

yes
l'inc
Nude

nude®

DR
NUDE

« Nous avons pleinement profité de cette période pour affiner la communication de notre agence, créer des campagnes qui diffusent de la positivité, cimenter les relations en interne et en externe, mais surtout, nous avons défini de nouvelles stratégies et initiatives commerciales pour élargir notre offre créative, investir davantage dans les médias sociaux et le commerce électronique, adopter des modèles de travail plus agiles et collaboratifs. »

L'ADVERSITÉ **STIMULE** LA CREATIVITÉ



INTERVIEW

TRISTA YANG

General Manager
NUDE

Quelles leçons avez-vous tirées de la période ?

L'anticipation ainsi que les relations humaines et la communication ont été cruciales au cours de cette période difficile. Le confinement vécu cette année a été inattendu et éprouvant pour la majorité des individus et des entreprises ; en tant qu'agence, nous devons nous focaliser sur la place qu'occupe les individus, que ce soit relatif à nos employés ou à nos clients et partenaires. Heureusement, depuis début 2020, nous sommes entièrement équipés pour travailler à distance. Nous avons anticipé une détérioration de la situation et avons ainsi conseillé à nos employés de travailler à domicile dès mi-mars afin de minimiser les risques. Tout en maintenant des horaires de travail similaires, nous avons offert une certaine flexibilité à nos employés ainsi qu'organisé chaque semaine des séances digitales de « prise de nouvelles » à l'occasion de petits déjeuners et déjeuners

afin de fédérer et motiver nos employés. Également, nous nous sommes engagés et avons renforcé notre communication avec nos clients et partenaires en instaurant un climat de confiance pour répondre à leurs besoins commerciaux et, en outre, établir un lien à un niveau plus personnel.

Quel a été l'impact sur votre entreprise et, plus généralement, dans votre secteur d'activité ?

Une grande partie des marques avec lesquelles nous travaillons font partie du secteur des produits de grande consommation. Bien que certaines catégories soient moins touchées que d'autres, nous avons remarqué que beaucoup de nos clients ont été impacté au début du confinement et ont perdu confiance dans l'organisation de leurs projets, conduisant ainsi à des retards voire reports complets. D'autres clients ont réduit leurs budgets ou se sont engagés dans de



DR

« Certains clients ont réduit leurs budgets, quelques-uns se sont engagés dans de nouveaux projets, il était très difficile de faire des prévisions à ce moment-là, le ralentissement a inévitablement provoqué un manque de confiance à court terme. Cependant, avec un portefeuille de clients et de projets assez diversifié, nous avons réussi à rester prudemment optimistes, et comme les choses reviennent progressivement à la normale, nous commençons à voir davantage de plans et d'actions de la part de nos clients. »

nouvelles initiatives. Il a été très difficile d'établir des prévisions au cours de cette période, le ralentissement général de l'activité ayant inévitablement provoqué un manque de confiance à court terme. Cependant, grâce à un portefeuille de clients et des projets diversifiés, nous avons réussi à rester optimistes. Maintenant que la situation s'améliore progressivement, nous commençons à observer le retour de précédents projets ou le démarrage de nouveaux.

Cette période a également apporté de nouvelles opportunités. Quelles ont-elles été pour votre entreprise/équipe ?

L'adversité stimule la créativité. En tant qu'agence de création, cette expérience a mêlé douceur et amertume. Nous en avons donc profité pour affiner la communication de notre agence, créer des campagnes véhiculant un certain optimisme et cimenter les relations en interne et en externe. Mais surtout, nous avons défini de nouvelles stratégies et initiatives commerciales afin d'élargir notre offre créative, investir davantage dans les médias sociaux et le e-commerce et adopter des modèles de travail plus agiles et collaboratifs. Tout cela a globalement permis de présenter des approches plus disruptives et innovantes à nos clients et de nous ouvrir de nouvelles opportunités.

Quelles sont les perspectives de développement de votre entreprise en Chine ?

Avec l'impact de la Covid-19, il y a déjà eu des changements majeurs dans les comportements et les préférences des consommateurs. Nous avons pu voir des marques, surtout les plus jeunes, profiter de ce moment pour pivoter et innover. Nous nous engageons à travailler avec des marques qui sont audacieuses et prêtes à oser. Nous souhaitons continuer à les assister et à renforcer les fondements de leur image de marque tout en créant des produits plus innovants. À l'avenir, l'un des domaines sur lesquels nous nous concentrerons sera la conception d'expériences de consommation pour les marques, notamment en créant des emballages plus connectés et/ou interactifs, ainsi qu'en réduisant le fossé entre la communication en ligne et hors ligne par le biais de créations pertinentes et cohérentes.

Propos recueillis par P. TI



逆境激发创造力



采访

杨漪

NUDE总经理

您从这一时期吸取到了什么教训？

预测风险和管理人际关系及沟通无疑是渡过困难时期的关键所在。

疫情导致的居家隔离是大多数人和企业意想不到的，对于他们来说也是一段艰难时期。作为一家创意代理机构，对待员工、客户以及合作伙伴，我们需要以人为本。幸运的是，自2020年初以来，我们已完全具备远程工作的能力。在3月中旬疫情之初，我们就已预测情况可能会变得更糟，并建议

« 我们充分利用这段时间细化沟通，设计传递正能量的活动，加强了对内与对外的传播。但最重要的是，我们确定了新的业务战略和举措以拓宽我们创意服务的形式，在社交媒体和电子商务方面投入更多的精力；采用更加灵活，和协作式的工作模式... »

« 一些客户减少了预算，少数客户加入了新项目，我们当时很难进行预判，增长放缓不可避免地造成了短期的信心缺失。庆幸的是，我们面对相当多样化的客户行业和项目，我们依然选择保持谨慎的乐观态度，随着生活逐渐恢复到新常态，我们也开始看到一部分客户有了新的计划和行动。»

员工居家办公，提前做好准备，以此最低化风险。
居家办公期间，我们保持与在办公室相似的工作时间，也为员工提供了一定的灵活性，通过每周早餐或午餐时轻松的视频会议来团结和激励员工。我们与客户和合作伙伴也更为频繁的沟通，建立信任以支持他们的业务需求，在一定层面上，是更深层的建立起人与人之间的关系。

疫情对公司以及整个行业产生了怎样影响？

我们与很多快销品牌合作，虽然有些品牌受到的影响比其他品牌少，但我们注意到很多客户在疫情之初就受到影响，无法集中精力，从而对整个项目失去信心，导致项目推迟。一些客户减少了预算，少数客户加入了新项目，我们当时很难进行预判，增长放缓不可避免地造成了短期的信心缺失。庆幸的是，我们面对相当多样化的客户行业和项目，我们依然选择保持谨慎的乐观态度，随着生活逐渐恢复到新常态，我们也开始看到一部分客户有了新的计划和行动。

这段时期也带来了新机遇。这对您的公司/团队有什么作用？

逆境能激发创造力。作为一家创意机构，这是一段苦乐参半的经历。我们充分利用这段时间细化沟通，设计传递正能量的活动，加强了对内与对外的传播。但最重要的是，我们确定了新的业务战略和举措以拓宽我们创意服务的形式，在社交媒体和电子商务方面投入更多的精力；采用更加灵活，和协作式的工作模式，这让我们能够向客户提供更多创新和创意方案，从而也为我们开拓新机遇。

贵公司在中国的发展前景如何？

受新冠疫情影响，消费者的行为和偏好已经发生了重大改变，我们已经发现一些品牌，尤其是一些新生品牌，正是利用了这一时机进行了转型和创新。我们致力于与那些有魄力、准备掀起浪潮的品牌合作，帮助他们强化品牌根基，提升品牌形象，创造更为创新的产品。在未来，我们会投入更多的精力在互联、互动性包装上，为品牌创造更完美的消费体验；打造更相关、一致的产品形象，来弥合线上和线下品牌传播之间的差距。

采访人：P. TI