



Toyota optimise sa qualité numérique sur plusieurs marchés

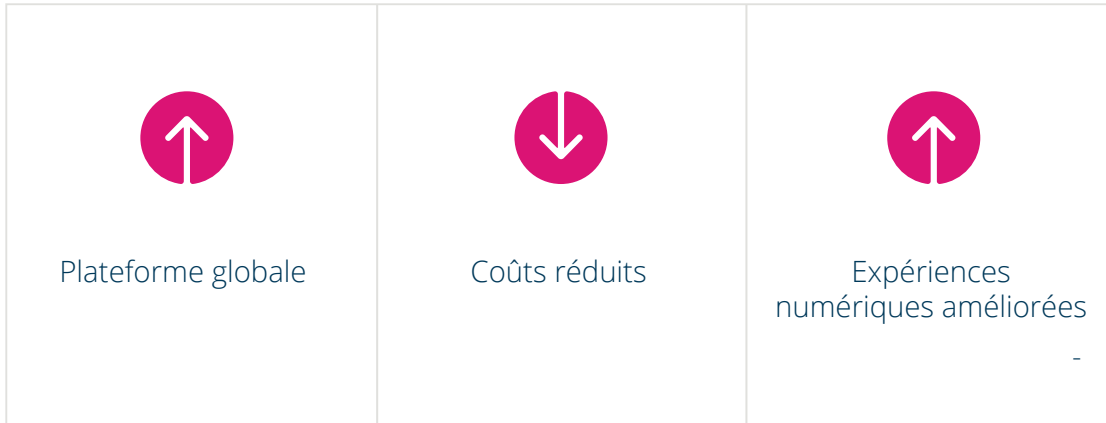
Découvrez comment Toyota Motor Europe protège l'ADN de sa marque mondiale grâce à Crownpeak Digital Quality Management (DQM)



Industrie : Automobile

Employés : +20 000

Sites : 53



LE DÉFI :

« La qualité sous tous ses aspects » fait partie des principes clés de Toyota. L'entreprise fait souvent référence au concept japonais « Omotenashi », qui désigne l'hospitalité idéale, et consiste à anticiper et à respecter les besoins des visiteurs afin de rendre leur expérience avec Toyota plus facile et plus agréable. Toutefois, comme pour toutes les marques mondiales, pour Toyota protéger cette expérience sur l'ensemble de ses propriétés numériques, dont le nombre ne cesse de croître, constitue un défi.

En 2015, Toyota a entrepris de créer un ensemble de standards digitale fondamentaux afin d'aider les marchés à maintenir le niveau de qualité. Cependant, à mesure que sa présence digitale augmentait en complexité, en taille et en étendue, le constructeur devait affiner son processus de gouvernance digitale en assurant un contrôle central et une visibilité accrue de la conformité de leurs propriétés en ligne. Emanuela Tasinato, en charge de l'expérience numérique chez Toyota Motor Europe, déclare à ce propos : « Avec 30 marchés et 45 sites Web couvrant plusieurs langues, il nous fallait pouvoir gérer de manière centralisée la fourniture cohérente d'un contenu numérique reflétant notre vision digitale et la marque Toyota ».

Une condition essentielle était de s'assurer que les exigences de localisation des marchés seraient pleinement prises en charge. « Il nous fallait concilier deux choses : rendre la gestion de la qualité aussi simple et centralisée que possible tout en essayant de répondre aux besoins spécifiques de chaque marché. Nous avons besoin d'une solution dotée de la puissance et de la souplesse nécessaires pour faire les deux. C'est pourquoi nous avons choisi Crownpeak DQM », poursuit Mme Tasinato.

LA SOLUTION :

DQM s'emploie à automatiser la vérification du respect des standards numériques de Toyota aux niveaux central et local. La plateforme est livrée avec une bibliothèque complète et prête à l'emploi de règles de conformité aux meilleures pratiques, telles que les normes d'accessibilité, de référencement, d'utilisabilité, de mobilité, de légalité et d'intégrité de site. Dans le cadre du processus d'intégration, des points de contrôle personnalisés supplémentaires ont été créés pour correspondre à la marque, aux règles commerciales et aux exigences de localisation de Toyota. « Dans la mesure du possible, nous veillons à ce que nos standards digitaux se traduisent en points de contrôle DQM afin que les marchés puissent facilement contrôler la conformité dans le tableau de bord DQM plutôt que de compter sur des vérifications manuelles », ajoute Mme Tasinato. « Par exemple, Toyota applique ce standard : "les images doivent être soigneusement sélectionnées et prévisualisées pour différentes tailles d'écran et/ou appareils avec une mobilité, une lisibilité et une taille de fichier réduite, particulièrement prises en compte". Nous avons traduit cela en deux points de contrôle automatisés correspondants dans DQM : "Les images ne doivent pas dépasser 400 Ko" et "Vérifiez qu'une image mobile est en place" ».

Toyota lance régulièrement de nouvelles initiatives digitales et actualise en permanence ses points de contrôle DQM personnalisés pour s'assurer qu'ils restent à jour avec les dernières règles et réglementations, ainsi qu'avec les exigences de la marque et de l'entreprise.

DQM s'intègre parfaitement dans les flux de production des publications de Toyota et alimente les KPI du marché local. Le contenu est d'abord publié sur le site Web européen phare sur lequel il est vérifié par DQM, puis transmis à d'autres marchés aux fins de traduction et de localisation, où il est ensuite revérifié pour en assurer la conformité.

« Nous nous attendons à ce que tous ceux qui créent du contenu le vérifient dans DQM dans le cadre du processus de publication », explique Mme Tasinato. « Le contenu central doit être vérifié, puis vérifié à nouveau lors de la localisation. Il est très important de maintenir une qualité stricte sur le site Web central européen, car toutes les erreurs introduites sur ce site seront répercutées sur nos autres sites Web. »

Les marchés locaux sont censés utiliser régulièrement la plateforme pour s'auto-auditer, mais l'équipe Digital examine également la conformité globale de manière centralisée. Chaque mois, ils extraient des données de la plateforme DQM, créent un rapport de synthèse comparant les performances du marché dans un certain nombre de domaines et

le transmettent à leurs équipes locales. Mm Tasinato le confirme : « Ce rapport suscite beaucoup d'attention, tant de la part des marchés que de la direction. Nous observons une augmentation des activités de conformité vers la fin du mois, les marchés sachant que cela est important pour la direction. Ils sont très compétitifs. »

Travailler avec Crownpeak

Toyota dispose d'une petite équipe interne chargée d'aider les marchés à utiliser la plateforme DQM et à résoudre les problèmes de conformité. Pour ce faire, l'équipe s'appuie sur une série de points d'escalade et dispose d'une ligne ouverte où l'équipe de support de Crownpeak répond aux questions et aux demandes d'implémentation. « Crownpeak est très réactif et très compétent. Ceci est très apprécié par Toyota et se reflète dans son niveau d'engagement envers la plateforme », constate Mme Tasinato.

LES AVANTAGES :

Renforcer notre présence sur les différents marchés via une localisation efficace

La flexibilité est essentielle au succès de la localisation du contenu, et nos standards doivent être adaptés pour être efficaces et pertinents sur chaque marché cible.

« La possibilité de localiser nos standards est l'un des atouts majeurs de la plateforme DQM car elle nous permet de déployer, mesurer et gérer avec précision des standards pour chaque marché. » souligne Mme Tasinato. « Par exemple, nous avons un point de contrôle DQM pour le nombre de mots dans un paragraphe et cela varie selon les pays. Cela peut être 68 mots en anglais et 100 en allemand. »

Créer un avantage concurrentiel en s'appuyant sur l'expérience client

Toyota définit deux niveaux de conformité prioritaires dans les standards digitaux : le niveau de base et le niveau supérieur. Le niveau de base garantit un niveau minimum de conformité afin de garantir l'accessibilité et de répondre aux besoins des clients. « Le niveau de base n'est pas négociable », précise Mme Tasinato. « Le niveau supérieur consiste à créer un avantage concurrentiel grâce à une expérience client supérieure, là où Toyota excelle! »

Soutenir la culture de « qualité » de la marque

En tant que société, Toyota attache une grande importance à la qualité et démontre un engagement fort de la part de ses dirigeants pour une communication efficace avec les marchés locaux. « Nous nous en tirons très bien pour ce qui est de l'engagement des marchés qui privilégient la qualité digitale. À ce propos, la plateforme DQM joue un rôle important car elle veille à ce que nos standards digitaux soient clairs, que nos performances soient mesurables et que digitaux locales disposent des outils nécessaires pour faire leur travail. Nous récompensons nos marchés pour avoir obtenu un classement élevé dans leurs scores DQM. Ce qui est vraiment bien, c'est que n'importe quelle équipe est susceptible de remporter ce prix, quel que soit son budget ou son nombre de visiteurs, et il est souvent remporté par les petits marchés. »

Et ensuite ?

Toyota Motor Europe a utilisé la plateforme DQM pour atteindre d'excellents niveaux de qualité et de conformité sur ses sites Web européens, mais l'entreprise ne compte pas en rester là. « En termes de scores, c'est sur la qualité digitale que nous obtenons les meilleurs résultats », se réjouit Mme Tasinato. Nous avons beaucoup de 10 en accessibilité, en convivialité et en référencement. Cependant, notre contenu central peut provenir de plusieurs sources et nous avons encore du travail à faire pour détecter les erreurs avant qu'elles ne soient répercutées sur les marchés locaux, où les problèmes peuvent être amplifiés. Actuellement, nous travaillons avec Crownpeak pour étendre la portée de la plateforme DQM, afin de couvrir le code injecté sur nos sites et de garantir également la détection de ces erreurs dans ces composants ».

« Il nous fallait concilier deux choses : rendre la gestion de la qualité aussi simple et centralisée que possible tout en essayant de répondre aux besoins spécifiques de chaque marché. Nous avons besoin d'une solution dotée de la puissance et de la souplesse nécessaires pour faire les deux. C'est pourquoi nous avons choisi Crownpeak DQM ».

Emanuela Tasinato, Expérience numérique, Toyota Motor Europe



crownpeak

crownpeak.com

Crownpeak est la solution de contenu Web et de consentement qui permet de tirer pleinement parti du marketing. Grâce à nos solutions SaaS exclusivement natives et offrant un déploiement rapide, nous permettons à nos clients de proposer des expériences homogènes et de grande qualité, et de respecter les exigences réglementaires plus facilement.

Crownpeak est une solution simple et rapide, dont le développement peut être effectué dans n'importe quel langage. Notre architecture découplée nécessite peu de maintenance et ne requiert aucune mise à niveau sur site. Nous nous adaptons parfaitement à toute infrastructure informatique. Notre architecture offre une sécurité sans équivalent. Nous aidons les entreprises du classement Fortune 500 à assurer la sécurité et la cohérence de leurs contenus. De plus, nous leur permettons de respecter facilement les réglementations en matière de confidentialité et les lois sur le consentement, qui évoluent constamment.

Crownpeak détecte toutes les formes d'utilisation de données à caractère personnel. Il permet aux consommateurs de contrôler leurs données et s'assure que les marques atteignent le plus haut niveau de conformité tout en utilisant le moins de ressources internes possible. Crownpeak inclut notre produit Digital Quality Management (DQM), notre plate-forme Digital Experience Management (DXM) et nos produits de consentement Evidon.

Pour plus d'informations, consultez notre site, crownpeak.com