



de heus[™]

powering progress

Een wereldwijd toonaangevende diervoederleverancier
beschermt en promoot hun meer dan 100 jaar oude
merkgeschiedenis met Bynder gedurende explosieve groei

 bynder

In 't kort

Inhoudsopgave

Over De Heus	3
Wereldwijde groei stimuleren, zonder dat dit ten koste gaat van de merkidentiteit	5
Uitbreiding van het familiebedrijf: een internationale aangelegenheid	7
Pre-Bynder problemen	8
De transformatie met Bynder	9
Het mogelijk maken van wereldwijde marketing	11
Over Bynder	13



Succesverhaal

Over De Heus

Royal De Heus is een internationaal opererende onderneming met als kernactiviteit de productie en verkoop van hoogwaardige diervoeders.

Sinds de oprichting in 1911 en een hoofdkantoor in Nederland, is de onderneming van een klein regionaal bedrijf doorgroeid naar één van de grootste spelers in de Nederlandse mengvoederindustrie met 70 product faciliteiten in bijna 20 landen - ieder met hun eigen marketing- en sales operaties. Door de snelle uitbreiding van de organisatie heeft De Heus zich gepositioneerd als wereldwijde top-12 voerleverancier met meer dan 6000 mensen in dienst.

Bynder sprak met Evert Top, Global Communication & Marketing Specialist bij De Heus, over de ervaring van het bedrijf met Bynder.

“Door de snelle groei van ons bedrijf leek Bynder de perfecte oplossing om die broodnodige structuur toe te voegen aan niet alleen de manier waarop we assets opslaan, maar ook de manier waarop ze binnen het team worden gebruikt.”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

De kritieke behoefte van De Heus

Wereldwijde groei stimuleren, zonder dat dit ten koste gaat van de merkidentiteit

Met een groeiende wereldbevolking en de behoefte aan een hogere levensstandaard wereldwijd, heeft De Heus de afgelopen jaren een explosieve groei doorgemaakt om aan de behoeften van de toegenomen landbouwactiviteiten en voedselproductie te voldoen.

Groei op deze schaal stelt het wereldwijde marketing team en de lokale business units voor unieke uitdagingen. Hoe kan De Heus hun wereldwijde merkimago efficiënt beschermen, beheren en laten groeien en tegelijkertijd lokale teams aanmoedigen om samen te werken aan marketinginspanningen?

Schaalbaarheid gecombineerd met het behoud van een sterke, on-brand identiteit gedurende een wereldwijde uitbreiding van activiteiten was essentieel voor De Heus.



“Als bedrijf zijn we de afgelopen jaren internationaal heel snel gegroeid. Daarom is het voor ons van groot belang om ervoor te zorgen dat nieuwe business units zich houden aan onze lang gekoesterde merkvisie, waarden en cultuur.”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

Uitbreiding van het familiebedrijf: een internationale aangelegenheid

Sinds de oprichting meer dan 100 jaar geleden is het een prioriteit voor De Heus om de wortels als familiebedrijf te behouden, met dezelfde visie, waarden en cultuur die het bedrijf in staat stelde om een wereldwijde top-12 voerleverancier te worden met meer dan 6000 werknemers wereldwijd.

Toch heeft de toenemende internationale focus in het afgelopen decennium nieuwe uitdagingen gecreëerd voor het in Nederland gevestigde wereldwijde marketing team. Met zoveel nieuwe business units die de afgelopen jaren onder het merk De Heus zijn gekomen, is het voor de Nederlandse marketeers een uitdaging geworden om hen te voorzien van de nieuwste merk-materialen en er tegelijkertijd voor te zorgen dat De Heus' merkidentiteit consequent wordt gecommuniceerd - of dat nu in Servië of Zuid-Afrika is.

Van het gebruik van oude logo's tot herhaaldelijke verzoeken; er waren diverse uitdagingen die De Heus moest oplossen om ervoor te zorgen dat hun branding geschikt was voor de snelle wereldwijde groei die ze doormaakten.

Geïsoleerd en niet schaalbaar

Voordat De Heus met Bynder werkte, werden de marketing assets lokaal opgeslagen, waarbij veel lokale business units hun eigen methoden voor het beheer van bestanden hadden. Zonder centrale opslagmogelijkheden van hoge kwaliteit was het een uitdaging om met internationale collega's samen te werken.

Geen controle over intern gebruik

Met assets die wereldwijd worden gebruikt, maakte het gebrek aan een gecentraliseerd platform voor alle merk assets het lastig om na te gaan wie wat downloadde, en er was geen manier om de gebruiksrechten te controleren - een groot risico in een team van 6.000 medewerkers

Inefficiënte communicatie over-en-weer

Met marketinginspanningen die uit Nederland kwamen en geen centrale toegang tot assets, werd het Global Marketing team geconfronteerd met eindeloze e-mails en verzoeken voor nieuwe logo's en vragen over hoe deze moesten worden gebruikt. De productiviteit van het team ging verloren door herhaaldelijk handmatig werk.

Pre-Bynder problemen

Het Nederlandse marketingteam gebruikte eerder een fotografiebureau in een poging om een steeds groter aantal assets te centraliseren, maar naarmate ze hun bedrijf internationaal gingen uitbreiden, werd het al snel ongeschikt voor wereldwijd gebruik:

- Ze konden alleen beelden opslaan, dus er was geen manier om alle merk assets - zoals design templates, PDF's en videobestanden - op een plaats te centraliseren.
- Het onboarden van nieuwe business units was ongestructureerd en traag: er waren veel Skype-bijeenkomsten nodig, en zelfs toen al was het door het gebrek aan merkrichtlijnen voor het gebruik van assets onduidelijk hoe de lokalisatie werd uitgevoerd.

Simpel gezegd, hun oude systeem was niet geschikt voor wereldwijde groei. De behoefte aan een toekomstvaste oplossing voor merkbeheer die kon meegroeien met een uitbreidend team en een groeiend aantal assets, maakte van De Heus een perfecte match voor Bynder.

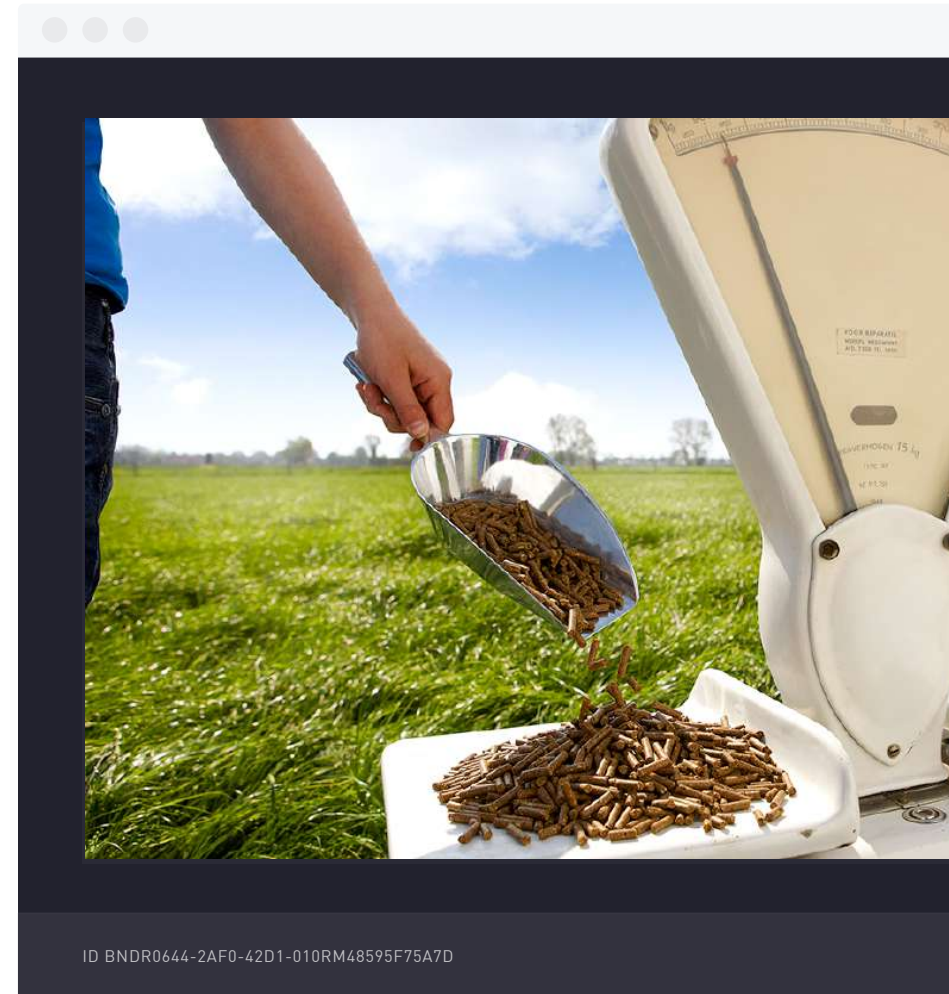


De transformatie met Bynder

Sinds de implementatie van Bynder heeft De Heus de gemoedsrust dat de samenwerking en het beheer van de assets op één plaats gecentraliseerd is, zodat alles altijd en overal on-brand is. Welke werkprocessen zijn er dus verbeterd?

Minder repetitieve verzoeken; meer doe-het-zelf

Voordat Bynder werd geïmplementeerd, werden de marketing assets lokaal opgeslagen, waarbij veel business units hun eigen methoden voor het beheer van bestanden gebruikten. Zonder centrale opslagmogelijkheden van hoge kwaliteit was het een echte uitdaging om met internationale collega's samen te werken.



ID BNDR0644-2AF0-42D1-010RM48595F75A7D

The screenshot displays a dark-themed interface for a digital asset. On the left is a large image of a computer monitor showing a green field under a blue sky. To the right of the image is a metadata panel with the following details:

- Title:** Casestudy image
- Description:** This photo can be used for case studies, press releases and posters.
- Date published:** 12 May 2017 11:03
- Date added:** 12 May 2017 10:59
- Added By:** John Smith
- Resolution:** 300 DPI
- Link to file:** (with a dropdown arrow)
- Tags:** A list of tags including 'cover photo', 'casestudy', 'Bynder', and 'photoshoot', each with a close icon.
- Add tags:** (with a text input field)

At the bottom left of the interface, it shows '155 Views' and '84 Downloads'. A 'Cancel' button is located at the bottom right of the metadata panel.

Duidelijke, gemakkelijk toegankelijke merkrichtlijnen

Assets worden geüpload door zowel het in Nederland gevestigde wereldwijde marketing team als hun lokale business units; de mogelijkheid om gebruiksrechten voor medewerkers aan te passen stelt De Heus in staat om de broodnodige controle te behouden over hoe hun merk assets worden gebruikt. Collega's in India kunnen bijvoorbeeld specifieke toegang krijgen tot alleen de content die relevant is voor hun markt. En met de merkrichtlijnen die rechtstreeks in Bynder beschikbaar zijn, weet iedereen hoe het merk op de juiste wijze gecommuniceerd kan worden.

Logisch zoeken

Tijdens de implementatie werd het team getoond hoe het een aangepaste taxonomie kon creëren voor hun exacte behoeften. Met de hulp van Bynder's Onboarding experts was De Heus in staat om het portaal zo te structureren dat alle afdelingen konden vinden wat ze nodig hadden, wanneer ze het nodig hadden - zonder het aan een collega te hoeven vragen.

Met inhoud die zo gemakkelijk toegankelijk is, vinden (en gebruiken) medewerkers assets waarvan ze niet wisten dat ze bestonden - een belangrijk doel dat De Heus had bij de implementatie van een DAM.

Het mogelijk maken van wereldwijde marketing

Het in Nederland gevestigde wereldwijde marketing team heeft de complexe taak om toezicht te houden op de merkactiviteiten voor de vele business units verspreid over de hele wereld. Dit wordt nog verder gecompliceerd door de verschillende wijzen waarop het merk moet worden gecommuniceerd.

De Analytics-functionaliteit van Bynder heeft het veel gemakkelijker gemaakt om het gebruik van assets binnen het bredere De Heus-team te analyseren door middel van duidelijke, data-driven inzichten rond het aantal asset views, uploads, downloads en gebruikerslogins.

Op die manier hebben ze de gegevens die ze nodig hebben om te begrijpen welke assets populair zijn en de gemoedsrust dat alleen de juiste mensen op het juiste moment toegang hebben tot de juiste bestanden.

4.8K

opgeslagen assets

79

actieve gebruikers

150

downloads per week

“Nu we Bynder gebruiken, besparen we tijd tussen afdelingen – van Product tot Sales – en kunnen we rechtstreeks vanuit één centraal platform samenwerken met externe partijen voor een betere coördinatie en uiteindelijk een betere merkbewaking.”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus



Over Bynder

Bynder is de snelst groeiende DAM-oplossing die een simpele oplossing biedt voor marketing professionals om hun digitale content in de cloud te beheren.

Kijk voor meer informatie op onze website www.bynder.nl.



www.bynder.nl