

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. 5

Rivaluta tutto, dalle strategie alla struttura.

La domanda è cambiata radicalmente e le organizzazioni di tutto il mondo sono state costrette a rivalutare le proprie operazioni e strategie. Devono trovare il modo di gestire gravi lacune nella pipeline di vendita o picchi improvvisi della domanda, di adattarsi a nuovi modelli di gestione degli ordini e individuare nuove fonti di reddito. E anche permettere ai propri dipendenti di lavorare da remoto.

Molte banche hanno sospeso gli appuntamenti di persona durante la quarantena, dovendo quindi rivedere le modalità di supporto ai clienti tramite canali digitali. Per [TSB Bank](#), nel Regno Unito, la pandemia di coronavirus è stata l'occasione per potenziare i servizi online rivolti a clienti privati e aziendali. Come previsto dal suo piano strategico 2022, TSB Bank ha messo a disposizione 18 moduli online e gestito oltre 80.000 interazioni con i clienti in sole otto settimane, grazie ad Adobe Sign. L'equivalente di 15.000 appuntamenti di persona in filiale. Hanno dimostrato a migliaia di clienti quanto può essere facile accedere ai servizi digitali, offrendo loro la tranquillità di effettuare operazioni da casa, in tutta sicurezza.

Molte aziende hanno dovuto rivalutare i loro modelli di lancio sul mercato, trovare nuove fonti di reddito oppure riorganizzare la vendita in negozio. Prima dell'inizio della pandemia, un report di [Digital Commerce 360](#) riportava che le vendite online del quarto trimestre del 2019 corrispondevano solo al 17,8% delle vendite in negozio. Ma i nuovi dati del [Digital Economy Index di Adobe](#) mostrano che ad aprile 2020 l'e-commerce negli Stati Uniti è aumentato del 49% rispetto al periodo di riferimento di inizio marzo, ovvero prima dell'entrata in vigore delle norme di isolamento.



Per restare al passo, piccole e grandi imprese devono valutare l'opzione di spostarsi online o colmare il divario tra strategie online e fisiche, ad esempio passando a un modello primario di ordine online, ritiro senza scendere dall'auto e consegna a domicilio. Il Digital Economy Index di Adobe indica un aumento del 208% rispetto all'anno precedente degli ordini con acquisto online e ritiro in negozio nel mese di aprile. Alcuni negozianti hanno addirittura creato i loro canali per lo shopping su Facebook Live oppure offrono un servizio di shopping virtuale personalizzato tramite Facebook o Skype.



Tutti dobbiamo analizzare la nostra organizzazione aziendale e verificare che i dipendenti abbiano le competenze necessarie. Nessuna attività ora può aspettarsi di tornare ai modelli lavorativi di prima.”



Marissa Dacay
Senior director, Global Enterprise Marketing,
Adobe

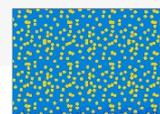
Anche se le soluzioni Adobe sono digitali, è stato necessario adattare la nostra strategia per soddisfare i bisogni più impellenti dei clienti. Il nostro team di field marketing ha contattato i vari account per informarsi sull'impatto che il virus stava avendo su di loro e capire di cosa avessero più bisogno. Abbiamo inoltre realizzato un sondaggio da cui abbiamo tratto informazioni importanti per la pianificazione e la creazione di piani d'azione con cui accompagnare i nostri clienti attraverso nuove sfide.

Ora che il lavoro da remoto è una priorità fondamentale, abbiamo constatato che la domanda di moduli digitali e firme elettroniche è aumentata notevolmente. Inoltre, la chiusura delle scuole ha generato un bisogno di accesso agli strumenti digitali da parte degli studenti. Perciò abbiamo iniziato a offrire accessi a Creative Cloud gratuiti, personali e da casa al posto delle licenze per le scuole. E per le aziende che sono passate al lavoro da casa abbiamo esteso la durata del periodo di prova gratuita delle firme elettroniche e dei servizi PDF.

CONSIDERAZIONI PRINCIPALI

- Osserva il funzionamento della tua azienda e valuta se è in grado di adattarsi alla nuova realtà in cui viviamo.
- Cerca nuove fonti di reddito e rivaluta le strategie della tua catena di fornitura.
- Riorganizza gli ordini online e in negozio e pensa a come colmare il divario fra i due.
- Sfrutta le potenzialità degli strumenti digitali per continuare a lavorare da remoto.
- Individua i bisogni principali dei tuoi clienti e trova il modo di soddisfarli.

[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.