

Les bonnes pratiques de la gestion de contenu : *édition IT.*

Six entreprises repensent leur stratégie
de contenu sans réinventer la roue.



En tant que professionnel de l'IT, vous avez pour mission d'aider les équipes à diffuser des expériences client d'exception. En fait, selon une [étude d'Adobe](#), l'optimisation des expériences grâce au déploiement de nouvelles technologies est l'aspect le plus important du travail d'un professionnel de l'IT.

La gestion du contenu nécessaire pour créer ces expériences digitales à fort impact est particulièrement complexe. Dans nombre d'entreprises, les créateurs de contenu ne travaillent pas sur les mêmes systèmes que les développeurs front-end, ce qui allonge les délais de lancement. Les équipes doivent créer plusieurs versions du même contenu pour qu'il puisse s'afficher sur différents écrans. Et le service IT consacre un temps précieux à des tâches et à des mises à jour fastidieuses aux dépens de l'innovation.

Un système de gestion de contenu (CMS) moderne peut changer cet état de fait. En s'appuyant sur des bases digitales agiles, intégrées et sécurisées, les équipes IT peuvent générer plus rapidement de la valeur ajoutée et donner aux créateurs de contenu les moyens de proposer les expériences, optimisées par les données, que leurs clients attendent.

Découvrez comment des entreprises de toutes tailles, dont Raiffeisen, Costa Croisières et Constellation, créent et diffusent du contenu extrêmement pertinent sur l'ensemble des points de contact et à grande échelle, le service IT ayant toute latitude pour innover.

Lisez leurs témoignages et découvrez les clés de leur réussite.

- [Raiffeisen](#)
- [Costa Croisières](#)
- [University of Michigan](#)
- [Cylance](#)
- [NRG](#)
- [Constellation](#)

Les expériences modernes commencent par un *CMS moderne*

Générez plus rapidement de la valeur ajoutée

Les consommateurs n'attendent pas indéfiniment l'expérience digitale parfaite. Vous n'avez pas le temps de jongler entre plusieurs systèmes ou de créer du contenu pour chaque point de contact. Vous avez besoin d'un CMS sécurisé et unifié aidant les créateurs de contenu et les développeurs front-end à utiliser des composants, des modèles et des feuilles de style prêts à l'emploi pour créer, diffuser et réutiliser le contenu que les consommateurs attendent. Et pas seulement pour vos sites web et vos applications mobiles, mais aussi pour tous les canaux actuels et à grande échelle.

Fusionnez les données et le contenu pour créer des expériences pertinentes

Il est impossible de savoir quel contenu diffuser, à qui et quand, sans connaître le comportement en ligne de vos clients, leurs centres d'intérêt ou les performances de votre contenu. C'est la raison pour laquelle les données et le contenu jouent tous les deux un rôle important dans la diffusion d'expériences personnalisées mémorables. L'intelligence artificielle (IA) et le machine learning peuvent vous aider à interpréter votre analytics et à proposer automatiquement les meilleurs textes, mises en page et expériences en fonction des exigences des consommateurs.

Dotez vos équipes d'un CMS évolutif

Votre équipe IT passe trop de temps à répondre aux demandes de modification de contenu ? Pourquoi ne pas autoriser les créateurs de contenu à procéder eux-mêmes à ces modifications dans un environnement réglementé ? Un CMS avancé permet à ceux qui produisent du contenu de réutiliser des composants

clés, comme des parcours de navigation prédéfinis, et de modifier le contenu des applications monopages (SPA), tout en laissant le service IT gérer le code. Les développeurs front-end sont également gagnants, car des API HTTP les aident à extraire directement du contenu d'un référentiel et à le diffuser au format JSON sur tous les canaux.

Fusionnez les données et le contenu pour créer des expériences *pertinentes*



Saint-Gall, Suisse

**Personnaliser chaque interaction
sur tous les canaux.**

Pour défendre la part de marché de sa marque dans un monde de plus en plus mobile, la banque de détail Raiffeisen savait qu'elle devait offrir à chacun de ses 3,7 millions de clients les mêmes expériences personnalisées, qu'ils visitent une agence locale ou un site web régional.

Consciente que ses clients, de plus en plus nombreux, attendent des expériences web pertinentes, la banque Raiffeisen a choisi Adobe Experience Manager Sites pour revoir complètement l'expérience sur son site à l'aide d'un modèle souple et évolutif. En utilisant des API pour injecter des données de troisième niveau dans Adobe Experience Manager, la banque a pu créer 267 versions localisées du site web Raiffeisen, tout en préservant la cohésion entre ses agences.

Et grâce à l'intégration Adobe Analytics, elle peut également associer les données comportementales en temps réel de son site web à ses données client et de troisième niveau pour identifier plus facilement ceux auxquels adresser des messages plus spécifiques. La banque peut ainsi améliorer l'expérience client sur tous les points de contact : web, e-mail, centres d'appels et rendez-vous en personne.

« Les clients doivent avoir l'impression de communiquer à l'identique avec leur conseiller, qu'ils soient assis face à lui en agence, qu'ils échangent avec lui en ligne ou qu'ils conversent avec lui sur mobile. Adobe Experience Cloud aide notre groupe à consolider sa position en tissant partout des relations de proximité avec ses clients. »

FELIX WENGER

Responsable des canaux et de la distribution
(grand public et clients patrimoniaux) chez Raiffeisen

**Raiffeisen Bank a augmenté ses taux de conversion
de 300 % en opérant un ciblage plus précis.**

[Lire le témoignage](#)



Gênes, Italie

**Déployer des expériences optimales en fonction
des préférences des clients.**

Costa Croisières organise des vacances-croisière pour plus d'un million de voyageurs par an. Sur le marché concurrentiel des voyages, cet opérateur recherche constamment de nouveaux moyens de proposer des expériences

mémorables et personnalisées à tous ses clients, que ce soit leur première croisière ou la énième. Chargée de déployer un nouveau design web dans 12 langues, cette compagnie avait besoin d'une structure évolutive et d'un modèle de gouvernance clair pour conserver une présence en ligne cohérente.

Grâce à Adobe Experience Manager Sites, cette marque de voyages a rapidement pu créer et localiser des pages à partir de modèles réutilisables et de composants clés. De plus, au lieu de faire des choix créatifs en fonction des préférences des designers, elle utilise maintenant les données sur les préférences des clients fournies par Adobe Analytics pour choisir le design qui améliorera l'expérience client et incitera les visiteurs à réserver des croisières.

« Nous avons choisi Adobe Experience Manager comme nouvelle plateforme digitale pour sa capacité à fédérer les données et les expériences sur tous les canaux. »

ALESSANDRO CASELLATO

Directeur de l'e-commerce et du service digital,
marketing mondial et stratégique, Costa Croisières

Costa Croisières a déployé des expériences web personnalisées pour s'adresser à ses clients sur 19 marchés dans 12 langues.

[Lire le témoignage](#)

Générez *plus rapidement* de la valeur ajoutée



Ann Arbor, Michigan

**Gérer des centaines de sites web avec
un personnel IT réduit.**

L'équipe web du College of Literature, Science, and the Arts (LSA) de la University of Michigan assure le support technique des quelque 130 sites web des différents départements et programmes, et de plus de 500 sites web dédiés aux cours et à la recherche. Faute de directives communes pour la programmation ou le design, chaque site offrait une expérience entièrement différente, ce qui compliquait singulièrement la gestion des incohérences de programmation pour le service IT.

Afin de proposer une expérience unifiée aux visiteurs web et d'assurer le support technique des 130 sites web des différents départements avec un personnel et des ressources limités, le service IT a opté pour Adobe Experience Manager Sites. Il crée le framework, les modèles et les composants du site web, et plus de 400 éditeurs de contenu utilisent ensuite ces modules pour produire rapidement des expériences à l'aide de composants de type glisser-déposer. Des API d'une grande souplesse simplifient l'intégration dans les pages d'informations sur les cours. Et comme tous les départements font appel à la même plateforme, le service IT peut désormais déployer simultanément les correctifs et les améliorations du code, ce qui lui fait gagner un temps précieux.

L'équipe s'est également déchargée de ses tâches administratives grâce à [AEM Managed Services](#), ce qui lui a permis de créer encore plus d'expériences innovantes pour les étudiants.

« Adobe Experience Manager nous permet de créer des modèles et des composants standard pour améliorer la cohérence, la qualité du design et les expériences de nos différents sites web, sans limiter la capacité des utilisateurs à personnaliser les pages. »

PATRICK BELDEN

Directeur des services web, College of Literature,
Science, and the Arts, University of Michigan

Avec moins d'une dizaine de techniciens, l'équipe web de la University of Michigan a étendu le support technique, ainsi que la programmation et le design, à 130 sites web.

[Lire le témoignage](#)

CYLANCE

Irvine, Californie

Accélérer le déploiement avec moins de ressources IT.

Cylance protège plus de 100 établissements dans le monde entier contre les menaces de cybersécurité en exécutant sa technologie sur 10 millions de points d'accès. Pour dynamiser sa croissance et attirer de nouveaux clients, cette entreprise devait trouver un moyen rapide et efficace de proposer une expérience cohérente et attrayante sur l'ensemble de ses sites web. Elle ne souhaitait cependant pas que ses équipes IT aient à gérer plusieurs sites.

Grâce à Adobe Experience Manager Sites, Cylance a simplifié le développement web en créant plus de 70 composants clés de type glisser-déposer réutilisables pour les éditeurs de contenu, notamment des barres de navigation, des mises en page, des champs d'image, des champs de texte, des carrousels et des formulaires. Ces composants ont contribué à écourter les délais de déploiement, mais aussi à harmoniser les différents sites. Et comme AEM Managed Services gère la sécurité et l'administration des sites, les développeurs sont libres de se focaliser sur la création de fonctionnalités et d'intégrations, afin de proposer de meilleures expériences digitales.

« Nous avons besoin de moins de ressources en interne pour exploiter et gérer le site, ce qui est extrêmement avantageux pour notre équipe de développement. »

NATHAN ZAHN

Responsable de programme, Cylance

**Cylance a réduit la durée de déploiement des sites web
de 6 semaines à quelques heures seulement.**

[Lire le témoignage](#)

Dotez vos équipes d'un CMS *évolutif*



Princeton, New Jersey, et Houston, Texas

Gérer le contenu avec la souplesse d'un CMS hybride.

NRG est un fournisseur d'énergie qui dessert plus de 3 millions de foyers et d'entreprises aux États-Unis. En pleine transformation digitale, NRG recherchait un moyen plus efficace de compléter ses canaux marketing en face-à-face par des canaux digitaux, tels que le web, les réseaux sociaux et les applications mobiles. NRG a choisi Adobe Experience Manager comme socle de sa transformation digitale, qui incluait la refonte de son site web et l'utilisation de contenu personnalisé pour interagir avec les visiteurs en ligne.

Adobe Experience Manager Sites étant un CMS hybride, NRG utilise ses fonctionnalités headless pour gérer et diffuser du contenu avec un maximum de souplesse sur tous les canaux : sites web, applications monopages, applications web progressives (PWA), applications mobiles, e-mails et réseaux sociaux. Les créateurs de contenu peuvent ainsi réutiliser et republier le contenu, ce qui leur fait gagner un temps précieux.

NRG utilise également la plateforme comme un CMS classique. Ce dernier offrant des fonctionnalités cloud natives, le service IT n'a plus à se préoccuper de la gestion de l'infrastructure et de la maintenance de la solution, et peut donc se concentrer sur des projets plus innovants.

« Grâce à Adobe Experience Manager, nos créateurs de contenu peuvent rapidement publier des actualités et des conseils de leadership éclairé en lien avec les centres d'intérêt ou les événements en cours des entreprises. Cela contribue à améliorer l'image de NRG et incite les entreprises à devenir clientes. »

STEVEN LIN

Directeur senior du service digital, NRG Energy

NRG a enregistré cinq fois plus d'interactions en personnalisant le contenu de sa page d'accueil.

[Lire le témoignage](#)



Constellation Energy

Baltimore, Maryland

**Alléger la charge de travail de l'IT
grâce aux services gérés.**

Constellation, l'un des principaux fournisseurs d'énergie d'Amérique du Nord, dessert des millions de foyers et d'entreprises dans plus de 16 États, ainsi qu'à Washington, D.C. Pour continuer à nouer de solides relations avec ses clients sur tous les canaux, cette entreprise devait pouvoir s'appuyer sur une solide infrastructure digitale. Son CMS était cependant trop complexe pour que les éditeurs de contenu puissent l'utiliser sans l'aide du support technique.

Dès que l'entreprise a adopté Adobe Experience Manager Sites, ses créateurs de contenu ont facilement pu l'utiliser sans détourner le service IT de ses autres tâches. Constellation a également eu recours à AEM Managed Services pour simplifier ses workflows IT et réduire les délais de lancement de ses nouveaux

sites web. En déléguant à Adobe la gestion de la couche IT et la configuration de ses systèmes conformément aux réglementations complexes régissant la vente d'énergie, les équipes marketing et produit de l'entreprise ont pu se focaliser sur la création d'expériences mémorables pour leurs clients.

« Face aux prévisions de croissance de notre activité, nous avons besoin d'un CMS évolutif qui soit suffisamment facile à utiliser pour que les personnes les plus proches de nos produits puissent développer et diffuser des informations digitales sans l'aide du support IT. »

KAREN JENNINGS

Directrice du marketing digital, Constellation

Constellation a rendu les développeurs de contenu autonomes et a allégé la charge de travail du service IT en utilisant un modèle de création distribuée.

[Lire le témoignage](#)

Convertissez le contenu en expériences *d'exception*

Les marques du monde entier ont découvert qu'elles avaient besoin d'un CMS moderne, évolutif et sécurisé pour diffuser des expériences innovantes sur tous les points de contact, tout au long du parcours client. En établissant des bases digitales agiles, vous pouvez aider vos équipes à générer plus rapidement de la valeur ajoutée, exploiter les données pour optimiser les expériences et alléger la charge de travail du service IT.

Après avoir tout mis en place, vous pourrez facilement diffuser des expériences digitales hors pair.

Adobe peut vous aider

Adobe Experience Manager Sites est un CMS cloud natif hybride qui offre des fonctionnalités prêtes à l'emploi aux responsables IT et marketing pour créer rapidement du contenu à partir de composants, de mises en page et de modèles réutilisables. Grâce à des API complètes et à la technologie IA d'Adobe Sensei, nos bases digitales sont extensibles et adaptent automatiquement les expériences à différents canaux et écrans en fonction des données sur les clients et des performances du contenu.

Intégrés avec Adobe Experience Manager Sites, Adobe Analytics et Adobe Target exploitent tout le potentiel de l'IA et du machine learning pour fournir des insights vous permettant de diffuser des expériences ciblées et donc d'augmenter les taux de conversion.

Découvrez comment nous pouvons vous aider à transformer votre activité.

[Accéder aux détails](#)

Sources :

« [Tendances digitales 2019](#) », Adobe, 2019.

« [Créer des communautés en ligne](#) », témoignage client Adobe, Raiffeisen, avril 2018.

« [Gaining a Stronger Market Presence](#) », témoignage client Adobe, Cylance, mars 2019.

« [Personal Touch for Business Customers](#) », témoignage client Adobe, NRG.

« [Powering Online Relationships](#) », témoignage client Adobe, Constellation.

« [Putting the Spotlight on Quality Education](#) », témoignage client Adobe, University of Michigan, octobre 2018.

« [Sailing Away on a Dream Cruise](#) », témoignage client Adobe, Costa Croisières, novembre 2018.

Entretien avec Shelby Britton, chef de groupe marketing produit chez Adobe, le 19 novembre 2019.



Copyright © 2020 Adobe. All rights reserved.
Adobe and the Adobe logo are either registered
trademarks or trademarks of Adobe in the
United States and/or other countries.