

Customer Story

**Simplot optimiert seine  
Content Operations  
mit Bynder – und spart  
2,3 Millionen US-Dollar**





# Hintergrundinformationen

Die J.R. Simplot Company ist ein seit 1929 familiengeführtes Privatunternehmen, weltweit führend in der Lebensmittel- und Agrarbranche und beschäftigt mehr als 15.000 Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Zum integrierten Portfolio gehören Lebensmittelverarbeitung, Phosphatabbau, Düngemittelproduktion, Ackerbau, Viehzucht und Rinderhaltung. Simplot hat unterschiedliche Content-Anforderungen, die weltweit für ein breit gefächertes Portfolio erfüllt werden müssen. Das Content-Team von Simplot arbeitet kontinuierlich daran, seine Content Operations zu optimieren, Workflows zu automatisieren, Silos abzubauen und Stakeholdern dabei zu helfen, den ROI ihrer Inhalte zu maximieren.

Bynders stark modulare [Digital Asset Management \(DAM\)-Plattform](#) auf Enterprise-Niveau hat sich als ideale Lösung für Simplots Anforderungen erwiesen. Als intuitives System of Record, das in das PIM-System und den umfassenderen Martech-Stack integriert ist, ermöglicht Bynder die **Bereitstellung kuratierter Content Experiences für unterschiedlichste Nutzergruppen und Geschäftsbereiche – und spart gleichzeitig Millionen an Betriebskosten ein.**

**„Wir haben unser DAM-Programm bewusst komplex aufgebaut, denn es basiert auf drei klaren Säulen: klassischen DAM-Services, internem Mitarbeiterzugriff und Langzeitarchivierung.“**

— Jezmyne Amergin, DAM-Manager bei Simplot

# Gezielte DAM-Erlebnisse für maximalen Content-ROI

Simplot passt das DAM-Erlebnis gezielt an seine einzigartige Unternehmensstruktur an. So maximiert das Unternehmen den ROI und die Wiederverwendung von Inhalten, beschleunigt die Markteinführung, hält alle Markenrichtlinien ein und profitiert von einem DAM, das stets benutzerfreundlich ist.

Mit [Content Experiences for User Community](#) kann Simplot individuelle DAM-Erlebnisse für bestimmte Geschäftsbereiche und Teams bereitstellen, die zielgerichtet, rollenbasiert und visuell intuitiv sind.

**„Wir haben mehrere individuell angepasste Startseiten erstellt – fast jede Gruppe und jedes Berechtigungsprofil hat eine eigene, maßgeschneiderte Homepage.“**

— Jezmynne Amergin, DAM-Manager bei Simplot



Von Marken- und Produkt-Richtlinien bis hin zu Go-to-Market-Kampagnenassets haben Nutzer Zugriff auf Inhalte, die für ihre Rolle und Abteilung am relevantesten sind. Das führt zu weniger Reibungspunkten und stellt sicher, dass die richtigen Assets immer zur richtigen Zeit in den richtigen Händen sind.

***„Unser Kommunikationsteam kann im DAM alle wichtigen Aufgaben erledigen – Assets veröffentlichen, Sammlungen erstellen, Seiten bauen und eigene Leitfäden anlegen.“***

Neben Marken- und Marketing-Assets nutzt Simplot Bynder auch zur Bereitstellung von Mitarbeiterressourcen, Rekrutierungsinhalten und Schulungsmaterialien. Dadurch stärkt das Unternehmen die Zusammenarbeit aller weltweit tätigen 15.000 Mitarbeiter. Zusätzlich aggregiert das DAM-Team historische Marken-Assets im DAM, um sie sicher zu archivieren.

# Skalierbare digitale Omnichannel-Erlebnisse

Simplot nutzt das [CDN-Netzwerk](#) von Bynder (unterstützt von Amazon CloudFront), um die Verteilung von Inhalten im gesamten digitalen Ökosystem zu automatisieren und zu skalieren – und zwar auf mehr als 1.300 Websites, Social-Media-Kanälen und anderen kundenorientierten Touchpoints.

Mit [Bynder CX Omnichannel](#) können Assets aus dem DAM automatisch für den richtigen Kanal und die passende Zielgruppe transformiert und optimiert werden. Außerdem werden alle in Bynder vorgenommenen Änderungen sofort in Simplots Content-Ökosystem aktualisiert.

Durch die nahtlose Integration von Bynder mit [Optimizely](#) (CMS), [inRiver](#) (PIM) und [Highspot](#) (Sales Enablement) hat Simplot die Verteilung digitaler Assets im Wert von geschätzt 800 Millionen US-Dollar weiter automatisiert und beschleunigt.

Neben besseren digitalen Erlebnissen und einer kürzeren Markteinführungszeit trägt die Automatisierung dieser Prozesse auch dazu bei, dass Simplot größere Zielgruppen erreicht, neue Partnerschaften aufbaut und Einsparungen in Höhe von 2,3 Millionen US-Dollar erzielt, wie im jährlichen DAM-ROI-Bericht von Simplot bestätigt wurde.

# Bynders ROI-Highlights

**2,3 Mio. USD**

geschätzte Einsparungen in Bezug auf Kosteneffizienz\*

**800 Mio. USD**

geschätzter Wert an digitalen Assets in Bynder

**77.756**

optimierte Assets

**13,6 Mio.**

Assets auf 1.321 Websites

**95.059**

durchgeführte DAM-Suchanfragen

*\*Berechnet anhand der eingesparten Zeit pro Mitarbeiter, multipliziert mit einem durchschnittlichen Stundenlohn von 35 US-Dollar.*

**„Unsere Daten waren an so vielen verschiedenen Stellen verteilt. Dieses Projekt hat dem Unternehmen gezeigt, wie viel Potenzial in einer Optimierung steckt. Die Verbesserungen, die wir jetzt vornehmen, sind wirklich beeindruckend.“**

— Jezmyne Amergin, DAM-Manager bei Simplot



## Über Bynder

Mit Bynder können Sie weit mehr als nur digitale Inhalte verwalten. Unsere Digital Asset Management-Plattform ermöglicht es Ihren Teams, das Chaos zu bewältigen, das durch eine ständig wachsende Anzahl an Inhalten, Touchpoints und Beziehungen entsteht.

Mehr als 1,7 Millionen Nutzer in 3.700 Unternehmen nutzen Bynder bereits erfolgreich, darunter auch Spotify, Puma, Five Guys und Icelandair. Bynder wurde 2013 gegründet und hat acht Niederlassungen weltweit, unter anderem in den Niederlanden, den Vereinigten Staaten, Spanien, Großbritannien, Australien und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website [www.bynder.com/de](http://www.bynder.com/de).