

Booksy hat in Bynder die optimale
Lösung für markenkonsistente
Content Erlebnisse gefunden

booksy



ÜBER BOOKSY



Booksy hat sich zum Ziel gesetzt, die weltweit beste Lösung für terminbasierte Geschäfte zu werden – insbesondere im Gesundheits- und Beauty-Bereich.

Über seine cloudbasierte Plattform bietet Booksy praktische Kundenmanagement- und Marketing-Tools an, mit denen Kunden ihre Termine in nur 10 Sekunden buchen können.

Gegründet: 2015

Hauptsitz: Poland

500⁺

Mitarbeiter

Mehr als
19 Millionen

aktive User

200k⁺

tägliche Buchungen

Hintergrundinformationen

Booksy bietet automatisierte Terminplanung, Kalenderverwaltung, Zahlungen und eine Reihe integrierter Marketing-Tools, um Beauty-Spezialisten beim Verwalten aller Geschäftsbereiche zu unterstützen. Mehr als 23 Millionen Kunden weltweit verlassen sich auf Booksy, um jederzeit und überall Termine zu finden und zu buchen.

Booksy startete 2015 als unscheinbare Buchungs-App in Polen und hat seitdem eine weltweite Reichweite erlangt. Vor allem in den USA hat sich der Kundenstamm im Vergleich zum Vorjahr praktisch verdoppelt.

“Wir verzeichnen aktuell 19 Millionen User und mehr als 500 Mitarbeiter in sechs verschiedenen Ländern. Wir wachsen jeden Tag und das fühlt sich einfach toll an.”

*Alle Zitate in diesem Artikel stammen von Rebecca Baxter, Global Marketing Coordinator von Booksy.





Bisherige Herausforderungen

Schnelles Wachstum bringt viele Herausforderungen mit sich. Für Booksy ist es äußerst wichtig, Unternehmen und Nutzern ein einheitliches Kundenerlebnis zu bieten – unabhängig davon, ob sie sich in den USA oder in Spanien befinden. Gleichzeitig muss das Unternehmen auch regionale Marketer und Vertriebsexperten darin unterstützen, sich an lokale Bedürfnisse anzupassen.

Vor Bynder hat das Unternehmen Google Drive genutzt, um digitale Inhalte zu organisieren, zu verwalten und zu verteilen. Doch schon nach kurzer Zeit entwickelten sich team- und regionalspezifische Silos, was sich auf die Markenführung auswirkte. Plötzlich fehlte der Überblick über aktuelle Inhalte und wie sie von welchen Personen genutzt werden sollten.

“ Wir haben nach einer Lösung gesucht, mit der alle Beteiligten im Handumdrehen die aktuellsten, für sie relevanten Marketing- und Vertriebsmaterialien finden und nutzen können. Dabei können sie sich immer sicher sein, dass die neueste Version vorliegt, die mit unseren Markenrichtlinien übereinstimmt und veröffentlicht werden kann.”



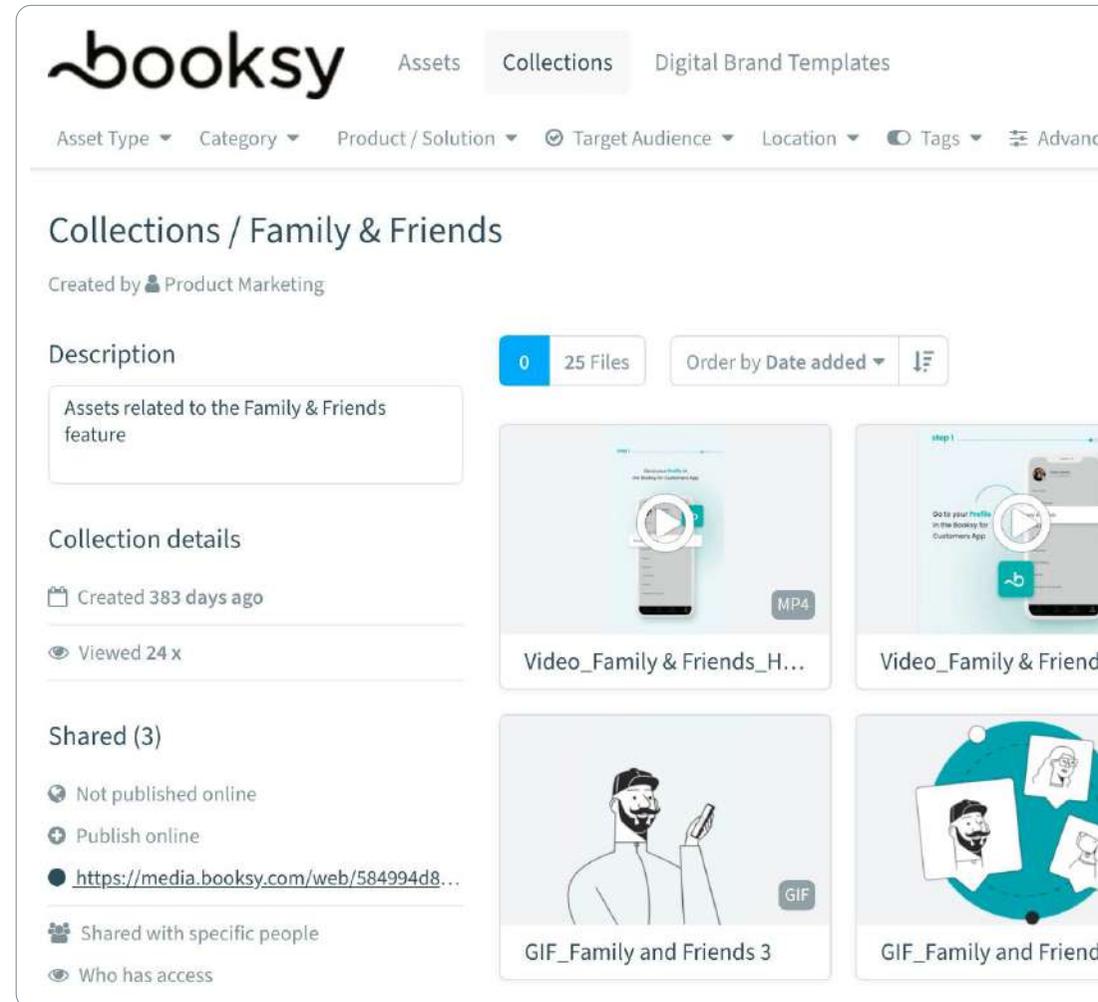
Mit Bynder zu einer klaren Agenda für die Marke Booksy

Booksy nutzt die **Digital Asset Management-Lösung** von Bynder nicht nur als zentralen Speicherort für seine Asset-Bibliothek, sondern hat auch einen selbstverwalteten, kollaborativen Bereich geschaffen, der auf die Bedürfnisse verschiedener Rollen und Märkte zugeschnitten ist.

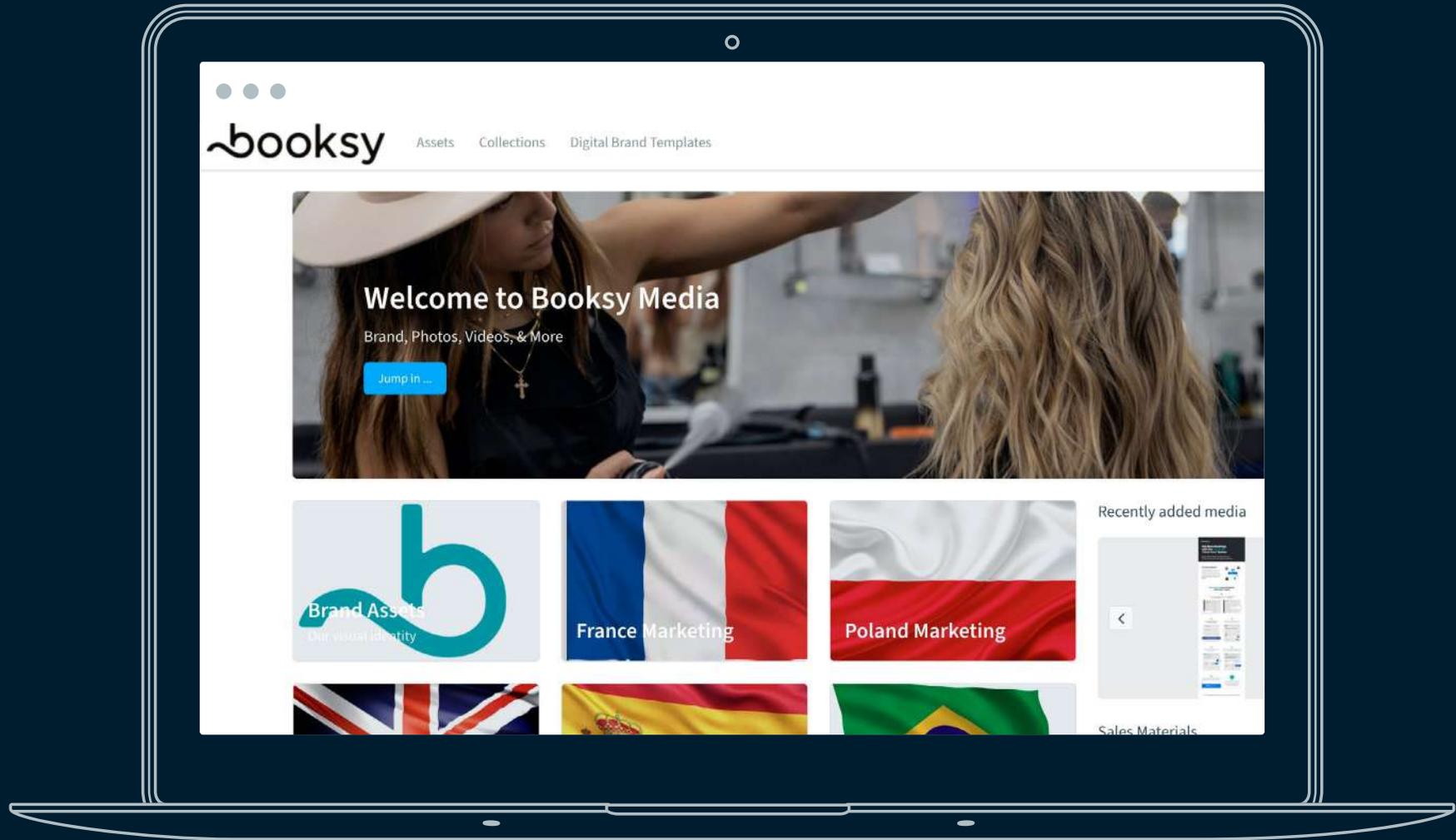
“Die Homepage unseres Bynder-Portals sieht z. B. für Mitarbeiter aus dem Vertrieb anders aus als für das Marketingteam. Unsere Vertriebsmitarbeiter können relevante Materialien leichter einsehen und darauf zugreifen. So verfügen sie immer über die richtigen Tools, um sich auf die Kundenakquise zu konzentrieren.”

Ebenso können Marketer die richtigen Inhalte zur richtigen Zeit mit den neuesten und besten Markenmaterialien bereitstellen – und zwar nicht nur intern, sondern auch extern für alle Kunden. So gewährleisten Sie ein einheitliches Erlebnis über alle Kanäle hinweg.

“Wir nutzen oft Kollektionen, um Assets zu gruppieren. Wenn wir eine neue Funktion oder Kampagne starten, können wir ein Video, ein Showreel oder eine Produktbroschüre in einer Sammlung zusammenfassen und über einen direkten Link teilen.”



The screenshot displays the Booksy interface for a collection named "Collections / Family & Friends". The top navigation bar includes the Booksy logo, "Assets", "Collections", and "Digital Brand Templates". Below this is a filter bar with options for "Asset Type", "Category", "Product / Solution", "Target Audience", "Location", "Tags", and "Advanced". The collection is created by "Product Marketing" and contains 25 files. The description is "Assets related to the Family & Friends feature". The collection details show it was created 383 days ago and viewed 24 times. It is shared with 3 people, with options to "Not published online", "Publish online", and a link to the collection page. The shared assets include two MP4 videos and two GIFs, all related to the "Family & Friends" feature.



Das Bynder-DAM-Portal von Booksy

Bereitstellung von Content für jeden Schritt der Customer Journey

Ob es sich um Anleitungen für ein neues Nagelstudio handelt, welches Booksy zum ersten Mal nutzt, oder um Marketingvorlagen für einen langjährigen Kunden, der mit der Plattform mehr Buchungen erzielen möchte, Booksy verfügt mit Bynder über eine zentrale Single Source of Truth, die nach den verschiedenen Kundeninteraktionen gegliedert ist.

“Wenn einer unserer Marketer einen neuen Kunden mit Ressourcen und Marketingmaterialien für einen bestimmten Schritt der Customer Journey versorgen möchte, kann er oder sie in Bynder leicht eine Kollektion für diesen Teil des Funnels finden.”

Auf diese Weise können Marketer und Vertriebsmitarbeiter viel differenzierter auf Kunden zugehen und Funnel-spezifische Inhalte bereitstellen, die genau auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind, so dass Booksy personalisierte **Content-Erlebnisse** schaffen kann.



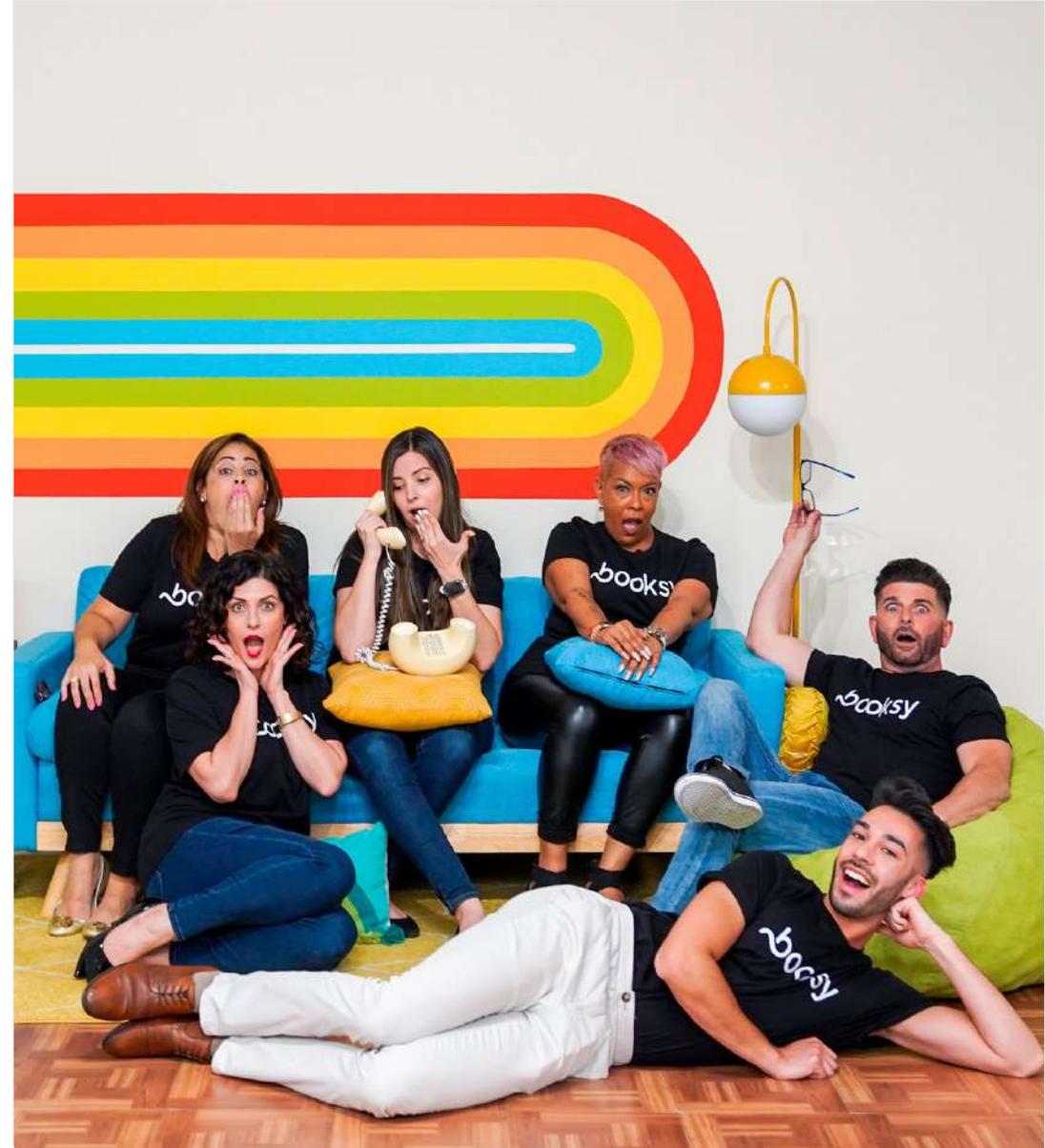
“ Bynder hat für mehr Transparenz und Nachweislichkeit in allen Märkten gesorgt. Regionale Marketingteams können länderspezifische Materialien, die mit unseren Markenrichtlinien übereinstimmen, leicht finden und verwenden. Alle veröffentlichten Inhalte wurden von der Marke genehmigt.”

Was hat Booksy als Nächstes geplant?

Booksy macht sich Bynders Motto „Mit weniger mehr erreichen“ zunutze, während das Unternehmen skaliert und expandiert. Die Content-Organisationsstrategie der Marke entwickelt sich mit dem Unternehmen weiter. Booksy passt seine markenspezifische Taxonomie ständig an, um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter immer die richtigen Inhalte finden können, die sie zu einem bestimmten Zeitpunkt benötigen

“Wir versuchen stets herauszufinden, wie wir am besten kommunizieren und als Team zusammenarbeiten können. So stellen wir sicher, dass eine kontinuierliche Distribution von Content stattfindet.”

Als Nächstes steht die erweiterte Nutzung von Bynders **Brand Templating-Funktionen** auf dem Programm, um die Produktion von Marken-Assets zu automatisieren und auf diese Weise eine optimale Markenkonsistenz sowie eine bessere Content Experience auf allen Märkten zu erreichen.



“ Das Grundprinzip von Bynder ist für uns die Förderung von Kommunikation und Zusammenarbeit. Wir denken und arbeiten auf globaler Ebene, ermöglichen es den Marketern aber auch, auf lokaler Ebene autark zu sein und das zu tun, was für ihre eigenen Märkte am besten ist.”



Über Bynder

Bynder ist die am schnellsten wachsende strategische DAM-Plattform und bietet Marketern eine einfache Lösung zur Verwaltung ihrer digitalen Inhalte in der Cloud.

Besuchen Sie unsere Webseite für mehr Informationen

www.bynder.de