



de heus[™]

powering progress

Aider le leader de la production de nourriture pour animaux, à protéger et de promouvoir sa marque centenaire, aujourd'hui en pleine croissance

À l'intérieur

Table des matières

À propos de De Heus	3
Accroître l'activité mondial sans sacrifier l'identité de la marque	5
L'expansion de l'entreprise familiale : une affaire internationale	7
Les points d'amélioration	8
La transformation avec Bynder	9
Une stratégie marketing activée et contrôlée	11
À propos de Bynder	13



Étude de cas client

À propos de De Heus

Royal De Heus est une entreprise familiale internationale spécialisée dans la production et la vente d'aliments de haute qualité pour animaux.

Fondée en 1911 et basée aux Pays-Bas, l'entreprise De Heus est passée d'un fabricant local de nourriture animale à un conglomérat mondial avec 70 usines dans près de 20 pays, chacune ayant ses propres opérations de marketing et de vente. Cette expansion a consolidé la position de De Heus parmi les 12 premiers fournisseurs mondiaux de nourriture animale, qui emploie aujourd'hui plus de 6 000 personnes dans le monde entier.

Bynder s'est entretenu avec Evert Top, Global Communication & Marketing Specialist chez De Heus, au sujet de l'expérience de l'entreprise avec Bynder.

“Avec la croissance rapide de notre entreprise, Bynder semblait être la solution parfaite pour structurer la manière dont nous stockons les ressources et leur utilisation au sein de l’équipe.”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

La nécessité pour De Heus

Accroître le commerce mondial sans sacrifier l'identité de la marque

Avec une population mondiale croissante et la nécessité d'améliorer le niveau de vie dans le monde entier, De Heus a connu une croissance rapide ces dernières années, pour répondre aux besoins d'une activité agricole et d'une production alimentaire accrues.

Une croissance à cette échelle présente des défis uniques pour l'équipe de marketing mondial et les unités commerciales locales. Comment De Heus peut-il protéger, gérer et développer efficacement son image de marque mondiale tout en incitant les équipes locales à collaborer au niveau marketing ?

Fondamentalement, De Heus devait s'adapter de manière fluide en gardant une forte identité de marque au fur et à mesure de l'expansion de ses activités dans le monde.



“En tant qu'entreprise, nous avons connu une croissance internationale très rapide ces dernières années. Il est donc extrêmement important pour nous de veiller à ce que les nouvelles unités commerciales respectent la vision, les valeurs et la culture de longue date de notre marque.”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus

L'expansion de l'entreprise familiale : une affaire internationale

Depuis sa création il y a plus de 100 ans, la priorité de De Heus a été de préserver ses racines en tant qu'entreprise familiale, avec la même vision, les mêmes valeurs et la même culture qui ont permis à la société de devenir un des 12 premiers fournisseurs de nourriture animale, avec plus de 6 000 employés dans le monde entier.

Cependant, son internationalisation croissante au cours de la dernière décennie a créé de nouveaux défis pour son équipe de marketing mondial basée aux Pays-Bas. Avec l'arrivée de nombreuses nouvelles unités commerciales ces dernières années, il est devenu difficile pour les responsables marketing basés aux Pays-Bas de distribuer les derniers supports marketing, tout en s'assurant que l'identité de la marque est respectée, que ce soit en Serbie ou en Afrique du Sud.

Utilisant de vieux logos et subissant des demandes répétitives, De Heus devait relever de réels défis pour s'assurer que sa marque soit adaptée à la croissance mondiale rapide qu'elle connaissait.

En silo et non extensible

Avant Bynder, les ressources marketing étaient stockées localement, de nombreuses unités commerciales locales ayant leurs propres méthodes de gestion des fichiers. Sans options réels de stockage centralisé la collaboration avec les équipes internationales constituait un véritable défi.

Aucun contrôle sur l'usage en interne

Les ressources étant utilisées dans le monde entier, l'absence d'un espace centralisé pour toutes les ressources de la marque rendait difficile le suivi des téléchargements et aucun moyen de contrôler les droits d'utilisation, un risque réel au sein d'une équipe de 6 000 employés.

Des allers-retours inefficaces

Tout venant venant des Pays-Bas et sans accès central aux fichiers, l'équipe marketing mondial devait faire face à des courriels interminables pour envoyer de nouveaux logos et poser des questions sur la façon dont ils devraient être utilisés. Le travail manuel répétitif tuait leur productivité.

Les points d'améliorations

L'équipe marketing basée aux Pays-Bas utilisait auparavant une agence photographique pour centraliser les fichiers, mais au fur et à mesure qu'ils développaient leur activité à l'international, celle-ci devenait rapidement inadapté à un usage mondial :

- Ils ne pouvaient stocker que des images, il n'y avait donc aucun moyen de centraliser tous les éléments de la marque tels que les modèles de conception, les PDF et les fichiers vidéo à un seul endroit
- L'intégration de nouvelles unités commerciales était peu structurée et lente : de nombreuses réunions Skype étaient nécessaires, et même alors, l'absence de directives de marque concernant l'utilisation des ressources rendait la manière dont l'adaptation des ressources était effectuée peu claire

Pour dire les choses simplement, leur ancien système n'était pas adapté à la croissance mondiale. Le besoin d'une solution de gestion de la marque à l'épreuve du temps, capable de s'adapter à une équipe croissante et à un nombre croissant d'actifs, a fait de De Heus un partenaire idéal pour Bynder.

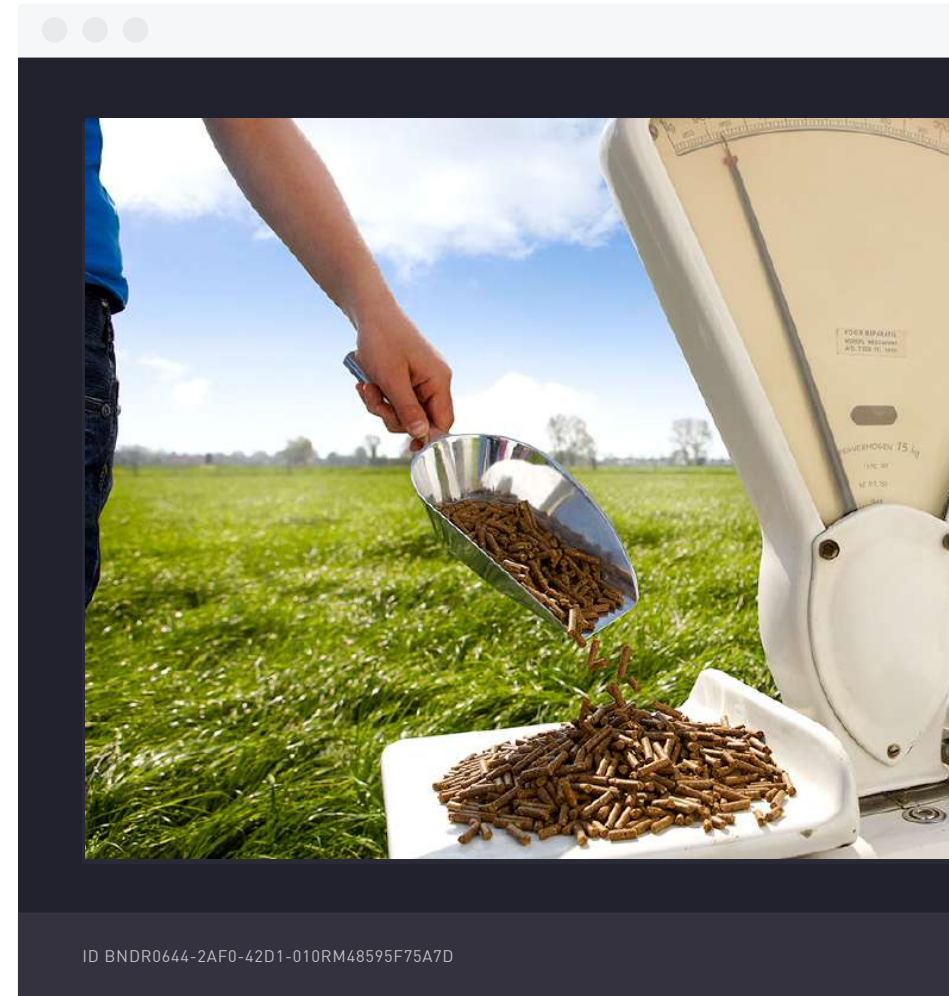


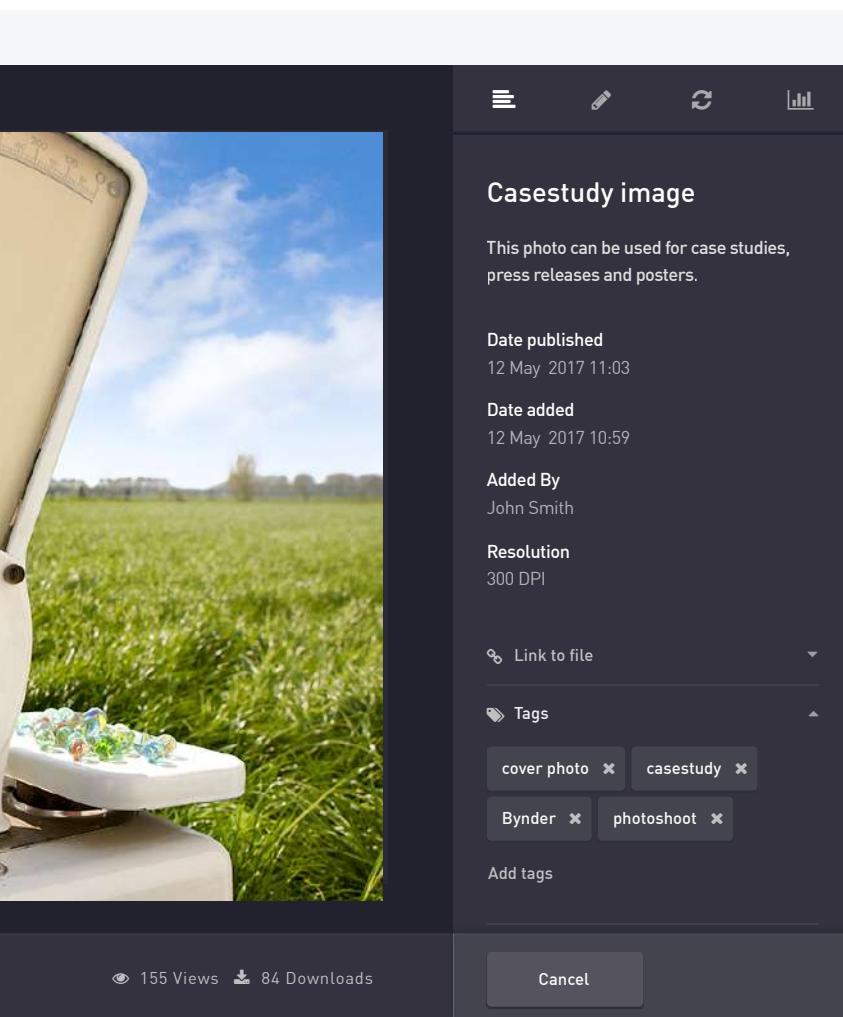
La transformation avec Bynder

Depuis la mise en place de Bynder, De Heus a la tranquillité d'esprit de savoir que la collaboration et la gestion des ressources sont centralisées en un seul endroit, ce qui garantit que tout est à jour, tout le temps. Quels sont donc les processus de travail qui ont été améliorés ?

Moins de requêtes répétitives ; plus de pro-activité

Avant Bynder, les ressources marketing étaient stockées localement, de nombreuses unités commerciales avaient leurs propres méthodes de gestion des fichiers. Sans options de stockage central, la coordination avec la collaboration internationale représentait un véritable défi.





Des directives de marque claires et facilement accessibles

Les ressources sont téléchargées à la fois par l'équipe marketing mondiale basée aux Pays-Bas et par leurs unités commerciales locales ; la possibilité de personnaliser les droits d'utilisation pour les employés permet à De Heus d'avoir le contrôle nécessaire sur l'utilisation des ressources. Par exemple, les collègues en Inde peuvent obtenir un accès spécifique au seul contenu dont ils ont besoin pour leur marché. Et grâce aux directives relatives à la marque disponibles directement dans Bynder, chacun connaît les meilleures pratiques en matière de communication.

Une recherche pertinente

Au cours de l'implémentation, on a montré à l'équipe comment créer une taxonomie personnalisée pour ses besoins exacts. Avec l'aide des experts Onboarding de Bynder, De Heus a pu structurer le portail de manière à ce que tous les services puissent trouver ce dont ils avaient besoin, quand ils en avaient besoin, sans avoir à demander à un collègue.

Avec un contenu aussi facilement accessible, les employés trouvent (et utilisent) des ressources dont ils ignoraient l'existence - atteignant ainsi un objectif clé que De Heus s'efforçait d'atteindre lors de la mise en œuvre d'un DAM.

Une stratégie marketing en place et contrôlée

L'équipe chargée du marketing mondial basée aux Pays-Bas a la tâche complexe de superviser les activités de la marque pour les nombreuses unités commerciales réparties dans le monde entier, ce qui est compliqué par les normes divergentes sur la manière dont la marque doit être communiquée.

La fonctionnalité Analytics de Bynder a facilité le suivi de l'utilisation des ressources au sein de De Heus grâce à des informations claires et précises sur le nombre consultations, de téléchargements et de connexions aux ressources.

Ainsi, ils disposent des données nécessaires pour comprendre quels sont les éléments les plus populaires, et ont l'assurance que seules les bonnes personnes ont accès aux bonnes ressources au bon moment.

4.8K

les ressources stockées

79

utilisateurs actifs

150

téléchargement par semaine

“Maintenant que nous utilisons Bynder, nous gagnons du temps dans toutes nos opérations, produit, ventes et nous pouvons travailler avec les agences directement à partir d'un système central pour une meilleure coordination, et au final un meilleur contrôle de la marque”

Evert Top, Global Marketing Advisor, De Heus



À propos de Bynder

Bynder est le service de DAM qui connaît la plus forte croissance, offrant une solution simplifiée aux professionnels du marketing pour gérer leur contenu numérique sur le cloud.

Pour plus d'informations, veuillez consulter notre site web www.bynder.fr.

A blue and green Bynder truck is parked in a field. The truck has a large green tank with a white logo on it. The background features a row of trees and a cloudy sky.

 bynder

www.bynder.fr