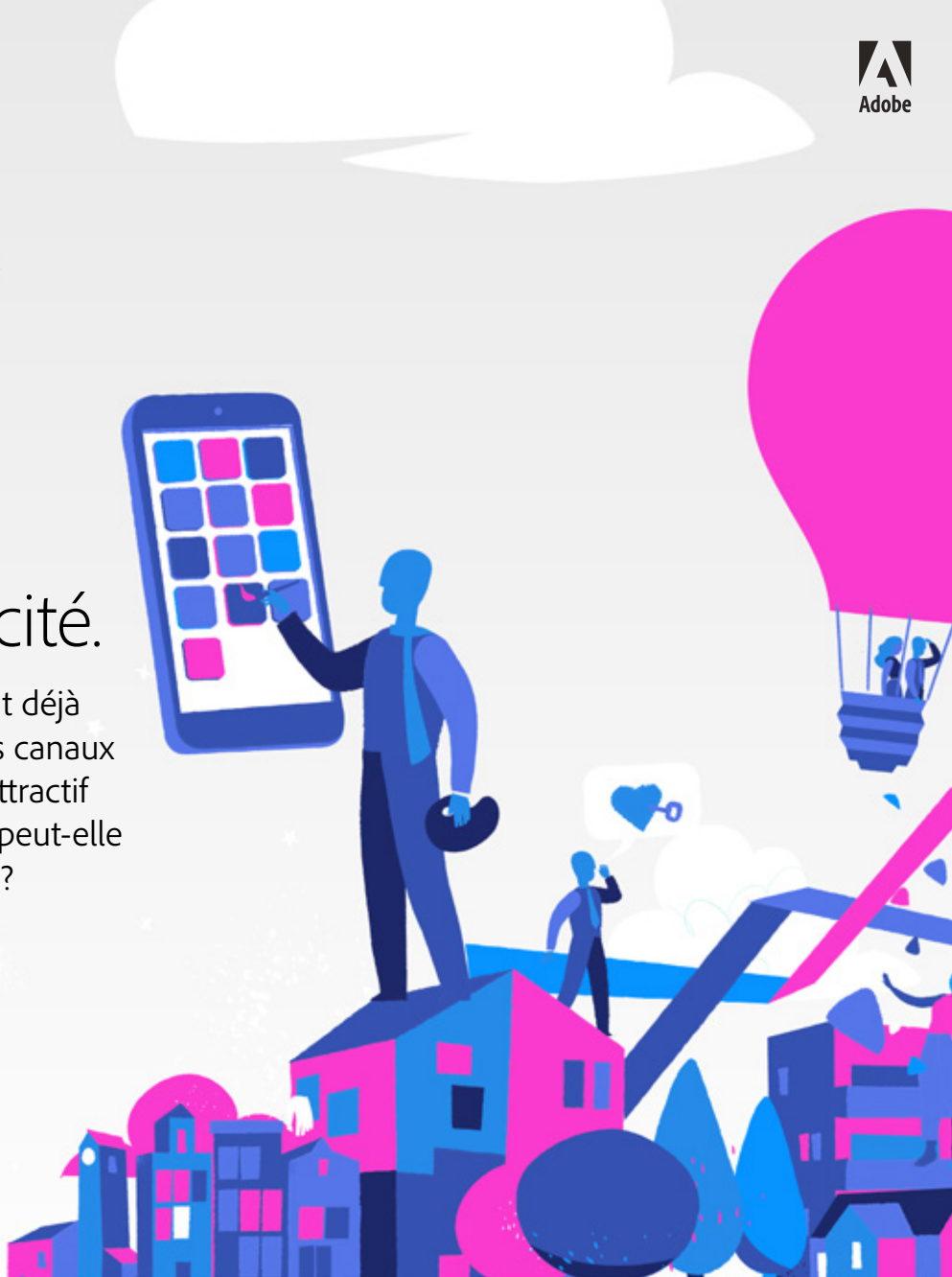


CREATIVE CLOUD ÉQUIPE

6 étapes pour gagner en efficacité.

Votre entreprise fait probablement déjà beaucoup parler d'elle sur tous les canaux grâce à un contenu pertinent et attractif qui remplit tous les critères. Mais peut-elle le créer encore plus efficacement ?



En tant que responsables marketing, vous savez à quel point il est important de créer, de publier et de partager du contenu qui renforce la notoriété de votre marque.

Vos équipes ont-elles du mal à trouver des idées innovantes qui font systématiquement mouche ? Vous targuez-vous de pouvoir passer rapidement du concept au déploiement de campagnes ? Ou avez-vous l'impression que la création de contenu prend des lustres à cause de réunions interminables et de multiples cycles de révision ?

Voici 6 étapes faciles à suivre pour améliorer l'efficacité de votre processus de création de contenu, ainsi que quelques conseils utiles pour mettre à profit Creative Cloud Équipe.

ÉTAPE 1

Évaluez votre processus actuel.

Quel que soit l'angle sous lequel vous examinez la question, si vous créez du contenu, c'est que vous avez un processus de création. Reste à savoir si ce processus est consigné par écrit ou non, et s'il est le fruit d'un choix délibéré ou d'un heureux hasard.

Pour découvrir en quoi consiste votre processus ou pour vérifier qu'il est appliqué correctement, choisissez quelques éléments de contenu récents et recensez les intervenants et les étapes par lesquelles ils sont passés avant d'être publiés. Cela devrait vous donner un bon point de départ.

Bien entendu, si les résultats diffèrent largement d'un élément de contenu à l'autre, il se peut que vous ayez plusieurs processus en place.



ÉTAPE 2

Identifiez les goulets d'étranglement et les étapes superflues.

Il n'y a pas de bon ou de mauvais processus de création de contenu : tout dépend des besoins de votre entreprise. Toutefois, lors de l'analyse de votre processus, vous découvrirez peut-être que certaines étapes ont lieu au mauvais moment, sont omises ou ralentissent tout le processus.

Il se peut que le design de certains éléments prenne du temps ou que certaines étapes soient inutilement répétées. Par exemple, avez-vous vraiment besoin de relire les versions préliminaires dès qu'elles sont rédigées si vous effectuez aussi une relecture avant la publication ? Vous pourriez également découvrir que vous êtes vous-même un goulet d'étranglement et que vous devez confier à quelqu'un d'autre la responsabilité de formuler des commentaires.



ÉTAPE 3

Réduisez le nombre de réviseurs.

Les commentaires prennent nécessairement beaucoup de temps et peuvent compliquer la création de contenu, voire la compromettre. Tous vos collaborateurs sont accaparés par leur travail, et s'ils doivent de surcroît formuler des commentaires sur le contenu créé, ils peuvent facilement reléguer cette tâche au bas de leur liste de priorités, voire ne pas s'y atteler du tout.

Il est judicieux de réduire au maximum le nombre de personnes invitées à donner leur avis ou impliquées dans le processus de validation. Vous pouvez également essayer d'obtenir la validation préliminaire d'une proposition de contenu. Rassemblez des images similaires dans une planche de tendances ou diffusez le titre et le synopsis de votre article pour que chacun sache bien ce que vous projetez de créer et vous soutienne dans votre démarche.

Si l'un des réviseurs est systématiquement trop occupé pour réviser le contenu et soumettre des commentaires dans le délai imparti, vous pourriez lui suggérer de se désengager du processus et déléguer cette tâche à un autre réviseur disposant de plus de temps.



ÉTAPE 4

Recueillez des commentaires structurés, et non échelonnés.

Un écueil courant est d'avoir plusieurs cycles de révision et de validation dans lesquels chaque partie prenante transmet le contenu à un autre service, à une personne occupant une position hiérarchique supérieure. Bien qu'inévitable dans certaines entreprises, ce processus tend à multiplier les cycles de modifications et à augmenter les risques que le contenu parte dans différentes directions.

Si possible, recueillez tous les commentaires sur une version préliminaire en une seule fois. Si toutes les parties prenantes consignent leurs commentaires dans un fichier PDF partagé, vous pouvez compiler ces commentaires et repérer plus facilement les éventuelles contradictions.

Toutes les parties prenantes révisent-elles l'intégralité du contenu sans se focaliser sur un aspect particulier ? Essayez de leur demander de formuler des commentaires structurés et expliquez-leur clairement ce que vous attendez d'elles. Par exemple, demandez au chef de produit d'effectuer une vérification factuelle des informations sur les produits et à l'équipe commerciale de confirmer que le contenu correspond à de réels besoins ou problématiques clients.



ÉTAPE 5

Gardez le contrôle des commentaires avec les PDF.

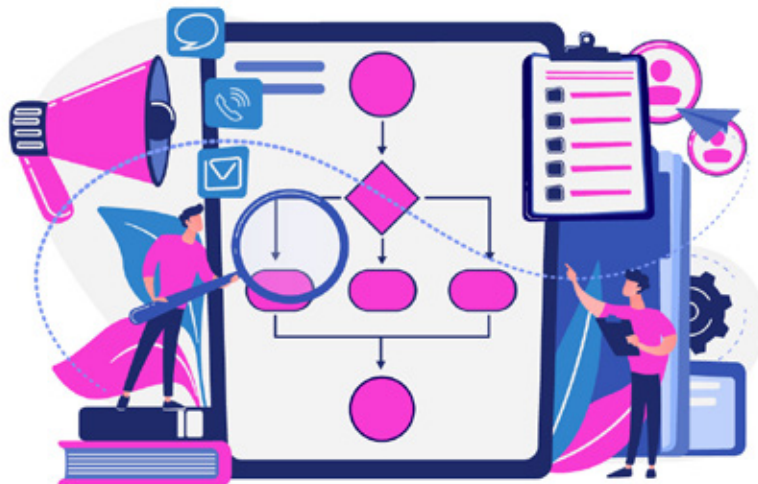
La collecte et la compilation des commentaires sont des tâches ingrates. Heureusement, Acrobat simplifie le processus de bout en bout en fournissant des outils de commentaire et d'annotation faciles à utiliser et un emplacement unique pour tout gérer, ce qui évite la multiplication des pièces jointes ou des versions de fichiers.

Ajoutez vos commentaires – Annotez vos PDF à l'aide de notes repositionnables, de surligneurs, de formes, etc.

Envoyez des fichiers pour révision – Collectez les commentaires des différents réviseurs et compilez-les dans un fichier PDF en ligne partagé sur ordinateur, dans un navigateur ou sur appareils mobiles.

Simplifiez et accélérez la participation – Les réviseurs peuvent facilement ajouter des commentaires depuis n'importe quel appareil dans l'application mobile Acrobat Reader ou à partir de leur navigateur.

Suivez l'état d'avancement de votre projet – Recevez des notifications en temps réel lorsque les réviseurs ouvrent vos fichiers ou y insèrent des commentaires. Envoyez des rappels, répondez aux questions, actualisez les échéances ou clôturez les workflows.



ÉTAPE 6

Stimulez la création avec des images et des templates libres de droits.

Votre processus de création de contenu est maintenant en place, rationalisé et optimisé. Il ne vous reste plus qu'à trouver des idées. Aucun problème. Oubliez la hantise de la page blanche.

Les images et les métrages libres de droits peuvent faire jaillir le génie créatif et accélérer le développement de campagnes et la réalisation de vidéos. De plus, Adobe Stock vous permet de rationaliser votre processus de création avec de nombreux templates pour des brochures, des animations et des ressources pour les réseaux sociaux.

Démarrez un nouveau projet dans Photoshop, Illustrator ou InDesign en choisissant Fichier > Nouveau, et parcourez une grande variété de modèles de qualité, créés par des designers professionnels. Des aperçus sont présentés pour chaque modèle, ce qui vous permet de choisir systématiquement le bon.

Pour finir...

En examinant votre processus actuel de création de contenu et en appliquant tout ou partie des étapes recommandées ci-dessus, vous aiderez votre équipe à diffuser rapidement, efficacement et harmonieusement du contenu à fort impact sur les réseaux sociaux.

En savoir plus:

adobe.com/fr/lead/creativecloud/6-steps-to-creative-efficiency.html