

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. 6

Non si torna più indietro. È arrivato il momento di accelerare la transizione digitale.

La pandemia ha modificato drasticamente le abitudini lavorative di molte persone. E sembra che non si tratti di cambiamenti temporanei. Molti esperti ritengono che il COVID-19 sarà un'occasione chiave per ripensare completamente il modo in cui svolgiamo la nostra attività. Se da un lato può essere una vera sfida, dall'altro può diventare un'opportunità.

L'emergenza COVID-19 ha costituito un terreno di prova per la trasformazione digitale dell'Ufficio del censimento del governo degli Stati Uniti. Con l'obiettivo di ridurre le barriere di partecipazione al [censimento degli Stati Uniti](#), l'Ufficio ha passato gli ultimi dieci anni a modernizzare le operazioni e a facilitare la procedura online. Tuttavia, nel momento in cui i censori non hanno più potuto andare di porta in porta, il sondaggio digitale non era più solo un'opzione: è diventato una necessità. "Penso che il modo in cui è stato pianificato il censimento 2020, con la possibilità di rispondere online, ci abbia davvero permesso di isolarci più di quello che avremmo potuto sperare. Per le persone è stata una vera salvezza poter rispondere al sicuro da casa", afferma Stephen Buckner, vicedirettore delle comunicazioni all'Ufficio del censimento statunitense.

Da anni Adobe parla di trasformazione digitale. Tuttavia, il coronavirus ci ha permesso di fare un passo indietro e ripensare il modo in cui possiamo sfruttare le nostre capacità digitali per rispondere meglio alle esigenze in trasformazione dei nostri clienti. Una soluzione è stata la nostra community di apprendimento online, Adobe Experience League.



Se non sei forte a livello digitale, investi ora nella trasformazione digitale, perché è il futuro. Se invece lo sei, accelera il processo."



Mari Cross

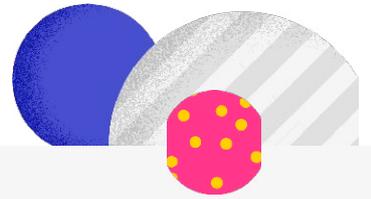
Vicepresidente Americas Customer Success
Adobe

I forum online sono sempre stati un modo per interagire con colleghi in tutto il mondo, e questa interazione è proprio ciò che ci serve ora. Per rendere Adobe Experience League ancora più efficace durante l'emergenza COVID-19, abbiamo creato dei set con i nostri video tutorial più popolari in modo che fosse più facile trovare risposte in fretta. Abbiamo pubblicato una guida strategica per la gestione della customer experience, una sorta di manuale CXM, per aiutare le aziende ad attraversare la trasformazione digitale. E abbiamo aggiunto l'italiano e il cinese al nostro elenco di lingue supportate, due zone particolarmente colpite dalla pandemia.

Inoltre, con le presentazioni dell'Adobe Summit disponibili online, abbiamo aggiunto moltissime nuove risorse self-service al sito. "Pubblicando tutti quei video abbiamo creato una grande quantità di contenuti utili ai nostri clienti nella situazione che stanno attraversando", ha affermato Mari Cross, vicepresidente Americas Customer Success di Adobe. "E questo ha stimolato il confronto tra colleghi di pari livello. A tutti interessa molto sapere come gli altri stanno gestendo l'emergenza COVID e noi siamo riusciti a mettere in contatto le aziende favorendo uno scambio di idee."

Se non l'hai ancora fatto, è arrivato il momento di aumentare la tua presenza online e mobile e di fornire ai clienti opzioni self-service per ottenere le informazioni e i prodotti di cui hanno bisogno. Soprattutto adesso che non possono mettersi in contatto con te di persona e che le linee telefoniche dei call center sono sovraccariche. Le soluzioni cloud, con cui puoi gestire contenuti, creare pagine web, individuare il tuo pubblico e accelerare tempestivamente i tuoi processi in corrispondenza dei picchi di traffico, ti consentiranno di adattarti più in fretta alle esigenze in trasformazione.

Se la tua attività è già forte a livello digitale, è l'occasione giusta per potenziare la tua presenza e le tue capacità digitali. Magari per rispondere a una domanda in crescita. Per lanciare rapidamente una nuova pagina web in risposta al COVID. Oppure, se il tuo traffico è calato a causa della pandemia, per cominciare a valutare come massimizzare le soluzioni tecnologiche a tua disposizione in modo che, quando i clienti torneranno, sarai in grado di capire chi sono. Questo è anche il momento ideale per formare il tuo team sulle nuove tecnologie e su come mantenere una presenza digitale. Digitalizzare le esperienze cliente sarà essenziale per non limitarti a superare la pandemia e prepararti invece ad affrontare ancora meglio il futuro.



CONSIDERAZIONI PRINCIPALI

- Considera che i cambiamenti saranno probabilmente permanenti e se non l'hai ancora fatto, inizia la tua trasformazione digitale.
- Assicurati di avere una forte presenza online ottimizzata per i dispositivi mobili.
- Crea dei forum online di qualità per permettere alle persone di imparare, interagire e scambiarsi idee.
- Usa le soluzioni cloud per creare o adattare i siti web, gestire contenuti e sfruttare i picchi di traffico.
- Se sei già forte a livello digitale, sfrutta la situazione come stimolo per potenziare le tue capacità.

[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.