



**BRITVIC**

Juiste plaats, juiste tijd, juiste middel  
Britvic stimuleert wereldwijde groei en beschermt  
merkidentiteit met Bynder

 bynder

In 't kort

# Inhoudsopgave

Over Britvic	3
De uitdagingen voor Britvic	5
Effectief samenwerken tussen wereldwijde vestigingen	6
De transformatie met Bynder	7
Over Bynder	8



Britvic is een toonaangevende producent van frisdranken met een hoofdvestiging in het Verenigd Koninkrijk en groepsmaatschappijen over de hele wereld. Britvic's brede en voortdurend evoluerende portfolio van frisdrank, maakt ieders alledaagse momenten een stukje aangenamer.

## Succesverhaal

# Over Britvic

Britvic is actief in en exporteert naar meer dan 50 landen met 4.373 werknemers wereldwijd. De organisatie had de ambitie om wereldwijd uit te breiden en tegelijkertijd merkconsistentie te behouden, maar hiervoor waren duidelijk uiteengezette processen nodig met betrekking tot de creatie, opslag en het terugvinden van merk content. De uitdaging werd beschreven als een 'must-win battle' en was noodzakelijk om ervoor te zorgen dat Britvic's merken op het juiste moment op de juiste plaats verschijnen.

*"De implementatie van de beeldbank (asset library) heeft geleid tot meer efficiëntie binnen de organisatie en wordt op veel manieren gebruikt. Werknemers, distributeurs en leveranciers hebben bijvoorbeeld toegang tot het nieuwste marketingmateriaal om te zorgen voor consistentie in verschillende markten wereldwijd. Wanneer we nieuwe producten op de markt brengen, zijn we er nu van verzekerd dat onze klanten de nieuwste materialen beschikbaar hebben voor de promotie in hun winkels."*

Jonathan Ansell, Digital B2B Lead

*“Het aantal assets dat we creëren is enorm, dus enerzijds moeten we het proces zo efficiënt mogelijk managen en anderzijds ervan verzekerd zijn dat we een platform gebruiken dat ons eenvoudig content laat hergebruiken. Niet alleen voor verschillende merken, maar ook verschillende markten.”*

# De uitdagingen voor Britvic

Voorheen gebruikte Britvic vier verschillende systemen voor het managen van digitale bestanden. Naarmate de organisatie groeide, raakten de platforms al snel verouderd en ongeschikt voor de gestelde doelen.

Britvic wilde haar merken verder laten groeien, maar tegelijkertijd ook aan de constante vraag van het creëren van nieuwe content voldoen. Zonder een centraal platform was er echter geen duidelijk proces voor het hergebruiken van assets in verschillende kanalen en markten.

Deze inefficiënties werden pijnlijk duidelijk tijdens de samenwerking voor een groot jaarlijks sportevenement. Ondanks dat Britvic al jaren sponsor van het evenement was, betrapten ze zichzelf er op dat ze elke keer opnieuw dezelfde visuals moesten maken.

Om meer uit de marketing inspanningen te halen en men te stimuleren content te hergebruiken, was Britvic's hoofdzakelijke doel bij de zoektocht naar een DAM oplossing het centraliseren van alle digitale bestanden. Simpel gezegd waren ze op zoek naar een oplossing die mét hen kon groeien.



Oplossingsgericht te werk

# Effectief samenwerken tussen wereldwijde vestigingen

Nauwere samenwerking tussen Marketing, IT en Bynder zorgde voor een culturele verschuiving in verschillende geografische gebieden, wat een omwenteling teweeg bracht in de wijze waarop Britvic verschillende assets beheerde.

Om adoptie wereldwijd te garanderen wilde Britvic een zo gebruiksvriendelijk mogelijke oplossing. Het opzetten van een speciaal 'champion'-netwerk van DAM-voorstanders binnen het bedrijf was essentieel om het bewustzijn rondom de voordelen van Bynder te stimuleren en de oplossing in de processen rondom contentmanagement te verankeren.

Het eindresultaat: meer hergebruik van marketingmateriaal, betere samenwerking en meer efficiëntie.

## **Lokaliseren van marketingmateriaal:**

de teams van verschillende Britvic-merken hebben nu inzicht in elkaars creatieve activiteiten die worden uitgevoerd en bedrijfsmiddelen zijn toegankelijk vanaf één locatie voor alle markten en partners.

## **Gebruik van content in verschillende markten:**

consistent, up-to-date marketingmateriaal is eenvoudig toegankelijk voor regionale campagnes, acties, video's, point-of sale materiaal, barcodes, en packshots.

## **Samenbrengen van IT en Marketing:**

cross-departementale DAM-voorstanders zorgen ervoor dat Bynder goed zichtbaar is, correct wordt gebruikt en een fundamenteel onderdeel is geworden van het DNA van Britvic Marketing.

Een vleugje magie

## De transformatie met Bynder

De Britvic content hub is niet zomaar een opslag oplossing; het is een facilitator in het centraliseren van marketinginspanningen wereldwijd om ervoor te zorgen dat alle merken in Britvic's portfolio consistente merkcampagnes leveren.

Zonder miscommunicatie samenwerken op één centraal platform zorgt ervoor dat creativiteit op ieder moment door het merk stroomt, ongeacht tijd of locatie. Het Britvic team kan met zowel collega's als externe bureaus vanaf één plek, voor alle markten, samenwerken.

*“Naarmate we evolueren en groeien als bedrijf, zijn we ervan verzekerd dat Bynder met ons meegroeit. Dit betekent dat er geen 'off-brand' marketing materiaal wordt gepubliceerd en dat de merkidentiteit van Britvic altijd is beschermd wanneer er een verandering plaatsvindt.”*

830

Bynder gebruikers

15.7K

opgeslagen assets

1.1K

gemiddeld aantal logins



## Over Bynder

Bynder's Digital Asset Management oplossing is een manier voor marketing professionals om digitale content eenvoudig in de cloud te creëren en te beheren.

Kijk voor meer informatie op onze website [www.bynder.nl](http://www.bynder.nl).



A woman with blonde hair, wearing a light denim shirt, is smiling and looking towards a young girl with braids. They are sitting at a wooden table with various items including a purple bottle of Fruit Shoot, an orange bottle of Fruit Shoot, a glass of water, and salt and pepper shakers. The scene is set in a bright, indoor environment, possibly a cafe or a dining room. A semi-transparent Bynder logo is overlaid on the image.

 bynder

[www.bynder.nl](http://www.bynder.nl)