

DraftKings mise sur Bynder pour
renforcer sa cohérence de marque et
étendre ses expériences de contenu
en rapide développement



À PROPOS DE DRAFTKINGS



DraftKings est un fournisseur omnicanal de technologies de jeux et de paris sportifs qui soutient le divertissement basé sur le sport et le jeu proposé par des opérateurs de 17 pays.

De la NFL à la NBA, en passant par le circuit de golf PGA et les courses de NASCAR, les spécialistes des paris sportifs en ligne attendent l'esprit de compétition des fans de sports avec des produits relevant du Daily Fantasy, des jeux réglementés et des médias numériques.

Fondation : 2012

Siège social : Boston, États-Unis



L'essentiel

Contexte : En tant que leader mondial des Daily Fantasy Sports dans un secteur en pleine croissance, DraftKings s'appuie sur une approche dynamique du marketing omnicanal pour séduire une communauté de fervents passionnés de sport du monde entier, en particulier sur les terminaux mobiles. Ses services couvrent également les paris sportifs, les jeux en ligne et le marché des NFT, avec des partenariats avec les institutions sportives les plus emblématiques.

Défi : Alors que DraftKings cherchait à se développer, la gestion des ressources numériques sur Google Drive devenait de plus en plus chaotique et inadaptée pour la recherche. En outre, l'entreprise n'était tout simplement pas en mesure de contrôler convenablement qui accédait et utilisait les précieuses ressources de la marque. En raison du grand nombre de canaux et de partenaires différents qu'impliquait sa stratégie numérique, elle avait également besoin de pouvoir centraliser et communiquer plus efficacement les lignes directrices de la marque DraftKings.

Solution : La suite de DAM de Bynder et son module intégré **Brand Guidelines** ont permis de regrouper sur une source de données unique l'éventail varié de ressources marketing finalisées de DraftKings, identifiées par des métadonnées pertinentes assurant une recherche simple et rapide. Avec la personnalisation des droits d'accès aux fichiers des utilisateurs, l'entreprise a un parfait contrôle de la façon dont les ressources sensibles de la marque sont consultées et utilisées. Par ailleurs, Brand Guidelines s'est révélé extrêmement utile pour centraliser l'identité de la marque, en la rendant facile à communiquer aux parties prenantes aussi bien internes qu'externes et en offrant des expériences de contenu cohérentes sur tous les canaux.

989⁺

ressources

89 877⁺

utilisateurs

1 000^{GB}

de stockage

À propos de DraftKings

DraftKings, le seul opérateur de paris sportifs intégré verticalement basé aux États-Unis, estime que l'on vit plus intensément les choses lorsque des intérêts sont en jeu. C'est pourquoi l'entreprise s'attache à développer de manière responsable les jeux et les expériences les plus populaires au monde.



Contexte

Quand votre stratégie marketing repose sur la diffusion de publicités au casting prestigieux pendant le Superbowl, des annonces numériques extrêmement personnalisées et des partenariats avec les plus grandes marques de sport, il est essentiel de pouvoir compter sur des opérations de contenu efficaces, en particulier lorsque vous misez essentiellement sur une production en interne.

En tant que leader d'un secteur en plein essor, DraftKings connaissait une croissance rapide. De toute évidence, il était important de veiller à ce que son approche omnicanale soit associée à une identité de marque cohérente, d'autant plus qu'elle collabore souvent avec un réseau divers de partenaires sportifs mondialement connus pour assurer sa promotion.

Alors qu'elle cherchait à se développer, elle avait besoin d'un système d'enregistrement unique pour ses ressources de marque finalisées, et ce pour tous les canaux, ainsi que pour son identité de marque dynamique. Il s'agissait pour elle de simplifier la repérabilité des ressources, d'améliorer la gouvernance de la marque et de disposer d'un moyen pratique pour partager les dernières lignes directrices de la marque, aussi bien en interne qu'en externe.



Ces dernières années, notre entreprise s'est développée très rapidement, de même que le volume de travail que nous produisons. Outre une meilleure organisation, nous avons besoin de renforcer la sécurité de nos ressources créatives. Nous ne voulions pas prendre le risque que des personnes créent elles-mêmes du contenu « de marque » ou communiquent sur notre marque de façon inadaptée. L'élimination de ce risque a été l'un des principaux moteurs de ce changement. »

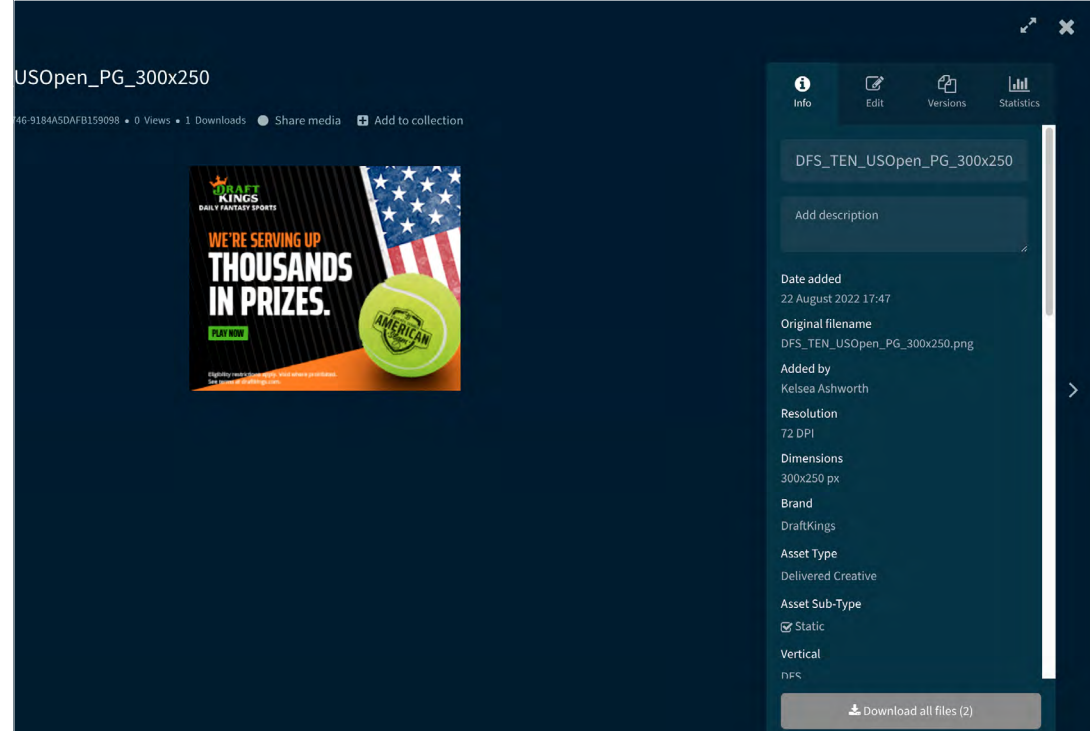
Sarah Juselius

Directrice principale des opérations créatives

Défis précédents

Avant Bynder, DraftKings utilisait Google Drive pour stocker et partager ses ressources numériques. Il n'y avait aucune méthode cohérente d'organisation des fichiers, des ressources clés étaient donc régulièrement perdues, supprimées ou déplacées et il était difficile de retrouver quoi que ce soit sans disposer d'un lien direct.

Face à l'augmentation de ses opérations de marque, DraftKings recherchait une source de données unique qui lui garantirait davantage de sécurité et de contrôle sur la façon dont ses ressources de marque finalisées étaient stockées, utilisées et partagées.



En bref, DraftKings avait besoin d'une solution qui :

- Permette l'étiquetage des ressources de marque avec des métadonnées pertinentes, de façon à offrir une recherche rapide et intuitive ainsi qu'une meilleure visibilité des campagnes et des ressources créatives à l'entreprise dans son ensemble ;
- Personnalise les droits d'accès et d'utilisateurs des différentes parties prenantes, en sécurisant davantage la marque et en réduisant le risque de voir les mauvaises ressources être utilisées ou publiées ;
- Propose un portail digital dynamique pour les directives de la marque, reflétant l'identité la plus récente de leur marque, facilement partageable avec leur réseau global d'agences et de partenaires.

Solution

La solution de **gestion des ressources numériques** de Bynder est l'emplacement de référence des ressources des campagnes et des contenus créatifs destinés au public de DraftKings. Elles sont ainsi prêtes à être diffusées auprès de son réseau dynamique de partenaires et sur ses différents canaux marketing.

Avec le module intégré **Brand Guidelines**, qui rend ses lignes directrices de marque visuellement représentatives, rapides à partager et faciles à mettre à jour, DraftKings peut veiller à ce que ses collaborateurs internes et ses partenaires externes proposent toujours une représentation fidèle de la marque.

Une approche simple en libre-service

Le DAM de DraftKings dispose d'une convention cohérente de dénomination des fichiers et d'une **taxonomie** reflétant la terminologie propre à la marque afin que les parties prenantes puissent instantanément trouver ce dont elles ont besoin. Les ressources de marque sont identifiées avec des métadonnées indiquant les droits d'usage, la conformité légale, les campagnes dans lesquelles elles ont servi, les personnes qui les ont créées et téléchargées, ainsi que d'autres informations clés visant à s'assurer qu'elles sont correctement utilisées.

Une mise en œuvre harmonieuse

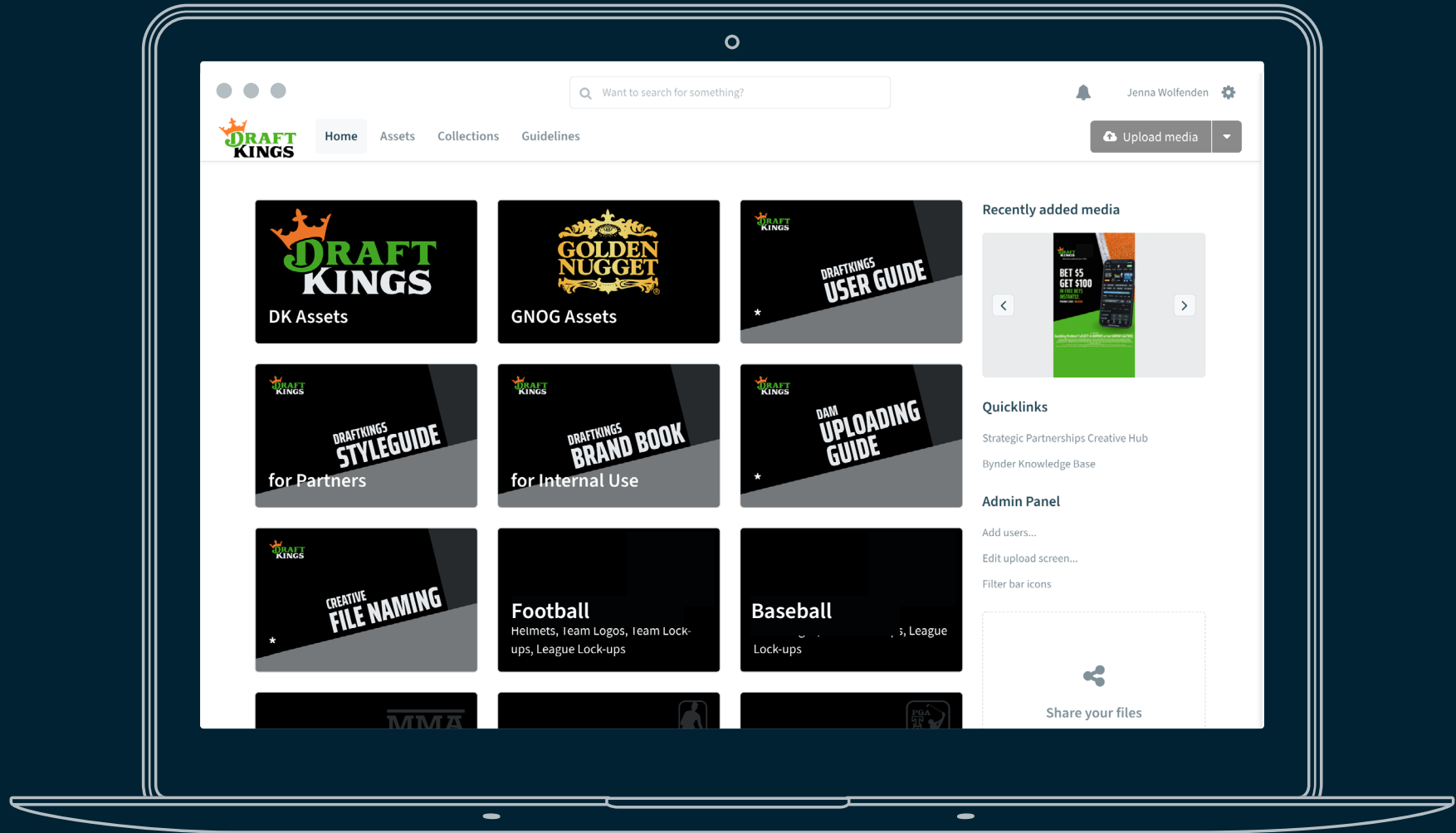
« Pour l'implémentation de Bynder, nous avons procédé à un déploiement par étapes équipe par équipe et cela a très bien fonctionné. Compte tenu de l'étendue et de la diversité des équipes que compte l'entreprise, j'ai été impressionnée par la rapidité avec laquelle les personnes téléchargeaient les ressources et utilisaient le système. »

Des partenaires plus autonomes grâce au contenu approuvé par la marque

DraftKings possède désormais la rapidité et l'agilité nécessaires pour diffuser des ressources créatives en toute simplicité auprès de ses partenaires, avec une parfaite cohérence de marque et sans courir le risque de s'éloigner de son identité. Parce qu'elle contrôle qui peut consulter et utiliser certaines ressources et parce qu'elle dispose de lignes directrices de marque avec des instructions d'usage claires pour ses partenaires et collaborateurs, la marque DraftKings est toujours représentée au bon endroit et de la bonne manière.

Le renforcement de la notoriété de la marque en interne

« Bynder est une formidable ressource pour les nouvelles recrues qui peuvent ainsi se familiariser avec notre marque et le travail que nous menons. Je leur présente toujours le portail, il offre un aperçu accessible des campagnes et du contenu créatif sur lesquels nous avons travaillé par le passé. »

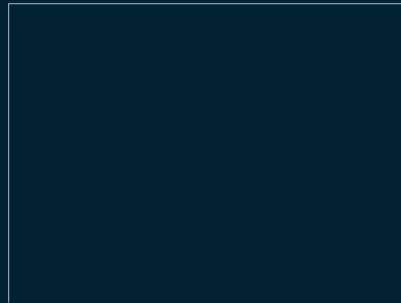


Le portail de DraftKings sur Bynder

L'écosystème Bynder

Bynder DAM

Bibliothèque de
ressources ouverte



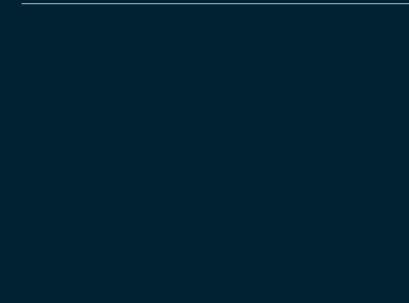
Équipes externes

Agences de marque
Partenaires
Médias



Lignes directrices de marque
Bynder Analytics

Portail interne
de marque



Équipes internes

Opérations créatives
Croissance et acquisition
Analyses
Marketing numérique
Ventes



Ce qui me plaît avec Bynder, c'est qu'il est facile de s'y retrouver avec un minimum d'instructions. La solution est simple, intuitive et le portail ne nécessite pas beaucoup de maintenance. »

Sarah Juselius

Directrice principale des opérations créatives

Un portail numérique pour la marque DraftKings avec Brand Guidelines de Bynder

Qu'il s'agisse d'annonces mobiles pour des compétitions de Fantasy Sports ou de placements de logos promus par ses partenaires des ligues sportives majeures, la marque DraftKings doit être à la fois adaptable et constamment identifiable.

Afin que ses divers partenaires et son équipe interne multidisciplinaire soient en mesure de comprendre et de communiquer une identité de marque cohérente, DraftKings utilise [Brand Guidelines](#) de Bynder comme portail numérique pour tout ce qui concerne sa stratégie de marque.

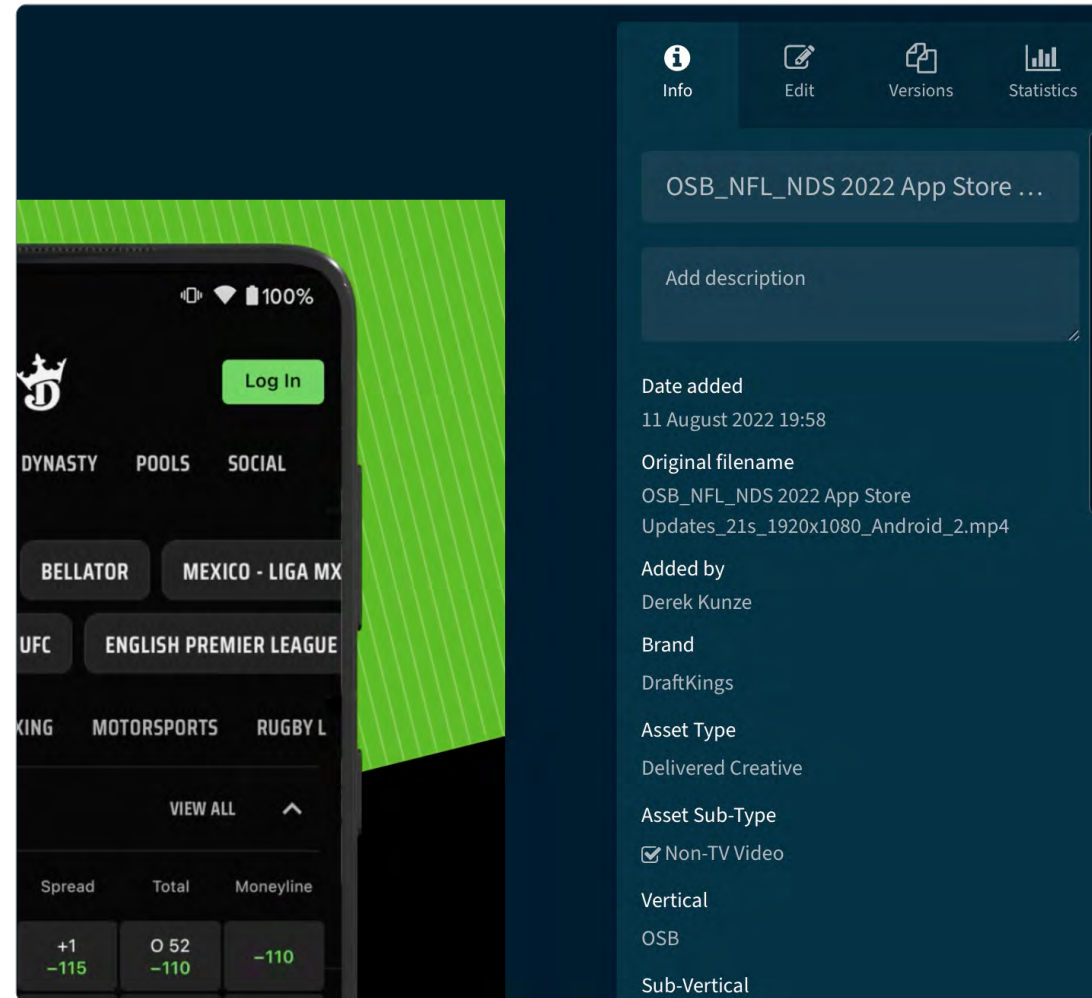
The screenshot shows a web portal for the DraftKings brand guidelines. At the top, there is a navigation bar with the DraftKings logo and links for Home, Assets, Collections, and Guidelines. Below this, the page title is "DraftKings Styleguide". A left-hand navigation menu is visible, with "Color" selected and expanded to show sub-items: "DK Colors", "Color Specifications", "VIP Color Specifications", "Color Accessibility", and "Color Application". Other menu items include "Our Logo", "Partnerships", and "Fonts". The main content area features a large header with the DraftKings logo and the text "Distinctive Brand Assets Color". Below the header, the section is titled "DK Colors". It displays two color swatches: DK Orange and DK Green. Each swatch is accompanied by a table of color specifications:

DK Orange		DK Green	
HEX	#F77600	HEX	#61B510
RGB	247, 118, 13	RGB	97, 181, 16
CMYK	0, 66, 99, 0	CMYK	58, 1, 93, 10

« La centralisation de nos lignes directrices de marque dans Bynder nous a grandement aidés à assurer la cohérence et la continuité de notre marque. Que ce soit pour des logos, des couleurs de marque ou des lignes directrices de partenariat, tout est clairement expliqué aux parties internes et externes. Le fait de pouvoir relier les lignes directrices aux bonnes ressources de marque stockées dans le système DAM rend également tout cela très pratique et facile à comprendre pour tout le monde. »

– Sarah Juselius – Directrice principale des opérations créatives

Facilement accessible, marqué d'un signet renvoyant à un lien en ligne et intégré au DAM, le module Brand Guidelines constitue une source de données unique à partir de laquelle les parties prenantes internes et externes peuvent obtenir et utiliser les dernières règles et ressources de marque. Grâce à cette approche en libre-service, tout le monde travaille dans le respect des règles de la marque sans qu'un contrôle permanent de l'équipe marketing soit nécessaire.





L'identité de notre marque joue un rôle important dans toutes nos activités, qu'il s'agisse de notre marketing, de nos applications ou de nos différents partenariats. Bynder fait un excellent travail pour assurer à la marque une certaine continuité sur l'ensemble de ces divers points de contact. »

Jenna Wolfenden

Responsable du programme des opérations créatives



À propos de Bynder

La plateforme de Digital Asset Management de Bynder permet aux équipes de mettre fin au chaos engendré par la prolifération des contenus et la démultiplication des interlocuteurs et des points de contact. Bynder est l'allié des marques : la plateforme unifie et transforme la création et le partage des contenus, accompagnant les équipes, clients et entreprises vers la performance.

Pour plus d'informations, consultez notre site Web www.bynder.fr