
Les 5 bonnes pratiques à adopter pour le lancement de votre portail de médias

Lancer un nouvel outil dans une entreprise n'est jamais chose facile. Les principaux obstacles sont souvent le fait des collaborateurs eux-mêmes, qui vont naturellement se méfier d'un changement en profondeur dans leurs habitudes de travail. Alors, pour réussir le lancement de votre solution de DAM, inspirez-vous de ces 5 bonnes pratiques : elles vous aideront à préparer le terrain et, au-delà de la mise en route, à recueillir les usages les plus pertinents en vue d'optimiser votre Digital Asset Management.

1. Cherchez du soutien auprès de votre direction

Pour implémenter votre [médiathèque](#) et lancer votre [solution](#) de Digital Asset Management dans les meilleures conditions, vous aurez besoin du soutien de votre direction. C'est d'autant plus vrai qu'il s'agit d'un outil nouveau, inconnu de vos collaborateurs, et dont la pertinence reste à démontrer à leurs yeux. De fait, même les entreprises qui basent leurs activités sur l'innovation perpétuelle peuvent rechigner à adopter des solutions en interne dont elles ne maîtrisent pas parfaitement les tenants et aboutissants. Le fait d'obtenir le soutien inconditionnel de votre direction sur ce point enverra un signal positif aux collaborateurs. Pour cela, démontrez aux membres de votre direction la valeur ajoutée de l'outil et le retour sur investissement ([ROI](#)) que vous en obtiendrez.

2. Préparez un plan marketing pour faire la promotion de votre solution de DAM

Puisque vous mettez en place des plans de communication et de marketing pour vendre les produits/services de votre organisations, pourquoi ne pas procéder de même pour votre solution de gestion des actifs numériques ? Si vous souhaitez que vos collaborateurs adoptent ce nouvel outil, vous devez apprendre à leur vendre ses mérites et leur montrer que leur quotidien en sera nettement amélioré. Pour cela, considérez vos utilisateurs comme des clients potentiels et lancez des actions marketing pour attirer leur attention, en cherchant à répondre à leurs problématiques précises.

3. Mettez en avant les avantages de l'outil

C'est la suite logique de la bonne pratique précédente : pour vendre votre plateforme DAM aux utilisateurs, il vous faut mettre en avant ses qualités et les bienfaits qu'elle va apporter à la gestion quotidienne des ressources numériques de l'entreprise. Commencez par vous appuyer sur la liste des [avantages du Digital Asset Management](#). Et n'hésitez pas à demander à votre prestataire de DAM qu'il vous communique un ou plusieurs cas clients : à travers les mots simples d'utilisateurs satisfaits, vos collaborateurs pourront se faire une meilleure idée des bénéfices à en tirer – ce qui pourrait bien convaincre jusqu'aux plus sceptiques. Favorisez l'interaction : organisez une [démonstration](#) détaillée par votre partenaire de Digital Asset Management afin d'apporter des réponses concrètes aux questionnements de vos collaborateurs.

4. Organisez le lancement de votre outil de Digital Asset Management en deux

étapes

Pour un lancement tout en douceur de votre portail de médias, privilégiez une méthode à deux vitesses. Dans un premier temps, faites participer un groupe restreint de collaborateurs qui serviront de testeurs (« *key users* »). Confiez-leur la prise en main de l'outil et demandez-leur des rapports réguliers à tous les niveaux : ergonomie, qualité technique, taux de réponse aux problématiques posées, corrections et améliorations possibles, etc. Enfin, évaluez leur niveau de satisfaction. Ces données vous permettront, dans un second temps, d'organiser le lancement véritable du système de Digital Asset Management avec toutes les chances de contenter un maximum d'utilisateurs. En outre, vous pouvez encourager les *key users* à devenir des ambassadeurs du nouvel outil auprès de leurs collègues !

5. Prévoyez un temps d'adaptation avec formations et feedbacks

Au sein de votre entreprise, tout le monde n'a pas le même niveau d'éducation digitale. Or, l'ADN du Digital Asset Management réside dans l'aspect collaboratif de la gestion des actifs numériques – ce qui implique de mettre *Baby Boomers* et *Millennials* sur un pied d'égalité face à votre solution de DAM. Dans ce but, organisez en amont, avec votre prestataire, des séances de formation adaptées aux besoins de chaque groupe d'utilisateurs, et demandez-leur de vous faire régulièrement des feedbacks. De plus, mettez en place une plateforme dédiée sur laquelle les utilisateurs pourront trouver des guides et des tutoriels en fonction de leur courbe de progression. Et servez-vous-en pour recueillir leurs impressions en continu, même lorsqu'ils seront pleinement habitués à l'outil. Cela permettra d'enrichir votre médiathèque, [vidéothèque](#) ou [brandcenter](#) avec de nouvelles fonctionnalités selon les usages et les évolutions technologiques.

Le lancement d'une solution de DAM se prépare avec soin : pour ne pas brusquer les utilisateurs ; et pour leur laisser le temps d'intégrer les avantages du Digital Asset Management pour la gestion des ressources numériques de l'entreprise. Ces 5 pratiques vous aideront à créer les conditions optimales pour une mise en route réussie !