

## GUIDE DE CONTINUITÉ OPÉRATIONNELLE ADOBE

La pandémie de COVID-19 s'accompagne de nouveaux défis pour toutes les entreprises, y compris Adobe. Nous souhaitons partager les leçons tirées de cette crise dans cette série en six parties.

### Leçon 6 :

## Aucun retour en arrière n'est possible, alors cap sur la transformation digitale.

Nous sommes nombreux à avoir vu nos méthodes de travail bouleversées par la pandémie. Et a priori, les changements qui s'opèrent ne sont pas temporaires. Nombre d'experts s'accordent pour dire que la COVID-19 nous obligera à revoir complètement nos méthodes de travail. Il s'agit non seulement d'un défi, mais également d'une opportunité.

Le coronavirus est devenu le terrain d'essai des projets de transformation digitale du gouvernement américain. Afin d'encourager la participation au recensement national, l'administration américaine a passé les dix dernières années à moderniser son fonctionnement pour simplifier les démarches en ligne. Et dès lors que les agents recenseurs n'ont plus pu faire de porte-à-porte, le questionnaire en ligne est devenu une nécessité. « Je crois que l'organisation du recensement 2020, avec la possibilité de répondre en ligne, nous a protégés dans des proportions que nous n'aurions jamais pu imaginer. Les administrés ont vécu comme une bénédiction le fait de pouvoir répondre depuis chez eux, en toute sécurité », se réjouit le sous-directeur de la communication du Census Bureau, Stephen Buckner.

Cela fait des années qu'Adobe parle de la transformation digitale. Malgré cela, la crise du coronavirus nous a contraints à prendre du recul et à réfléchir à la façon d'exploiter notre potentiel digital pour répondre aux nouveaux besoins de nos clients. Notre programme d'accompagnement Adobe Experience League fait partie de nos leviers d'action.

“

En l'absence de base digitale solide, investissez dans la transformation digitale sans tarder, car il en va de votre avenir. Si vous disposez d'une base digitale solide, il est temps de passer à la vitesse supérieure. »



**Mari Cross**

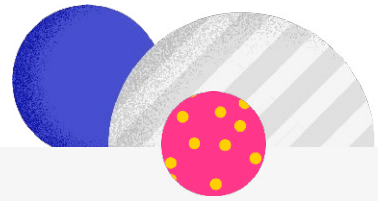
Vice-présidente en charge du succès clients pour la région Amériques — Adobe

Les forums en ligne sont depuis toujours un bon moyen d'échanger avec ses pairs partout dans le monde sur des sujets communs, et c'est précisément de ce genre de contacts dont nous avons besoin actuellement. Pour que notre programme Adobe Experience League soit encore plus utile pendant la crise du coronavirus, nous avons créé des séries de tutoriels vidéo à partir de ceux qui sont les plus demandés. Vous trouverez ainsi rapidement des réponses aux questions que vous vous posez. Nous avons publié un guide sur la gestion de l'expérience client pour aider les entreprises dans leur transformation digitale. Et nous prenons désormais en charge l'italien et le chinois, les langues de deux pays particulièrement touchés par la pandémie.

Par ailleurs, outre les présentations de l'Adobe Summit désormais accessibles en ligne, nous proposons quantité de nouvelles ressources en libre-service sur notre site web. « Toutes ces vidéos en ligne sont autant de contenus susceptibles d'aider nos clients à trouver des solutions à leurs problématiques, commente Mari Cross, vice-présidente en charge du succès clients pour la région Amériques chez Adobe, et cela leur a donné envie d'échanger avec leurs pairs. Chacun s'intéresse à la façon dont les autres gèrent la crise du coronavirus. Nous donc avons mis en relation des entreprises afin qu'elles puissent partager leurs idées. »

Le moment est venu d'adopter massivement les outils en ligne et les technologies mobiles, et de proposer à vos clients un accès en libre-service aux informations et produits dont ils ont besoin. Surtout quand ils ne peuvent pas vous rencontrer en personne ou que vos centres d'appel sont submergés. Gestion des contenus, création de pages web, ciblage des audiences, gestion des pics de trafic... Les solutions cloud vous permettront de faire face plus rapidement à l'évolution des besoins.

Si votre entreprise dispose déjà d'une base digitale solide, profitez-en pour développer votre présence et votre offre digitales, qu'il s'agisse de répondre à une hausse de la demande, de lancer rapidement une nouvelle page web consacrée à la gestion de la crise du coronavirus, ou, dans le cas d'une baisse de trafic liée à la pandémie, d'essayer de tirer pleinement parti des technologies en place pour mieux connaître les clients quand ils seront de retour. C'est également le moment idéal pour former vos équipes à de nouvelles technologies et au maintien de votre présence digitale. En proposant des expériences client entièrement dématérialisées, vous surmontez les effets de la pandémie, tout en étant prêts à affronter l'avenir.



## POINTS ABORDÉS :

- Attendez-vous à ce que ces changements durent. Si vous n'avez pas encore engagé votre transformation digitale, il est temps de vous y mettre.
- Établissez une présence digitale forte, adaptée aux appareils mobiles.
- Créez des forums en ligne de qualité pour donner aux gens la possibilité d'apprendre, d'échanger et de partager leurs idées.
- Utilisez les solutions cloud pour créer et adapter vos sites web, et gérer les contenus et les pics de trafic.
- Une base digitale solide peut servir de catalyseur pour passer à la vitesse supérieure.

[Explorez le guide complet.](#)



© 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.