مستقبل التعاون الإبداعي
The Drum
Adobe

المحتويات

المقدمة	01
المنهجية	03
النتائج الرئيسية	04
أسباب تجعل التعاون الإبداعي هو المستقبل	06
تحقيق النتائج	08
تحقيق المزيد بأقل الموارد	10
أسباب تردد بعض مسؤولي التسويق في استخدام الأدوات التعاونيه	12
تجاوز هذة المخاوف والتطلع إلى المستقبل	14
الخاتمة	16

المقدمة

التعاون الإبداعي النظام العالمي الجديد

النظام العالمي الجديد هو النظام الذي لا يتم فيه ضغط الإبداع والابتكار ليتلاءم ضمن جدران المكاتب، بل يكونان جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية. حيث يجب أن تلاحظ تواجدهما في كل مكان أنت فيه ووقتما ترغب في العمل ويظهران لدى أي شخص ترغب في التعاون معه. وبفضل دعم التعاون الإبداعي هذا للأعمال الروتينية اليومية لأغلب المبدعين، فقد تفترض أن التكنولوجيا هي مصدر النظام الأساسي الشائع لتنفيذ هذا. على الرغم من توفر القدرات اللازمة لتنفيذ هذا في التكنولوجيا، هناك دليل على عدم تأكيد هذا. وهذا على نطاق واسع بشكل كافٍ. حيث لا يتجاوز من يستخدم أدوات التعاون الإبداعي في المجال الإبداعي والتكنولوجيا في أعمالهم 36%، بينما يقر 23% بأنهم لا يشعرون بتوفر معلومات كافية لاتخاذ قرار حيال الأدوات المناسبة لهم. وهذا يعني أنه يتعين بذل مزيد من الجهد لضمان إمكانية عثور مسؤولي التسويق على المساحة والأدوات والثقافة اللازمة لإنشاء بيئة تكنولوجية تعاونية فعلاً في مساحة العمل.

ويعتبر هذا البحث، الذي تم إجراؤه بالتعاون مع The Drum، قفزة كبيرة إلى الأمام لتحقيق هذا. فهو يساعدنا على اكتساب رؤى حيال الأدوات التعاونية الإبداعية المستخدمة على نطاق واسع اليوم، هذا بالإضافة إلى أن نُدرك العقبات في طريق التنفيذ وكيف يمكننا ضمان استخدامها بفعالية أكبر.

في Adobe، نُدرك أن الوقت قد حان لاكتشاف التحديات والفرص التي تحيط بالتعاون الإبداعي بسبب العوامل التالية:

1 إن الوتيرة السريعة للتكنولوجيا تعمل على توسع نطاق الاتصال. وبالتالي، يعمل هذا على دعم استهلاك المحتوى حيث يتعامل المستخدمون مع ما يحبونه على أجهزة أكثر من ذي قبل.

2 انتشرت أهمية التعاون في أغلب مساحات العمل، مع ظهور تأثير متبادل بين الأقسام المختلفة. وهذا يعني أنه يتعين على مسؤولي التسويق التخلي عن الفردية والعمل بشكل أفضل كأعضاء فريق.

3 تحتاج الأعمال إلى إنشاء محتوى أكثر من ذي قبل ويتعين عليها العثور على طريقة للحفاظ على مورد متسق. وهذا يعني أن توفر الإبداع في جوهرها أمر أساسي لمواكبة وتيرة التغيير.

المنهجية

عقدت Adobe شراكة مع The Drum بهدف الولوج إلى مستقبل التعاون الإبداعي ومراجعة الأدوات والتقنيات المستخدمة لتعزيز العملية الإبداعية.

شمل التقرير إجراء استبيان لأكثر من 166 مبدعًا مسؤولاً. خلال الصفحات القادمة، سنناقش أهمية تلك الأدوات التعاونية الإبداعية والاتجاهات حول استخدامها والتأثير المحتمل للذكاء الاصطناعي على رحلة الإبداع.

النتائج الرئيسية:

%16
ممن شملهم الاستبيان أشاروا إلى أن الزيادة في الكفاءة والإنتاجية هي أهم مزايا استخدام أدوات التعاون الإبداعي.

وبالرغم من أن أغلب المبدعين الذين شملهم الاستبيان يدركون بوضوح أن أدوات التعاون الإبداعي تهدف إلى تحسين المحتوى الإبداعي الذي يقدمونه، كان هناك غيرهم قد أشاروا إلى استخدامهم لبرامج مجانية أو مدعومة.

بينما أقر جزء كبير، بصورة تدعو إلى القلق،

%52
بعدم استخدامهم لأي من هذه الأدوات على الإطلاق.

على الرغم من أن المبدعين الذين شملهم الاستبيان كانوا على دراية بأهمية أدوات التعاون الإبداعي والتقنية الجديدة في تحسين المحتوى الذي يقدمونه، أشار

%36
منهم فقط إلى أنهم يستخدمونها حاليًا كثيرًا في أعمالهم.

أقرت نسبة قليلة ممن شملهم الاستبيان بترددهم حيال استخدام أدوات التعاون الإبداعي.

%14
رقتفت اهنأ ىلإ اوراشأ رعاشملا ىلإ

%8
ساورتهم المخاوف أنها قد تحل محل مسؤوليات الوظيفة الإبداعية وتكون سببًا في خروج العاملين من سوق العمل.

%25 أشار إلى أن استخدامها قد منح مصممي المستقبل لديهم مزيدًا من الوقت للتركيز على إنتاج محتوى أفضل و

%31 أشار إلى أنها زادت من الإنتاجية الكلية و

%29 أشار إلى أنها ساهمت في جعل بيانات مساحة العمل أكثر فائدة مع تبسيط سير العمل و

%27 أشار إلى أنها منحتهم رؤية أوسع حيال التصميم، كما أشاروا إلى أنها قد منحتهم

%25 رؤى أعمق ساهمت في اتخاذ قرارات أفضل.

يوضح البحث الذي نقدمه أن من بين المبدعين الذين لجأوا إلى استخدام الأدوات التعاونية الإبداعية في أعمالهم، كانت هناك نتائج إيجابية مختلفة.

أسباب تجعل التعاون الإبداعي هو المستقبل

ربما كانت هناك حقبة من الزمن كان يتمحور فيها التسويق حول التميز الفردي أكثر منه حول جهود الفريق، لكن مع زيادة وتيرة التكنولوجيا، أصبح التعاون داخل مساحة العمل من الأولويات بشكل غير مسبوق. يوضح الاستبيان الذي نقدمه أن 42% من المسوقين يعتقدون أن المحتوى الإبداعي سيكون على درجة أكبر من الأهمية للمجال خلال الخمس سنوات التالية؛ حيث ستصبح القصة الثابتة التي تُظهر الإبداع مهارة أساسية للكثيرين في مؤسستك.

ومن العوامل الأساسية لنشر مثل هذا النوع من إبداع مساحة العمل هو رواج التكنولوجيا التي تعزز التعاون. حيث تتيح برامج مثل Adobe Creative Cloud وSlack وFigma، على وجه الخصوص، للفِرق بالعمل بسلاسة بغض النظر عن موقعهم الجغرافي. وهذا يعني أنه يمكنهم التزامن مع المشروعات والحملات الإعلانية حسب الحاجة. من خلال إمكانية العمل بشكل متزامن في مكان واحد، يستطيع الإبداع التعليق والعمل بشكل فوري، مما يتيح سرعة الاستجابة للمشروعات. كما يتم من خلال هذه الأدوات تخزين كل المحتوى والمراسلات في مكان واحد، مما ييسر الإحالة إلى المحادثات السابقة، بالإضافة إلى مشاركة التقارير والملاحظات. وتعتبر أكبر فائدة

هو عمل هذه الأدوات في الخلفية، مما يسمح للفِرق بمتابعة تطوير الإبداع عبر تحسين عملية التواصل.

شمل الاستبيان 166 مبدعًا مسؤولات لمراجعة الطريقة التي يمكن من خلالها الاستفادة من أدوات التعاون الإبداعي، مع فهم سبب عزوف بعض الشركات عن استخدام هذه التقنيات الجديدة في مساحات العمل. طُلب منهم أيضًا افتراض شكل مستقبل التعاون الإبداعي - وعمليات الإبداع. من بين المسؤولين التنفيذين الذين شملهم الاستبيان، أشار ستة من عشرة منهم إلى أنهم على دراية بأن هذه الأدوات تسمح لفِرقهم بالعمل بفعالية أكبر. من الواضح أنه مع توفر مسار التواصل المفتوح هذا، يستطيع المبدعون العمل بوتيرة أسرع، حيث لا يكون تركيزهم منصبًا على كيفية تسليم المشروع، بل يكون منصبًا على التطوير بدلاً من هذا.

أدرك المبدعون النتائج التي يمكن تحقيقها بفضل استخدام أدوات التعاون الإبداعي، حيث يعتقد 11.7% أن استخدامهم قد ساهم في إنتاج الشركات لمحتوى أفضل. واعتقد أقل من 9.2% بقليل أنها دعمت التواصل بين أعضاء الفريق. كما أدرك آخرون أيضًا أن هذه الأدوات من شأنها توفير منهج أكثر تعاونية. شعر 8.6% من المستجيبين أنهم قد عملوا بشكل أكثر إبداعية عند استخدام الأدوات الإبداعية، بينما أحب 7.4% من المبدعين استخدام الأدوات حيث شعروا أنهم "بين عائلاتهم" وذلك بفضل الوظائف التي تسمح لأعضاء الفريق بالتواصل بحرية.

تحقيق النتائج

تتضمن بعض الأدوات الأكثر شيوعًا في VCCP، على سبيل المثال، مكتبات مشتركة في Photoshop وAfter Effects وIllustrator. ويقول مايك شو، مدير التصميم في VCCP "تسمح لنا الأدوات بمشاركة عناصرنا الأساسية على مستوى العالم عبر استوديوهات مختلفة [وتساعدنا على] الحفاظ على هوية العلامة التجارية المتسقة؛ مما يتيح إمكانية القضاء بفعالية على الحاجة إلى السؤال عما إذا كنا نستخدم الشعار / الخط / لوحة الألوان المناسبة لجميع المصممين لدينا" ويضيف "من بين المزايا الأساسية أنه عند تغير شعار ما، يمكننا تحديثه على الفور عبر كل محطات العمل عبر تغيير الأصل في المكتبة فحسب."

لكن من الواضح، مع وضع الثقافة جانبًا، أن المستجيبين أدركوا أيضًا إمكانات المبيعات المتوفرة في أدوات التعاون الإبداعي: قال 12.9% من المشاركين في الاستطلاع أنهم يعتقدون أن استخدام هذه الأدوات قد يُسهم في نمو أعمالهم، حيث يعتقد 4.3% أن العملاء كانوا أكثر ارتياحًا بعد استخدامها، ورأى 4.3% آخرون أن هناك اتساقًا أفضل بشكل عام في العمل المنتج.

لا تسمح البرامج باتصال المكاتب دوليًا حتى يمكنها مشاركة الأفكار والأصول بسلاسة فحسب، بل توفر إمكانية تنظيم المشروع بشكل أفضل حيث تعمل على تيسير العملية بشكل أكبر. يقول المدير الفني في Unit9، كارول جوريزني "تعمل أدوات التعاون الإبداعي على تقليل المسافة بين الأشخاص، ذلك لأنها تعمل على إزالتها تمامًا. الأمر يشبه اجتماع جميع أعضاء الفريق في نفس الغرفة على الرغم من تواجد كل منهم في منطقة مختلفة. تجمع أدوات التعاون الإبداعي بين سرعة الإنشاء بشكل مستقل وفوائد العمل معًا."

يضيف جون بانكروفت، المدير الإبداعي المساعد في مركز VCCP: "التعاون الإبداعي هو ما يربطنا ببعض. فهو العنصر الأساسي للعمل الذي يأخذ أحد الأفكار ويحولها إلى عمل فعلي مناسب. وبدون التعاون، لا نعمل
كشركة، حيث تساعدنا عملية التفكير الجماعي حول الإبداع والإنتاج على تنفيذ المهام بأعلى المعايير حيث يعلم كل عضو في العملية النتيجة المتوقعة من زملائه ويمكنه التركيز على الجزء المنوط به في العملية ويساعد في إلهام الباقين لدعم الفكرة. فهو يسمح لنا بالعمل بمرونة أكبر".

كما تعمل أدوات التعاون الإبداعي على الإسراع من وتيرة عملية الاعتماد. فمن خلالها يستطيع المبدعون مشاركة وظائف متعددة مع العملاء، مثل تصميمات البريد الإلكتروني عبر Adobe XD كما هو الحال في VCCP، و
انتظار ملاحظاتهم أو الموافقات، قبل إرسالها إلى فرق التطوير في الخارج الذين يمكنهم استخدامها كنقطة مرجعية أو قالب للتصميم. توفر الأدوات مزامنة أكبر وتتيح للفِرق إمكانية متابعة العمل على المشروعات دون الحاجة إلى التوقف.

"التعاون الإبداعي هو ما يربطنا ببعض.

"التعاون الإبداعي هو الغراء الذي يجعلنا متماسكين معًا.

تحقيق المزيد بأقل الموارد

نظرًا لتزايد انتشار الإبداع والتعاون، وكذلك تزايد الحاجة لتوفر المحتوى بشكل ملحوظ. ستقع العديد من فِرق التسويق تحت ضغط زيادة إنتاجيتها وعملها، وذلك وفقًا للميزانيات والأوقات التي كانوا يعملون بناءً عليها من قبل. سيتعين عليهم في الأساس تحقيق المزيد بأقل الموارد ونفسها. يجعل هذا العمل مع المتعاونين وأصحاب المصالح عن قُرب أمرًا حتميًا وكذلك استخدام التقنية للمساعدة خلال هذه الرحلة لا يمكن تجنبه إذا كنت بحاجة إلى زيادة الإنتاجية. وتتجلى الحاجة لتطبيق هذه العقلية بوضوح في بياناتنا.

أعرب واحد من كل ثلاثة مجيبين عن اعتقاده بأن أدوات التعاون هذه ستعزز إنتاجية الفرق الإبداعية، ورأى 28% أنها ستبسط تدفقات العمل. وعلاوة على ذلك، يعتقد 29% من المبدعين أن تطور الأدوات سيزيد من استخدام البيانات ويساهم في الأعمال الإبداعية التي تحتاج إلى استخدام البيانات بشكل أكثر جدوى. وفي الوقت نفسه، يعتقد واحد من كل أربعة أنه سيتمكن المبدعون من استخراج رؤى أعمق من خلال هذه الأدوات وكذلك سيتمكنون من العمل على ما يحقق الأهداف أو -- بنفس القدر من الأهمية -- تحليل ما يعيق تحقيقها.

كان هناك جدل كبير حول مستقبل التعاون الإبداعي، وكيف يمكن أن يبدو وكيف يمكن أن يساعد في تخفيف ضغط المبدعين الذين يحتاجون إلى إنتاج المزيد والمزيد من العمل. في الحقيقة، لا أحد يعرف تمامًا حتى الآن. باعتراف الجميع، كانت هناك

> “أعرب واحد من كل ثلاثة مجيبين عن اعتقاده بأن أدوات التعاون هذه ستعزز إنتاجية

الفِرق الإبداعية

بعض الخوف والعداء حول الاستخدام الكامل للذكاء الاصطناعي والأدوات التي تساعد الرحلة الإبداعية. ومن الواضح أيضًا أنه لا يزال هناك سبيل لقبول هذه التقنيات واعتمادها بالكامل في المجال. ولكن إذا اعترف المبدعون بتأثير اعتماد التكنولوجيا، فلا تزال هناك حواجز تمنعهم من اعتمادها حقًا.

أسباب تردد بعض مسؤولي التسويق في استخدام الأدوات التعاونية

هذا أمر أوضحه البدعون الذين شاركوا في هذا التقرير. اعترف ما يصل إلى 52٪ من المشاركين بأنهم لا يستخدمون حاليًا أدوات التعاون الإبداعي والتكنولوجيا في أعمالهم، على الرغم من أن العديد منهم يدركون بوضوح الفوائد المحتملة. لذا، ما الذي يمنعهم من الاستثمار؟ تتوفر حاليًا العديد من أدوات التعاون الإبداعي - بدءًا من Adobe Creative Cloud و Microsoft Teams وSlack وFigma وinVision وGoogle Drive وحتى Spark AR Studio وغيرها الكثير - مما يجعل من الصعب على الشركات والمبدعين معرفة الأدوات المطلوب استخدامها.

عندما سُئل 16% من المشاركين عن وجود الكثير من الأدوات في السوق، أجابوا بنعم. في حين كشف 23% آخرون أنهم شعروا بأنهم لا يستطيعون اتخاذ قرار مستنير بشأن التكنولوجيا أو الأدوات الأنسب لهم استنادًا إلى المعلومات المتاحة. وقال حوالي 7% من المبدعين في الواقع
عكس ذلك تمامًا، مما يكشف عن حصولهم على أدوات جديدة في كثير من الأحيان في مكان العمل، مما يؤدي إلى نفس التأثير؛ ألا وهو أنه يتعذر على المبدعين اتخاذ القرار فيما يتعلق بالأدوات التي يمكنهم استخدامها لأعمالهم. ولعل الأمر الأكثر إثارة للقلق هو حقيقة أن 20% لا يزالون يعتقدون أن الأدوات التعاونية يصعب استخدامها، وهو أمر يثبت أن نشر فوائدها لا يزال بحاجة إلى تحسين.

ومع ذلك، يتفق المسوقون الذين تحدثنا إليهم أيضًا على أن الوعي بالتكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي سيتحسن خلال السنوات القادمة، مع ارتفاع التبني بشكل طبيعي. ويضيف جوريزني من Unit9 "تتغير الطريقة التي نتعاون بها بسبب التكنولوجيا والمنتجات الجديدة التي تساعدنا
في إدارة المشروع بوتيرة أسرع وإنتاجية أكبر. وفي المستقبل، ستصبح بعض العمليات تلقائية من خلال الذكاء الاصطناعي مما يمنحنا المزيد من الوقت والمساحة للعمل على المشروع نفسه."

ويؤكد جوريزني على تطور العلاقة بين التقنية والمبدع وهذا أمر ليس سيئًا على الإطلاق. ويضيف أيضًا: "سيلعب الواقع الافتراضي والواقع المعزز دورًا كبيرًا في عملية التعاون الإبداعي. وهما تقنيتان رائعتان يمكن من خلالها الجمع بين الأشخاص في غرفة افتراضية واحدة بهدف
المراجعة وتقديم الملاحظات حول نفس الموضوع وكذلك تنفيذ التكرار على المشروع الفعلي".

ويوافق بانكروفت على هذا. "سيساعد الذكاء الاصطناعي في تبسيط العملية وتيسير العمل على الأجزاء الكبيرة. وسوف تتحسن العملية أكثر وتزداد انسيابية وثقة كطريقة طبيعية للعمل معًا. ستساعد التكنولوجيا على بناء علاقات بين الفرق والتخصصات، مما يوفر لنا خيارات
وفرص أكبر لتحقيق أقصى استفادة من أي فكرة. ونعتقد أنك في نهاية المطاف ستتمكن من الجمع بين الأدوات التعاونية مع الذكاء الاصطناعي ومبادئ التصميم التأسيسي والتأكيد على الأفكار الاختبارية معًا والعمل بوتيرة أسرع. وبالتالي، تحسينها".

ويضيف المدير الإبداعي في Antoni، دامون آفا: "يمكن التقليل من البرامج تمامًا. إلا أنها الأداة التي تضفي على أفكارنا الحياة....
وفي النهاية، ما هو الفنان من دون قلم؟"

تجاوز هذه المخاوف والتطلع إلى المستقبل

من الممكن أن نُدرك وجود مخاوف تتعلق بالدور الذي لعبته هذه التقنيات في العملية الإبداعية. ورأى نحو 14% من المشاركين في الاستبيان أن التصميمات يمكن أن تتأثر؛ وأنها قد تفتقر إلى المشاعر والعاطفة إذا تم إنشاؤها من قِبل آلة. وعلى الجانب الآخر، أعرب 8% عن خشيتهم من أن تؤدي هذه الأدوات إلى سيطرة التكنولوجيا على معظم مسؤوليات الوظيفة الإبداعية. يقول جوريزني: "تساورني الشكوك حيال فكرة تصميم عمل فني من قِبل الذكاء الاصطناعي، وأعتقد أن ما يجعل الفن مميزًا هو المشاعر التي نملكها نحن البشر فقط، ولا توجد طريقة لتجنب هذا. ربما في المستقبل، سيكون الذكاء الاصطناعي قادرًا على اتخاذ القرارات بالطريقة نفسها التي نتخذها نحن البشر (باتباع مشاعرنا) لكن ذلك سيغير العالم بأسره وقد يخرج عن سيطرتنا".

ويقول بانكروفت "هناك أشكال متعددة للإبداع، مثل حل مشكلة التصميم أو التصميم الإبداعي ولكن هذا يستند إلى الأفكار أو التفكير الذي تم بالفعل أو تم تحديده مسبقًا أو بناءً على الخبرات. هل يمكنك أن تطلب من الذكاء الاصطناعي إنشاء شريط العلامة التجارية أو أرنب أزرق يحتفل تجارب مباشرة؟ لست على يقين بأنه بلغ هذه الدرجة من التفكير الحر بعد، حتى إذا بلغها، فإن هذا يثير المخاوف بداخلي حيال العرق البشري. لقد شاهدت فيلم المدمر..."

> "هناك أشكال متعددة للإبداع، مثل حل مشكلة التصميم أو التصميم الإبداعي ولكن هذا يستند إلى الأفكار أو التفكير الذي تم بالفعل أو تم تحديده مسبقًا أو بناءً على الخبرات.

الخاتمة

قد تؤدي التكنولوجيا إلى تغيير الطريقة التي كان يتبعها المبدعون قديمًا في تنفيذ أعمالهم، لكن ليس بالضرورة أن يكون هذا أمرًا سيئًا. في الواقع، لم يتمكن سوى 3.1٪ من الذين شملهم الاستطلاع من التفكير في فائدة واحدة لتنفيذ أدوات التعاون الإبداعية في أماكن عملهم. وذكر باقي من شملهم الاستطلاع جميع أنواع الأسباب التي دعت إلى اعتماد هذه الأصول في العملية الإبداعية؛ من تحسن الإنتاجية (16%) ونمو الأعمال (12.9%) وتحقيق نتائج أفضل (11.7%) واتصالات أفضل (9.2%) ومزيد من الأفكار (8.6%) والسعادة (7.4%) والاتساق (4.3%) ورضا العميل (4.3%) والتنوع (3.7%).

لا يزال ينتشر عدم الوضوح الذي يشوب كيفية مساعدة أدوات التعاون الإبداعي للأعمال، إلا أن موفري متجر الإبداع يعملون بكل جد لتناول مثل هذه المخاوف عن طريق نشر الوعي وتحسين الإمكانات. مع وجود العديد من المبدعين الذين يعملون على التقليل من المخاوف المتأصلة حيال تهديد التكنولوجيا لمهاراتهم الإبداعية، حيث يعتقدون أنه من غير المحتمل تطوير قوى كافية تحاكي الخيال البشري، يجب أن لا يكون لتلك الشكوك أولوية.

وبالتغاضي عن تلك المخاوف، يبدو أن الأطراف المستعدون للتجربة واستخدام أدوات جديدة هم فقط من سيحصدون الفوائد. لا يزال هناك بعض الغموض

الأدوات هي التي تجلب الأفكار إلى الحياة وتثري آفاقنا مع إمكانيات جديدة للتنفيذ

حول مدى الأهمية التي سيصبح عليها التصميم الإبداعي خلال السنوات القليلة المقبلة حيث رأى 42% من المشاركين أنه سيكون من المهم جدًا بالنسبة للشركات اعتماد هذه الأدوات، في حين توقع 43% أنه من غير المرجح أن تتغير نسبة الاستخدام.

بالنظر إلى معدل تطور التكنولوجيا والتعلم الآلي والتفكير في قدر بدء اعتماد الشركات والصناعات الأخرى عليهما، يبدو من السذاجة
عدم التفكير في التأثير الذي يمكن أن يكون لهذه الأدوات على تبسيط العمليات ومواكبة الطلب، دون التدخل في الإبداعية. بينما أنه ليس من اللازم نسيان الممارسات التقليدية تمامًا، يجب أن تكون الفرق الإبداعية والشركات مستعدة للتكيف والتطور مع المتغيرات، وتلتزم The Drum وAdobe بزيادة الوعي بتطور التكنولوجيا وأدوات التعاون حتى يستطيع المسوقون بلوغ أفضل مستوياتهم.

ويقول آفا من Antoni "الأدوات هي التي تجلب الأفكار إلى الحياة وتثري آفاقنا مع إمكانيات جديدة للتنفيذ، هذا هو المستقبل وعلينا قبوله".

Creative Cloud للفِرق

أكثر من 20 تطبيقًا لجميع مستويات المهارات. التطبيق الرائد في المجال للتصميم والويب والتصوير الفوتوغرافي والفيديو، بالإضافة إلى الخدمات المخصصة لمساعدة الجميع على التعاون بسهولة أكبر.

بفضل توفر الأدوات التعاونية في كل تطبيقات الإبداع، يكون من السهل تخزين الأصول ومشاركتها ومزامنتها بأمان، وإنشاء عمل رائع من أي مكان أنت فيه.

تعرّف على المزيد على الرابط **adobe.com/creativecloud/business/teams**

CREATIVE CLOUD FOR TEAMS

The Drum | Adobe