



## STRATEGIE DI CONTINUITÀ OPERATIVA ADOBE

La pandemia di COVID-19 ha messo ogni azienda, Adobe compresa, di fronte a nuove sfide. In questa guida in sei capitoli condividiamo le lezioni che abbiamo imparato.

### Lezione n. 4

## Nuove abitudini lavorative possono portare vantaggi duraturi.

Prima del COVID-19 gli affari si facevano quasi solo in presenza dalla chiusura degli accordi alle cene di lavoro. L'esperienza digitale, pur essendo importante nel customer journey, spesso accompagnava quella in presenza, ma non costituiva l'evento principale.

Ah, come sono cambiati i tempi. In un'epoca in cui le interazioni faccia a faccia non sono più possibili, abbiamo la prova concreta del fatto che l'esperienza digitale è ormai diventata imprescindibile.

Le aziende che avevano già delle basi digitali sono riuscite ad adottare nuove abitudini lavorative senza difficoltà. Ma anche chi non era altrettanto pronto sta trovando il modo di adattarsi, alcuni temporaneamente, altri per rendere queste abitudini permanenti.

Le famiglie di tutto il mondo stanno facendo i conti con le conseguenze della chiusura delle scuole. E non solo quelle con bambini piccoli. Negli Stati Uniti, gli studenti della Tyler School of Art and Architecture della [Temple University](#) da un giorno all'altro non hanno più avuto accesso agli strumenti di progettazione e alle risorse disponibili sul campus. Anche se abituati a usare strumenti digitali, molti di loro sentivano il bisogno di disporre anche degli strumenti fisici del campus. In poco tempo, però, hanno scoperto quanto era possibile fare online e come gli strumenti digitali alimentassero la loro creatività.

“Vivere quest’esperienza e imparare insieme agli studenti le potenzialità di Adobe Dimension e Adobe Stock ci ha permesso di trovare finalmente il lato positivo del trasferimento online delle lezioni durante questo semestre di primavera”, afferma Abby Guido, assistente universitaria di progettazione grafica e interattiva alla Temple University.

Il Dipartimento dell’Istruzione del Nuovo Galles del Sud ha riscontrato che la preparazione digitale ripaga sempre. Durante gli ultimi incendi in Australia, sono stati in grado di diffondere contenuti nei loro 2200 siti web scolastici e in 1400 pagine Facebook per avvisare le famiglie della chiusura delle scuole. Hanno usato lo stesso sistema di notifica per il COVID-19.

Pur essendo un’azienda digitale, Adobe ha dovuto far fronte ad alcuni cambiamenti significativi. In una realtà di distanziamento sociale e isolamento domiciliare è stato necessario trovare il modo di trasferire l’Adobe Summit online, senza rinunciare a offrire ai nostri clienti quello che amano delle esperienze dal vivo, come le sessioni di domande e risposte e il tempo dedicato al networking e alle interazioni a tu per tu con relatori, colleghi, promotori ed esperti.

In sole tre settimane ce l’abbiamo messa tutta, abbiamo cercato nuove potenziali tecnologie da sfruttare e fatto moltissimi straordinari per rendere un enorme evento in presenza a Las Vegas del tutto virtuale, con numerose presentazioni introduttive e oltre 100 sessioni di approfondimento. Il tutto registrato dal salotto di casa dei presentatori. Ma come ogni cosa fatta in poco tempo, ci sono state sfide da affrontare.

“Presto ci siamo resi conto che realizzare video con la qualità elevata di sempre sarebbe stato impossibile, date le circostanze”, afferma Sergio Claudio, senior director di Adobe.com Enterprise. “E farlo in tempo reale aggiungeva tutta una serie di rischi, come eventuali interruzioni o sforamenti sugli orari”. Quindi abbiamo optato per dei video preregistrati, che potevamo modificare. Preregistrare i video aveva anche un altro vantaggio: potevamo tradurli in altre lingue, come giapponese, francese e tedesco. Per le domande e la chat abbiamo usato una combinazione di moderazione in tempo reale e IA.

Dovevamo pensare anche a come gli utenti avrebbero usufruito dei contenuti. Abbiamo deciso di puntare sulla flessibilità. Invece di lunghe presentazioni, abbiamo creato video più brevi che le persone potessero guardare a proprio piacimento, divisi in capitoli in modo da poter passare subito al contenuto desiderato.



“

Pensa all'esperienza digitale come se fosse l'evento principale, non qualcosa di secondario, e rendila ricca come le esperienze in presenza che gli altri si aspettano da te.”



**Sergio Claudio**

Senior director di Adobe.com Enterprise  
Adobe

Abbiamo imparato molto in corso d'opera. Rendendo le presentazioni virtuali e gratuite per tutti, l'evento è diventato subito più accessibile a un maggior numero di persone. Abbiamo però anche imparato che la gente vuole presentazioni dal vivo e interattività. Per il prossimo evento stiamo quindi valutando di adottare un approccio ibrido.

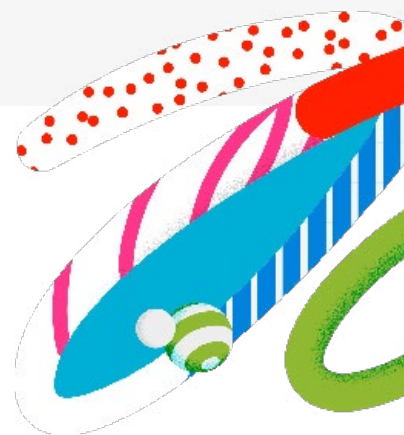
Con così tante persone a casa a causa del COVID-19, il servizio di streaming audio Tuneln ha trovato un modo per offrire un'UX radio digitale personalizzata nel momento di maggiore bisogno. Anche i dipendenti di Tuneln lavoravano da casa, perciò, oltre alle esperienze offerte, è stato necessario adattare anche i flussi di lavoro. Fortunatamente un anno fa erano passati ad Adobe XD ed erano già abituati a progettare prototipi vocali, realizzare wireframe e collaborare in-app. “Abbiamo la possibilità di condividere ogni cosa nel cloud e di trasmettere i nostri nuovi design a tutto il team. È un gran bel vantaggio per noi adesso”, afferma Hongwei Huang, senior product designer presso Tuneln.

Che si tratti di passare agli eventi virtuali, sostenere i dipendenti che lavorano da remoto o reinventare il modo di fare business durante la crisi, tutto si basa sulla costruzione di relazioni con dipendenti e clienti. E sulla creazione di valore a lungo termine.

## CONSIDERAZIONI PRINCIPALI

- Anzitutto pensa in digitale rendendo l'esperienza digitale l'evento principale, non solo un accessorio.
- Investi in strumenti digitali che faciliteranno la transizione verso nuove abitudini lavorative.
- Valuta come i tuoi contenuti verranno utilizzati in condizioni di lavoro da remoto e maggiore distrazione.
- Ottimizza i flussi di lavoro per favorire la collaborazione e l'azione rapida.
- Sii lungimirante: i cambiamenti che metti in atto ora, avranno un valore duraturo nel tempo.

Scopri il playbook per intero.



© 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.