlich, eine Standardsprache auszuwählen, die zu Beginn im System hinterlegt wird.

## **Fazit**

Ein CMS ist effektiv und benutzerfreundlich, da es die Arbeit mit Inhalten, die auf einer programmierten Plattform eingegeben werden, wesentlich erleichtert. CMS erleichtert aber nicht nur die Arbeit an der Website, der Datenbank oder der Plattform, sondern auch die Arbeit im Unternehmen selbst. Diverse CM-Systeme erlauben Usern eine einfache Programmierung und Erstellung von Websites. WordPress bietet beispielsweise diverse Themes und Layouts an, die zusätzlich durch verschiedene Module und Plugins ergänzt werden können. Bei den CM-Systemen muss jedoch zwischen webbasierten und lokalen CMS-Lösungen unterschieden werden. Beim Entscheidungsprozess für ein CMS sollten verschiedene Punkte Berücksichtigung finden, damit dieses langfristig vom jeweiligen Unternehmen genutzt werden kann.

Das Content Management System von Salesforce, das auf dem weltweit führenden CRM basiert, ist ein hybrides CMS, mit dem sowohl Anfänger als auch Expertenteams Inhalte erstellen, verwalten und bereitstellen können und Ihren Kunden mühelos Einkaufsjourneys über alle Kanäle hinweg anbieten können. Inhalte werden hierbei an einem zentralen Ort erstellt und können für

Autor: Claudia Patricia Krieger, Online Marketing

Herausgeber: [comselect GmbH](#)

Veröffentlichung: Januar 2022

Lesedauer: 5 Minuten

---

jeden digitalen Touchpoint syndiziert werden. Außerdem bietet Salesforce CMS die Möglichkeit, Inhalte auf Basis von Kundendaten zu erstellen und bietet diverse Vorteile und Features für User.

Mehr zu Salesforce CMS finden Sie hier:

<https://www.salesforce.com/de/products/commerce-cloud/content-management/>

## Kontakt

### Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: [info@comselect.de](mailto:info@comselect.de)

Web: <https://comselect.de>

### Wir über uns.

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.