Site web : de la conception à la personnalisation





Présentation

La voie vers la personnalisation

Si, comme beaucoup d'entreprises en ce moment, vous êtes à la recherche d'une plate-forme CMS moderne ou si vous l'envisagez dans un avenir proche, les facteurs à prendre en compte sont nombreux afin de choisir la bonne solution pour votre entreprise.

Intéressons-nous d'abord à ce que peut effectuer un CMS aujourd'hui. Traditionnellement, un CMS était une plate-forme logicielle qui automatisait certaines des tâches requises pour gérer et publier du contenu en ligne. Aujourd'hui, les clients veulent une continuité entre le monde virtuel et le monde réel ainsi que des contenus permettant de vivre des expériences enrichissantes. Les platesformes CMS modernes s'adaptent désormais à des expériences numériques plus ambitieuses pour relever ce défi.

De nombreuses plates-formes CMS sont disponibles. Investir dans un nouveau système peut être intéressant pour servir vos objectifs business. Avec la bonne solution, un CMS peut profiter à votre entreprise pour accroître l'impact de votre contenu, son efficacité opérationnelle et vos gains liés à la technologie.

Alors, comment choisissez-vous le bon CMS?

Afin de vous faciliter la tâche,il vous suffit de cibler les objectifs les plus importants pour votre entreprise et nous vous guiderons dans votre démarche afin d'offrir à vos clients des expériences personnalisées réussies et bénéfiques pour votre entreprise.



Objectifs

Quels sont les objectifs de votre CMS?







Fonctionnalité éditoriale puissante



Un CMS adapté doit au moins vous fournir les outils nécessaires pour créer, éditer et diffuser facilement du contenu. Certaines solutions sur le marché proposent des expériences d'utilisation qui sont dépassées, maladroites et difficiles à simplifier.

Ce n'est pas le cas avec Sitecore :



Une interface utilisateur intuitive

Une interface utilisateur simple et accessible permet aux équipes éditoriales, même inexpérimentées, d'accomplir des tâches avec un minimum de formation.



Facilité d'utilisation du texte

Un traitement de texte de haut niveau est indispensable comme la vérification orthographique intégrée et les options pour coller du texte à partir de Microsoft Word.



Aperçu du contenu

La fonctionnalité unique d'édition et de création de page contextuelle permet de visualiser le contenu avant publication.



Flexibilité et personnalisation de la conception

Des outils qui permettent aux concepteurs de créer et de mettre à jour des expériences de site sans codage.



Modèles

Des pages bien conçues qui reposent sur des modèles de pages prêts à l'emploi pour garantir une production de contenu Web fluide, cohérente et conforme aux meilleures pratiques.

Prêts à transformer votre expérience éditoriale







Workflow/Rapport/Organisation du Contenu



Workflow

Le flux de travail est le flux général du contenu à travers les différentes étapes de la publication, habituellement la rédaction, l'édition, la mise en page, la validation, la traduction, la publication et la promotion.

Un CMS avec workflowadaptable peut faire gagner du temps à vos utilisateurs et empêcher votre équipe de publier le mauvais contenu au mauvais moment.

Rapport

Des outils d'analyse et des tableaux de bord intelligents peuvent vous aider à garder un œil sur les différentes catégories de contenu. Les types de rapports que vous générez peuvent inclure du contenu en attente, du contenu en attente d'approbation, les images disponibles pour un sujet donné, les articles dans votre flux de travail et le nombre d'articles que votre entreprise a publiés ce mois-ci.

Organisation du Contenu

La gestion des liens aide les équipes éditoriales à préserver automatiquement l'intégrité des liens lors du transfert des pages dans le CMS.

Sitecore utilise les métadonnées pour appréhender de manière intuitive les différences entre les différents types de contenu et appliquer ainsi les règles adéquates.





Gestion simple des utilisateurs



Certaines plates-formes CMS ont des systèmes d'autorisation simples et limités. A titre d'exemple, une personne peut modifier la conception d'une page, corriger le texte et les métadonnées à des fins de référencement.

Pendant ce temps, d'autres peuvent adapter de manière flexible les autorisations pour des groupes et des individus selon des critères tels que le type de contenu, le type d'emploi, le rang et la géographie.

Si vous avez le choix, recherchez un CMS offrant une granularité pour chaque champ. Bien que l'administration granulaire des utilisateurs soit surtout utile pour de grandes équipes, les petites équipes peuvent choisir un CMS avec d'avantages de fonctionnalités de personnalisation que nécessaire pour laisser plus de marge à l'évolution des besoins.



Sécurité rigoureuse

 \bigcirc

Une bonne fonctionnalité de création de diverses versions, un bon processus de validation et une gestion granulaire des utilisateurs permettent d'éviter les erreurs et ou de les limiter.

Mais vous aurez également besoin de contrôles de sécurité stricts concernant l'accès à des contenus et des informations spécifiques - ainsi le contenu sera vu uniquement par les personnes concernées et diffusé au bon moment.

De plus, certains CMS intègrent des mécanismes d'authentification robustes pour empêcher tout accès illégitime. Si vous accordez une grande importance à la sécurité, veillez à rechercher un CMS qui fonctionne avec votre prestataire de sécurité d'entreprise et/ou des systèmes d'authentification tiers tels que Azure AD, IdentityServer, OpenID, et Oauth.



Prêt à faire passer la sécurité au niveau supérieur?





Évolutivité



Si vous souhaitez diffuser du contenu sur plusieurs canaux et périphériques, votre CMS devra vous aider à le faire efficacement.



Créez une fois, reproduisez partout

Au lieu de télécharger le même élément de contenu plusieurs fois, votre CMS va prendre en charge la diffusion via différents formats et tailles d'écran à partir d'une seule action.



Ajouter de nouveaux canaux de distribution en toute simplicité

De nouveaux appareils et canaux - dont certains ne sont même pas encore inventés - feront leur apparition pendant la durée de vie de votre nouveau CMS. Ainsi, l'achat d'un CMS simple et moins personnalisable peut sembler raisonnable aujourd'hui mais vous devrez probablement vous en débarrasser et le remplacer dans quelques années.



Un fournisseur qui tient la cadence

Il faut savoir que votre fournisseur de CMS suit les tendances et met régulièrement à jour son logiciel et kits de développement (SDK), interfaces de programmation d'application (API), connecteurs et pipelines. Si ce n'est pas le cas, la diffusion de contenu sur les derniers appareils, applications et autres platesformes ne sera pas chose facile.



Support multilingue

Si votre organisation dispose de sites en langues étrangères, ou pourrait en avoir à l'avenir, recherchez des CMS qui peuvent prendre en charge le contenu et les sites Web dans plusieurs langues ainsi que fournir des outils d'édition de contenu qui fonctionnent dans les langues dont vos équipes marketing régionales ont besoin.

Prêt à prendre le contrôle de votre évolutivité?







Digital Factory ou Usine à site



Support multi-sites

Si vous gérez plusieurs sites Web pour différentes marques et différents publics, choisissez l'option CMS avec support multisites. La gestion centralisée du contenu, de la présentation et des modules est de loin la façon la plus efficace de mettre à disposition la même fonctionnalité sur plusieurs sites.

Composant prêts à l'emploi

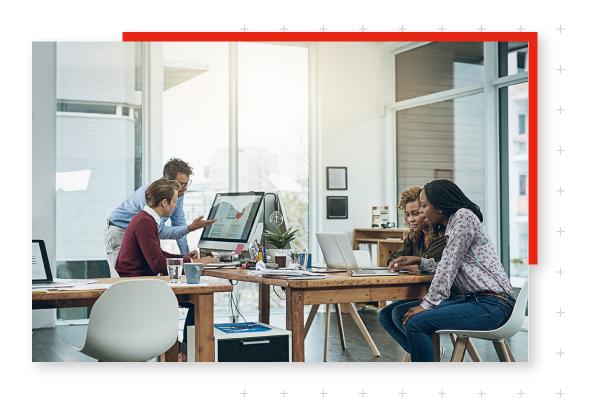
Le CMS doit fournir une boîte à outils de composants préassemblés et réutilisable sur l'ensemble des sites. Tous les codes générés doivent être conformes aux bonnes pratiques de l'outil sur la structure des pages, et permettent l'utilisation d'outils de marketing d'expérience tels que la personnalisation et l'optimisation de l'expérience.

Flexibilité du projet

Les CMS modernes doivent permettre des flux de travail parallèles (contenu, conception créative, UX, codage) pour non seulement réduire le temps nécessaire à la production d'un site Web mais aussi en améliorer la qualité en permettant à tous les contributeurs de valider leurs contributions mutuelles.

Headless

Les CMS découplés séparent les tâches d'arrière et de premier plan. En pratique, cela signifie que les développeurs peuvent rapidement coder et concevoir des expériences utilisateurs dans leur langue préférée sans être astreints pour autant à des technologies



Prêt à gérer facilement votre digital factory?





Personnalisation



PREMIERE PARTIE - Créer des expériences de valeur

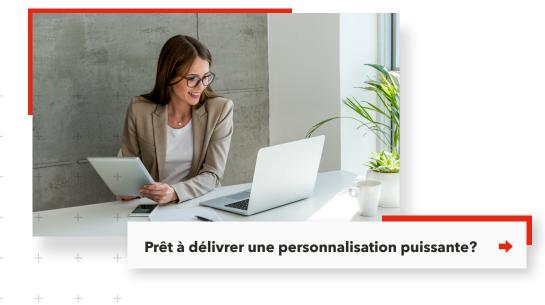
Les attentes augmentent

Les expériences personnalisées se généralisent et les attentes des consommateurs augmentent. Vous n'avez peut-être pas besoin des fonctionnalités sophistiquées d'une plate-forme d'expérience aujourd'hui mais vous en aurez probablement besoin bientôt. Assurez-vous que n'importe quel CMS élémentaire a la capacité et la fonctionnalité de devenir une plate-forme d'expérience intégrée lorsque vous souhaiterez vous lancer. Certaines des plus grandes entreprises du monde ont connu une croissance fulgurante, précisément parce qu'elles offrent des expériencesdigitales personnalisées et pertinentes.

Aujourd'hui, les entreprises du monde entier commencent à se rendre compte qu'elles doivent offrir un contenu adapté à leurs visiteurs, à la façon dont ils ont interagi sur les réseaux dans le passé et à ce qu'ils font en temps réel.

L'importance des données

La personnalisation nécessite un CMS qui peut collecter, connecter et traiter les données d'interaction en temps réel, comme les interactions entrantes, les habitudes de navigation, la géolocalisation, le profil et les achats effectués. Votre CMS doit être capable de collecter des données d'interaction de tous les canaux - même des sources et d'applications externes - pour évaluer et rendre compte de l'interaction et de l'expérience client.



Personalization



DEUXIEME Partie - Optimiser les expériences clients

Une plate-forme fédératrice

Les données sur la consommation de contenu sont précieuses. Alliées à des données démographiques et comportementales, elles donnent une image plus claire des intérêts individuels des clients, de leurs motivations et de leur expérience générale.

Ce type de personnalisation est beaucoup plus simple si votre CMS s'intègre à une plate-forme de gestion d'expérience digitale plus vaste qui unifie tous vos canaux, campagnes et analyses dans un écosystème intégré.

Essais continus

Permettre aux entreprises de tester continuellement les différentes composantes du système les unes par rapport aux autres et de les optimiser en fonction des résultats.

Analyse des parcours

Déterminez comment les utilisateurs accèdent à votre site, les parcours qu'ils empruntent et ceux qui génèrent plus ou moins de bénéfices et conversion

Segmentation et analyse granulaire

Aider les spécialistes du marketing à classer les publics par âge, sexe, profil d'utilisateur, temps, personnalité et plus encore.

Machine learning

Cela permet à la plate-forme de se corriger et de s'améliorer automatiquement.



Intégration entre le contenu et l'e-commerce



PREMIERE PARTIE

Étant donné que le contenu a un impact de plus en plus grand sur les décisions prises en matière d'achats, il devient de plus en plus important d'intégrer le contenu et les systèmes d'e-commerce.

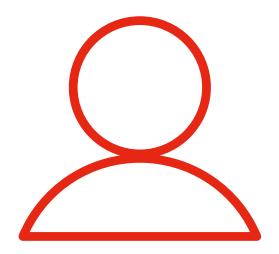
Sans cette intégration, l'expérience utilisateur de votre marque est confuse. Lorsque vous investissez dans un CMS, assurez-vous qu'il prend en charge les fonctionnalités d'ecommerce suivantes.

Une interface unifiée pour l'e-commerce

Pour rester au courant de tout, vous aurez besoin d'un seul tableau de bord pour la gestion des stocks, la gestion du catalogue, la gestion des commandes, le profil de la clientèle, les prix et la gestion des promotions.

Gestion des stocks simplifiée

Tout dépend de de vos activités mais vous aurez probablement besoin de gérer l'inventaire en ligne/hors ligne de différents magasins, entrepôts et sites.





Intégration entre le contenu et le e-commerce



DEUXIEME PARTIE

Capacités de personnalisation

Vous mettrez en place des offres personnalisées, des produits ou même un accès en ligne (contenu exclusif) pour différents clients - et rechercherez des capacités supplémentaires comme le ciblage basé sur la localisation.

Intégrations avec des tiers

Vous devrez vous assurer que votre panier et vos commandes peuvent être configurés pour s'adapter à tous les principaux fournisseurs de solutions de paiement, d'expédition et d'impôts.

Création de contenu généré par l'utilisateur

Assurez-vous que votre CMS permet à vos utilisateurs de parler de vos produits sur les réseaux sociaux et donner leurs avis sur les produits.

Capacités d'optimisation par lestests

Utilisez les tests pour optimiser en permanence votre contenu d'achat. Assurez-vous que votre CMS facilite le travail et s'adapte.



Étapes Suivantes



Nous espérons que ce guide vous a donné un aperçu de la façon dont Sitecore peut aider votre entreprise à atteindre ses objectifs CMS. Mais ce n'est que la première étape de votre expérience.

Passez à l'étape suivante en visitant ici pour en savoir plus sur Sitecore, ou contactez simplement votre représentant Sitecore pour discuter plus en détail de votre activité et de la façon dont vous pouvez offrir des expériences précieuses à vos clients.



