

Comment **AkzoNobel** utilise CX for Communities de Bynder pour donner vie à son nouveau branding **“Paint the Future”**



Résumé

Empowers high-profile partners like UNESCO and McLaren with tailored, on-brand content experiences.

Plus de 100 marques différentes prises en charge dans 150+ pays.

Plus de 15 000 utilisateurs dotés d'un accès en libre-service à des éléments de contenu et des messages de marque actualisés.

Improving operational efficiency through automation, saving an average of 90 minutes per content approval task and over 1,000 hours per month.



Contexte

AkzoNobel est un fournisseur leader mondial de peintures et de revêtements. L'entreprise regroupe des marques de renommée internationale comme Dulux, International, Sikkens et Interpon. Basée à Amsterdam et présente dans plus de 150 pays, la société emploie 32 000 collaborateurs engagés à façonner les surfaces et espaces de demain.

En 2024, AkzoNobel a dévoilé un tout nouveau branding à travers son programme "[**Paint the Future**](#)", qui vise à transformer le secteur à travers une innovation durable et collaborative. Conçue pour fédérer les publics internes et externes autour d'une identité plus visionnaire, la refonte de la marque a impliqué un remaniement complet des éléments de contenu, des messages de marque et des expériences de contenu.

Pour faire peau neuve, AkzoNobel a fait appel à la solution [Content Experiences for User Communities \(CXUC\)](#) de Bynder en vue de lancer et d'adapter à grande échelle la réactualisation de la marque auprès des équipes, partenaires et plateformes.

Besoins

Client Bynder depuis 2013, AkzoNobel utilise depuis longtemps la plateforme pour y regrouper tous ses éléments de contenu de marque et simplifier les opérations mondiales : **automatisation des processus, maintien de la cohérence de marque, accélération de la mise sur le marché – la liste des avantages est longue.** Avec une hiérarchie complexe composée de plus de 100 marques différentes, AkzoNobel avait besoin de Bynder pour assurer la coordination de sa refonte et un déploiement percutant et parfaitement fluide sur tous les marchés.

Personnalisée pour refléter les besoins et l'identité évolutifs de l'entreprise, la solution **CXUC a rempli le rôle de plateforme de marque en libre accès**, au service de chacune des phases de la réactualisation, à savoir : la mise à jour des assets, la communication en interne autour de la refonte et la création d'expériences de contenu omnicanales cohérentes via les partenaires et revendeurs.

Aujourd’hui, la plateforme Bynder déployée chez AkzoNobel est la porte d’entrée de sa nouvelle identité dynamique tournée vers l’avenir. Elle dote les utilisateurs, internes comme externes, des messages de marque et des fichiers dont ils ont besoin pour faire connaître le nouveau positionnement de marque d’AkzoNobel à grande échelle.

“Nous apprécions la facilité d'utilisation de l'outil : organiser et retrouver des fichiers est si simple. Le fait que nous puissions définir et personnaliser des métadonnées propres aux assets nous permet de retrouver rapidement ce dont nous avons besoin, d'assurer que tout reste en ordre et de veiller à ce que les besoins de la marque restent en ligne de mire.”

— Katrijne Vermeulen, Brand Operations Manager chez AkzoNobel

Solution

Après seulement cinq jours, AkzoNobel a pu utiliser le module CXUC de Bynder pour transformer en vitrine unique la page d'accueil Bynder du portail et y présenter toutes les ressources en lien avec le programme de refonte “Paint the Future” : nouvelles directives de marque, supports de campagne, modèles de contenu en libre-service, messages de marque clés, etc.

En confiant à l'équipe de marque la pleine gestion de la présentation, de la navigation et des contenus à la une, la solution **CXUC** a permis aux collaborateurs chez AkzoNobel ainsi que leurs partenaires d'offrir des expériences de contenu rafraîchissantes, pertinentes et toujours en phase avec l'image de la marque.

Des outils natifs comme Bynder Express simplifient le partage de fichiers auprès d'acteurs externes, tandis que le module [Studio](#) et les modèles personnalisés pour des campagnes saisonnières (Saint-Valentin, par exemple) permettent aux employés de créer rapidement des éléments de contenu omnicanal adaptés à tout un tas de cas d'usage différents.

L'outil [Asset Workflow](#) de Bynder a également permis de transformer le processus de validation des assets chez AkzoNobel. La création de chaque fichier suit un flux précis impliquant des responsabilités pour des rôles spécifiques, la mise en place d'échéances, et un contrôle des versions pour s'assurer du respect des normes de marque à tous les niveaux. Grâce à l'automatisation des processus et l'élimination des goulets d'étranglement, AkzoNobel parvient désormais à diffuser des contenus et des campagnes sur tous les canaux et sur chaque marché, en temps record et sans effort.

Un nouveau chapitre s'écrit : 15 000+ utilisateurs prêts à donner vie à la vision “Paint the Future”

Avec une présence internationale dans plus de 150 pays, le rebranding d'AkzoNobel devait nécessairement passer par une solution conçue pour les grandes entreprises et facile à faire adopter par des milliers d'utilisateurs (équipes internes comme collaborateurs externes), et ce, dès le premier jour de déploiement.

Point de départ de toute expérience de marque, Bynder permet à AkzoNobel d'amplifier l'impact opérationnel de son nouveau positionnement “Paint the future” et de tirer parti de toute une gamme d'avantages.

- ✓ Mobilisation de plus de 15000 utilisateurs et de partenaires VIP comme l'UNESCO et McLaren grâce à un accès en libre-service aux derniers éléments de contenu, messages de marque et directives.
- ✓ Une meilleure efficacité opérationnelle amenée par l'automatisation, réduisant de **90 minutes en moyenne le temps nécessaire pour valider une tâche en rapport avec la gestion de contenu**, soit plus de 1 000 heures par mois récupérées.
- ✓ Un meilleur engagement autour de la marque et une meilleure cohérence de cette dernière, à travers l'intégration de boîtes à outils de campagne, de collections basées sur les saisons, et des récits de marque. Le tout directement au sein du DAM, pour un accès et une diffusion faciles.
- ✓ Maintien d'une bonne gouvernance de marque avec la mise en place de droits d'accès bien définis, un contrôle des autorisations particulisé et des données de copyright pour chaque asset stocké sur la plateforme Bynder.

“Bynder permet d’automatiser nos processus et offre un système de référence unique pour l’ensemble des assets dont nous disposons pour gérer la marque. Au final, nos équipes collaborent avec une meilleure efficacité et gèrent nos diverses marques avec maîtrise et précision”

— Katelijne Vermeulen, Brand Operations Manager chez AkzoNobel

Perspectives d'avenir

Forte de son nouvel engagement en faveur de la durabilité, de l'innovation et de la collaboration, AkzoNobel continue de tirer parti de la solution Bynder pour incarner son programme "*Paint the Future*". À mesure que la refonte est communiquée à l'échelle mondiale, l'entreprise déploie le module CXUC de Bynder auprès d'un nombre croissant d'équipes et de points de contact.

Avec l'objectif de renforcer l'engagement et l'adoption en interne, AkzoNobel souhaite approfondir sa prise en main de [Bynder Analytics](#) pour mieux comprendre l'utilisation des assets sur les différents marchés, optimiser la performance des contenus et créer encore plus de valeur à partir des investissements de l'entreprise dans le contenu.





À propos de Bynder

Bynder va bien au-delà de la gestion des contenus multimédias. La plateforme de digital asset management assistée par l'IA permet aux équipes de maîtriser avec succès la demande croissante de contenu, une collaboration créative accrue et toujours plus de canaux de communication.

Bynder accompagne plus de 1,7 million d'utilisateurs dans plus de 4000 organisations, dont Spotify, Puma, Five Guys et Icelandair. Fondée en 2013, Bynder possède des bureaux dans huit pays, notamment aux Pays-Bas, aux États-Unis, en Espagne, au Royaume-Uni, en Australie et aux Émirats arabes unis.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur notre site www.bynder.com.