



Onze fonctionnalités indispensables  
à inclure dans votre appel d'offres  
pour une solution de gestion de  
contenu Web

**crownpeak**



Une solution de gestion de contenu Web (WCM) est indispensable pour toute entreprise souhaitant rester compétitive dans la réalité ~~numérique~~ et multicanal d'aujourd'hui.

Il est important de comprendre, à la lumière de cette réalité, qu'une solution WCM moderne doit avoir des capacités supérieures aux systèmes plus anciens qu'utilisaient, ou utilisent encore, des spécialistes en marketing pour maintenir à jour un petit nombre de sites Web ou d'autres points de contact ~~numériques~~. Une solution WCM performante résout des problèmes aussi complexes et variés que l'écosystème ~~numérique~~ dynamique qu'il vous aide à gérer et à exploiter.

Dans cet esprit, quelles sont les onze caractéristiques essentielles que vous devriez inclure dans votre appel d'offres lorsque vous recherchez une solution de gestion de contenu Web capable ~~de prendre en charge~~ une entreprise internationale ?

## 1. Personnalisation intégrée

Une étude Publish or Perish, réalisée par Forbes auprès de 380 directeurs du marketing a révélé que les spécialistes du marketing proposant des expériences ~~numériques~~ personnalisées enregistrent un retour sur investissement à deux chiffres en termes de performances marketing et de taux de réponse. Les demandes en faveur d'une expérience utilisateur personnalisée incitent les entreprises à trouver des moyens efficaces et transparents d'y répondre. Une solution WCM avec personnalisation intégrée est un pas énorme dans la bonne direction.

Comme nous l'avons noté dans un précédent article, une étude réalisée en 2017 a souligné que 57 % des spécialistes en marketing utilisaient la personnalisation sur leurs sites Web et 28 % sur des sites mobiles ; 88 % ont déclaré avoir constaté une nette amélioration de la personnalisation. Une autre étude réalisée par Econsultancy a fait apparaître que 93 % des entreprises avaient vu leur taux de conversion augmenter grâce à la personnalisation de leur site Web.

Pour fournir des expériences hautement personnalisées et riches en contenu sur tous les points de contact, une solution de gestion de contenu Web doit inclure des fonctionnalités natives permettant la personnalisation. En utilisant la même plateforme pour la création de contenu et la distribution de ce contenu à vos ~~personnages~~ cibles, vous constaterez que vous êtes plus efficace qu'avec une intégration tierce.

Il y a d'autres éléments nécessaires à la personnalisation qu'une solution WCM devrait inclure. Par exemple, cette plateforme doit s'intégrer facilement à vos autres systèmes pour que vous puissiez exploiter les données d'outils tels que Demandbase, Salesforce et Marketo, afin de déterminer qui visite votre site et le type de contenu qui intéresse le plus vos visiteurs.

## 2. Outils de confidentialité et de consentement

Qu'est-ce qui devient rapidement une condition préalable à la personnalisation ? Obtenir la permission des utilisateurs de votre site pour que leur comportement soit suivi, par exemple en leur fournissant un contenu pertinent. Dans le passé, les entreprises capturaient, utilisaient et partageaient des données personnelles sur les visiteurs de leurs sites, mais avec le RGPD et les préoccupations accrues concernant la confidentialité, cette époque touche à sa fin. Ce qui signifie que vous avez besoin d'une plateforme de gestion de contenu Web qui automatise le processus de consentement de l'utilisateur, ce qui permet à votre public de décider s'il accepte ou non d'être surveillé lors de la visite de votre site Web.

Le RGPD existe pour une bonne raison, non pas par manie de s'ingérer dans la bureaucratie bruxelloise, mais parce que le caractère sacré des données à caractère personnel est une préoccupation primordiale pour les citoyens du nouveau paysage numérique. C'est particulièrement le cas à une époque marquée par des événements tels que Cambridge Analytica et Equifax. Le RGPD et d'autres mesures répondent donc à un appel pressant visant à protéger les consommateurs.

Ainsi, la solution WCM qu'une entreprise choisit doit déjà inclure des outils de confidentialité et de surveillance. Résultat : vous pouvez utiliser votre plateforme WCM pour personnaliser le contenu tout en garantissant la conformité avec un ensemble de plus en plus varié de réglementations sur les données, sans mettre votre organisation en péril.





### 3. Gestion multisite

Gérer des dizaines, voire des centaines de sites Web et d'expériences numériques répartis sur différents marchés, pays et régions, tout en respectant les directives de l'entreprise et les réglementations locales ? C'est un nœud gordien que seuls les meilleurs systèmes de gestion de contenu Web peuvent vous aider à démêler. Si vous travaillez dans cet environnement, n'oubliez pas d'inclure la nécessité de gérer plusieurs sites Web dans votre appel d'offres.

Grâce à ses processus d'approbation de workflow, un système WCM doit vous permettre à la fois de contrôler au plus haut niveau votre empreinte numérique dans le monde entier et de donner à vos équipes locales la possibilité de personnaliser et de localiser le contenu et les campagnes pour répondre à leurs propres besoins. En l'absence d'un système WCM sophistiqué capable de concilier ces deux extrêmes, l'opération consomme beaucoup de ressources et est sujette aux erreurs, menaçant ainsi la cohérence de représentation de votre marque.

Le bon système WCM fournit une solution à plateforme unique où les sites et les applications sont gérés de manière centralisée et où le contenu peut être généré une fois mais déployé sur plusieurs points de contact et, si nécessaire, personnalisé pour satisfaire aux exigences de canaux spécifiques ou de marchés particuliers. Ce système doit également être neutre sur le plan technologique afin que de multiples agences compétentes dans différentes langues puissent contribuer aux sites individuels tout en maintenant un tout unifié.

### 4. Outils de contenu simplifiés

Il est essentiel de publier du contenu assez rapidement pour satisfaire votre public exigeant. De plus en plus, ce dernier souhaite disposer des informations les plus récentes, pratiquement en temps réel. Dès lors, continuer à susciter son intérêt et son engagement tout en veillant à consolider votre avantage concurrentiel nécessite des outils de création et de publication de contenu capables de hâter le processus.

La solution WCM appropriée donnera à vos équipes chargées du contenu un contrôle total sur le processus de publication, sans dépendre d'un autre service. Qu'il s'agisse de mise à jour du contenu, de créer des microsites ou encore des formulaires ou des pages de renvoi, vous avez besoin d'une solution qui permettent à vos employés, même les moins expérimentés (sans compétences techniques) de facilement mettre à jour vos sites Web.

Ils doivent pouvoir créer et modifier du contenu en ligne ou éditer des formulaire à l'aide de commandes WYSIWYG entièrement configurables, ou encore configurer les règles de ciblage et de test A/B directement à partir d'un éditeur de page.

Les approbations et le contrôle d'accès doivent être intégrés au processus de développement du contenu, afin de promouvoir les meilleures pratiques et la gouvernance du contenu, même à l'échelle mondiale. Le contrôle de version intuitif doit être standard ; ainsi, il est simple de récupérer les versions antérieures du contenu et de vérifier les modifications apportées par le passé.

## 5. Architecture découplée

Un système WCM doit pouvoir prendre en charge plusieurs agences et partenaires externes, ce qui permet au développement de projet de se dérouler en parallèle pour plus d'efficacité. Différentes équipes de différents marchés doivent pouvoir produire et publier sans interférer les unes avec les autres ; c'est l'un des nombreux avantages offerts par un système WCM construit sur une architecture découplée.

Rendre les expériences numériques rapides et réactives signifie que votre diffusion doit, elle aussi, être rapide et réactive. Les plateformes WCM précédentes étaient construites autour du modèle monolithique et couplé, qui limitait la distribution du contenu et la vitesse à laquelle il pouvait être diffusé.

En dissociant les aspects de gestion et de publication du contenu de la présentation du contenu, les équipes chargées du contenu sont libérées des exigences et des délais des développeurs. Ainsi, la création et le déploiement de contenu deviennent beaucoup plus rapides et flexibles ; d'ailleurs, cela devient de plus en plus urgent maintenant que votre « empreinte » numérique est multiple, allant des sites Web aux flux sociaux, aux applications, aux appareils IoT, etc.

Étant donné que la logique d'affichage est maintenant transférée du côté client, via des applications intégrées au navigateur, les expériences utilisateur sont plus rapides et plus transparentes que jamais avec un système WCM découplé. Cela ouvre la porte à de nouveaux niveaux d'interactivité.

Un autre avantage non négligeable ? Grâce à la séparation des interfaces frontend et backend, les architectures découplées sont plus sécurisées. Un pare-feu peut être défini entre les deux environnements pour une meilleure protection du contenu, du réseau et des bases de données.





## 6. Gouvernance et surveillance

L'un des principaux points de la liste de demandes d'un directeur Marketing ~~corporate~~ devrait être de gagner en gouvernance et en supervision sur l'intégralité de l'empreinte ~~numérique~~ d'une entreprise. Un système WCM qui assure la supervision par l'entreprise des points de contrôle de la marque, des exigences en matière d'accessibilité, des meilleures pratiques de référencement et de la surveillance martech devient rapidement une nécessité, car les interactions ~~numériques~~ commencent à constituer l'essentiel de l'expérience client. Les solutions WCM les plus avancées fournissent des tableaux de bord donnant une vue d'ensemble de chaque problème susceptible d'affecter la présence ~~numérique~~ de leur entreprise.

Une autre facette de la gouvernance ~~numérique~~ à inclure dans votre appel ~~à propositions~~ ? Les entreprises internationales ont besoin d'outils pour appliquer une structure d'autorisations stricte, avec une hiérarchie de contrôle d'accès clairement définie, qui dicte qui a accès à quels types d'actifs de contenu, ou à des parties spécifiques du processus de publication. Par exemple, les équipes sur le marché devraient pouvoir exploiter les actifs dont elles ont besoin pour réussir au niveau local, mais dans les limites définies par les responsables de la marque et les cadres supérieurs au niveau mondial.

## 7. Mises à jour automatiques

Actuellement, si vous utilisez non pas une solution WCM SaaS mais une solution WCM ~~sur site~~ ou dans le Cloud, il est probable que vous n'utilisiez pas la dernière version publiée par le fournisseur. C'est probablement parce que la mise à niveau était coûteuse, nécessitait trop de ressources informatiques ou qu'il était à craindre que cela ait des effets dévastateurs sur vos sites Web. Dans de nombreux cas, ce sont toutes ces raisons qui incitent les entreprises à rester bloquées sur une ancienne version, parfois non prise en charge, de leur logiciel WCM.

Si vous utilisez la dernière version de votre plateforme, il est probable qu'il vous en coûte certaines difficultés : des temps d'arrêt au niveau de vos systèmes ainsi que des dépenses importantes, sans compter les conséquences néfastes pour votre service informatique. La cause en revient aux problèmes de mise à niveau qu'a dû affronter votre entreprise et au fait que votre fournisseur n'a pas été impliqué dans le processus. Lors de la mise à niveau vers la dernière version, votre équipe a dû s'assurer qu'aucune de vos API, aucun plug-in tiers ni aucune personnalisation n'ont été mis à mal ou n'ont subi un quelconque dommage.

Avec une solution SaaS, les mises à niveau sont transparentes et automatiques. Un site Web ne connaît pas de temps d'arrêt et il ne constitue pas un fardeau pour le client. Le fournisseur ajoute de nouvelles

fonctionnalités, corrige les bugs antérieurs, fournit des correctifs de sécurité, apporte des améliorations à l'interface de création, etc., et vous accédez immédiatement à la nouvelle version dès sa publication, sans aucun risque. Ainsi, vous avez toujours accès aux dernières fonctionnalités et outils disponibles, vous permettant de rester compétitif dans un paysage marketing complexe en constante évolution.

## 8. Vitesse de lancement

Un système WCM de premier ordre accélère la vitesse à laquelle vous pouvez gérer un site Web ou tout autre point de contact ~~numérique~~, de la conception au déploiement. Cette agilité à la volée qui permet d'agir rapidement, afin de tirer parti des opportunités du marché ou pour répondre aux menaces de la concurrence, constitue la pierre angulaire absolue du marketing digital d'envergure internationale.

Voici encore un avantage de la solution SaaS, mentionnée au point 7. Un WCM sous forme de SaaS permet aux entreprises de lancer plus rapidement de nouvelles expériences ~~numériques~~, car cette formule ne nécessite aucun processus d'achat d'équipement, et aucune décision n'est à prendre à l'avance en matière d'évolutivité ou d'anticipation du trafic. Avec une solution SaaS, vous pouvez vous connecter immédiatement et commencer à développer aussitôt votre site Web.

## 9. Évolutivité et disponibilité

Tous les spécialistes en marketing ~~numérique~~ aimeraient que leur site soit accessible 100 % du temps. Un bon système WCM vous rapprochera autant qu'il est réellement possible, à plus de 99,9 %, afin que vos points de contact ~~numériques~~ soient toujours disponibles et prêts à être utilisés. Le mieux que vous puissiez obtenir est ce que l'on appelle les quatre neuf, soit 99,99 %, et c'est ce que vous devriez demander dans votre appel d'offres.

L'évolutivité est également cruciale. Au fur et à mesure que l'entreprise grandit, se diversifie ou fait face à une demande ~~numérique~~ exceptionnelle ou imprévue, la nécessité de répondre à cette demande sans coût supplémentaire important devient importante à court et à long terme.

Quelles autres facettes de l'évolutivité devriez-vous rechercher dans une solution WCM ? Une implémentation unique doit pouvoir être facilement étendue à plusieurs domaines. Quant aux plug-ins, intégrations et modules d'expansion, ils doivent être faciles à ajouter pour étendre vos fonctionnalités.





## 10. Gestion de la sécurité

La cybercriminalité monte en flèche, grâce à une « conjonction sans précédent » de facteurs : plus d'entreprises avec plus de points de contact numériques, l'utilisation de plateformes hétérogènes comportant des niveaux de sécurité incohérents, et une confiance irréfléchie dans les fournisseurs d'hébergement pour protéger ces plateformes contre les attaques et les programmes d'attaque.

Supposer que vous bénéficiez d'une protection à toute épreuve auprès d'un fournisseur d'hébergement pour vos sites sur le Cloud est une erreur qui peut avoir des résultats catastrophiques. Lorsque WannaCry a frappé, bon nombre de ses victimes bénéficiaient d'une solide sécurité de la part de leur service d'hébergement, mais ce sont les vulnérabilités de Windows qui ont véritablement ouvert la porte au diable.

En choisissant un fournisseur de solution WCM, vous devez vous assurer qu'il fournit une protection de sécurité rigoureuse, en commençant par sa propre configuration d'hébergement (ou la façon dont il fonctionne avec votre hôte) et qu'il est capable d'assurer un verrouillage ultra-efficace des niveaux supplémentaires de défense numérique. Votre système WCM doit offrir des protections globales multicouches, allant jusqu'au niveau de l'application, avec des analyses et une intelligence en temps réel pour détecter les menaces perçues, y compris les attaques DDoS, et agir en conséquence.

Voici encore un avantage de la solution SaaS, mentionnée au point 7. Un WCM sous forme de SaaS permet aux entreprises de lancer plus rapidement de nouvelles expériences numériques, car cette formule ne nécessite aucun processus d'achat d'équipement, et aucune décision n'est à prendre à l'avance en matière d'évolutivité ou d'anticipation du trafic. Avec une solution SaaS, vous pouvez vous connecter immédiatement et commencer à développer aussitôt votre site Web.



# 11. La maîtrise des coûts

Une plateforme WCM obsolète, ou une solution antérieure qu'une entreprise utilise pour gérer ses sites Web et ses points de contact, n'est pas aussi efficace qu'une solution SaaS à jour. Les entreprises qui adoptent des systèmes plus récents s'en rendent compte. Elles constatent diverses réductions ou éliminations de coûts une fois le passage opéré.

Parmi ces avantages, la réduction des coûts de déploiement. En effet, les plateformes SaaS permettent un déploiement économique dans les bureaux et au sein des équipes, qu'il s'agisse de sites proches ou lointains ; certains abonnements vous permettent même d'ajouter des dizaines voire des centaines de sites sans aucun coût supplémentaire. Les coûts de formation sont également réduits, car les meilleures solutions de gestion du contenu Web sont intrinsèquement intuitives et faciles à utiliser, ce qui permet également de réduire les coûts informatiques de support et de développement.

L'assurance qualité est un autre domaine auquel profite une bonne plateforme WCM. Les systèmes précédents n'étaient pas conçus pour assurer automatiquement une surveillance de la qualité et de la conformité des sites et du contenu, ni même signaler des erreurs. L'assurance qualité était devenue un processus manuel coûteux, aussi lorsqu'il a fallu la mettre en place sur de nombreux sites au niveau international, c'est devenu impossible logistiquement. Avec la gestion automatisée de la qualité numérique intégrée à un package WCM, ces coûts sont réduits, et la cohérence et la conformité sont assurées.



# crownpeak

## À propos de Crownpeak

Crownpeak propose une plateforme ~~de niveau entreprise~~ de premier plan, la plateforme SaaS Digital Experience Management (DXM). La plateforme DXM de Crownpeak permet aux entreprises Fortune 2 000 de créer, déployer et optimiser rapidement et facilement des expériences client sur l'ensemble des points de contact numériques à l'échelle mondiale.

Outre la gestion de contenu, la personnalisation, la recherche et l'hébergement, c'est la seule plateforme d'expérience numérique qui offre aussi bien une gestion de la qualité numérique intégrée (Digital Quality Management, DMQ) pour garantir l'intégrité de la marque, les meilleures pratiques et la conformité à la réglementation de l'accessibilité Web, qu'une suite de solutions de contrôle et de consentement, notamment une plateforme de consentement universel (Universal Consent Platform), conçue pour aider les entreprises à se conformer au règlement général sur la protection des données (GDPR).

**POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ NOTRE SITE, [CROWNPEAK.COM](https://crownpeak.com)**