



## ADOBE-PLAYBOOK FÜR BUSINESS CONTINUITY.

Die COVID-19-Pandemie stellt jedes Unternehmen, auch Adobe, vor neue Herausforderungen. In dieser sechsteiligen Reihe stellen wir unsere Erkenntnisse vor.

### Erkenntnis 6.

## Wir bleiben auf Kurs und forcieren die Digitalisierung.

Die Pandemie hat die Art und Weise, wie viele von uns arbeiten, stark verändert. Und nach jetzigem Stand sind diese Veränderungen nicht nur vorübergehend. Viele Experten sind der Ansicht, dass COVID-19 die Art und Weise, wie Unternehmen agieren, komplett verändern wird. Das kann eine Herausforderung, aber auch eine Chance sein.

Die Coronakrise wurde zum Testgelände für die digitalen Pläne der US-Regierung. Sie wollte die Beteiligung an der Volkszählung steigern und Hindernisse abbauen. Daher hat sie in den vergangenen zehn Jahren die Abläufe modernisiert und die Online-Teilnahme vereinfacht. Aber nachdem es nicht mehr möglich war, dass die Befragenden von Tür zu Tür gehen, war eine digitale Zählung nicht mehr nur eine Option. Sie war zur Notwendigkeit geworden. „Die Art und Weise, wie die Volkszählung 2020 aufgebaut war, mit der Möglichkeit, online Antworten zu erhalten, hat uns dabei geholfen, viel besser Abstand zu anderen zu halten, als wir vermutet hatten. Es war die Rettung, dass die Menschen ganz sicher von zu Hause aus auf die Fragen antworten konnten“, so Stephen Buckner, Assistant Director of Communications, Census Bureau.

Adobe spricht schon lange über die digitale Transformation. Das Coronavirus hat uns dazu gezwungen, einen Schritt zurückzutreten und von Neuem darüber nachzudenken, wie wir mit unseren digitalen Möglichkeiten die wechselnden Bedürfnisse unserer Kunden erfüllen können. Dies war beispielsweise über Adobe Experience League, unsere Online-Lern-Community, möglich.



Wer digital noch nicht gut aufgestellt ist, muss in die digitale Transformation investieren, da sie die Zukunft ist. Und wer digital gut aufgestellt ist, muss diese Umstellung beschleunigen.“



**Mari Cross**

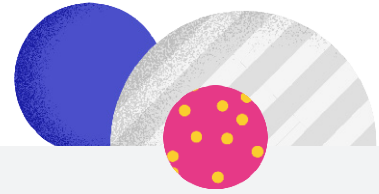
VP of Customer Success of the Americas  
Adobe

Online-Foren ermöglichen Menschen auf der ganzen Welt schon immer, miteinander in Kontakt zu treten. Und gerade heute brauchen wir diesen Kontakt. Damit Adobe Experience League zu Zeiten von COVID-19 noch hilfreicher ist, haben wir unsere beliebtesten Video-Tutorials zusammengestellt, damit es schneller möglich ist, Antworten zu finden. Wir haben außerdem einen CXM-Leitfaden veröffentlicht, der Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützen soll. Und zu unseren unterstützten Sprachen zählen jetzt auch Italienisch und Chinesisch – die Sprachen zweier Regionen, die zeitweise von der Pandemie besonders stark betroffen waren.

Mit den neuen Adobe Summit-Präsentationen, die jetzt online sind, haben wir unserer Website außerdem ganz neue Self-Service-Ressourcen hinzugefügt. „Durch all diese Videos verfügen wir jetzt über sehr viele Inhalte, die die Kunden bei dem unterstützen, was sie jetzt erleben“, so Mari Cross, VP of Customer Success of the Americas bei Adobe. „Und dadurch entstand eine größere Nachfrage nach mehr Austausch unter Kollegen. Alle sind daran interessiert, wie andere mit COVID umgehen, und wir konnten Unternehmen zusammenbringen, damit sie Ideen austauschen.“

Wenn ihr mit der Einführung von Online- und Mobiltechnologien sowie von Self-Service-Optionen noch nicht begonnen habt, mit denen eure Kunden auf benötigte Informationen und Produkte zugreifen, ist jetzt der richtige Zeitpunkt dafür gekommen. Das ist vor allem dann wichtig, wenn sie mit euch nicht persönlich sprechen können oder wenn die Callcenter überlastet sind. Cloud-Technologien, die Inhalte verwalten, Web-Seiten erstellen, auf eure Zielgruppe abzielen und zunehmenden Traffic gut bewältigen können, erlauben es euch, sich verändernde Anforderungen schnell und flexibel zu meistern.

Wenn euer Unternehmen digital schon immer gut aufgestellt war, ist diese Zeit eine Chance, um eure digitale Präsenz und eure Möglichkeiten zu beschleunigen. Damit könnt ihr eine gesteigerte Nachfrage erfüllen oder schnell eine neue Web-Seite mit Informationen zu COVID-19 bereitstellen. Wenn euer Traffic aufgrund der Pandemie nachgelassen hat, könnt ihr damit prüfen, wie ihr eure technologischen Lösungen besser nutzt. Und wenn der Traffic ansteigt, habt ihr so die Möglichkeit, mehr über eure Kunden zu erfahren. Jetzt ist auch eine gute Zeit, um euer Team in Bezug auf neue Technologien zu schulen und es darüber zu informieren, wie ihr eure digitale Präsenz am besten beibehaltet. Die Digitalisierung eurer Kundenerlebnisse hilft euch nicht nur durch die Pandemie, sie bereitet euch auch besser auf die Zukunft vor.



## TAKEAWAYS:

- Die Veränderungen sind aller Wahrscheinlichkeit nach dauerhaft. Wenn ihr eure digitale Transformation also noch nicht begonnen habt, ist jetzt die Zeit dafür gekommen.
- Achtet darauf, dass euer Online-Auftritt stark und darauf ausgelegt ist, von Mobilgeräten genutzt zu werden.
- Erstellt zuverlässige Online-Foren, damit User lernen, in Verbindung treten und untereinander Ideen austauschen können.
- Mit Cloud-Lösungen könnt ihr Websites erstellen und anpassen, Inhalte verwalten und Spitzen im Traffic bewältigen.
- Wenn ihr digital bereits gut aufgestellt seid, nutzt dies als Katalysator, um eure Möglichkeiten zu beschleunigen.

Das gesamte Playbook [lesen](#).



© 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.