



# Customer success story: Syngenta

Waar gaat het over?

# Inhoudsopgave

Over Syngenta	3
Uitdagingen voor Syngenta	4
Hoe Bynder heeft geholpen	5
Voordelen voor Syngenta	7
Over Bynder	8

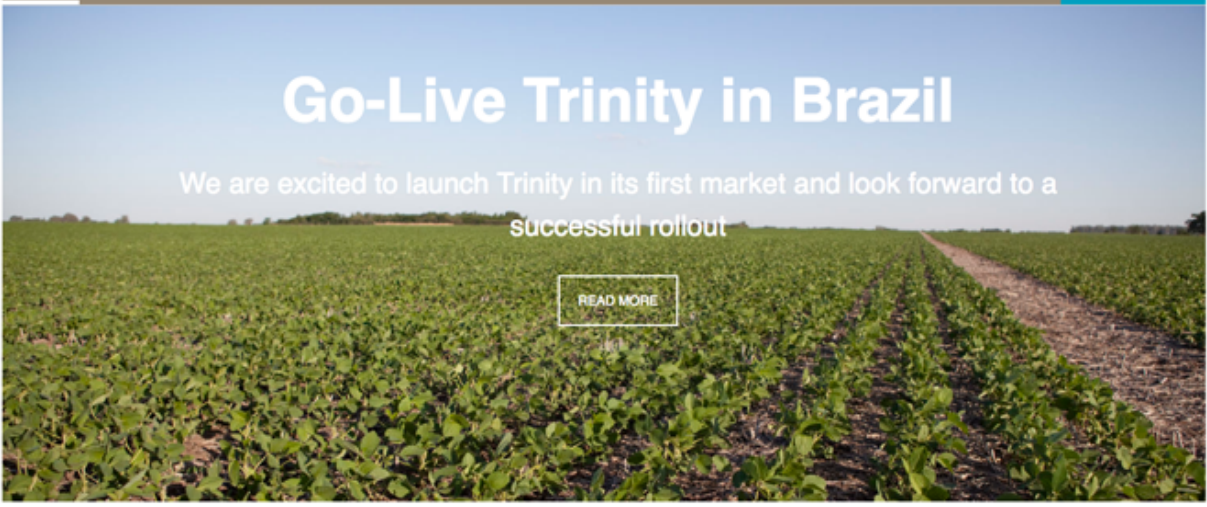
# Over Syngenta

Syngenta is een leidend landbouwbedrijf dat de wereldwijde voedselveiligheid in beweging probeert te krijgen door miljoenen boeren beter gebruik te laten maken van bestaande middelen. Het Zwitserse bedrijf is actief in ruim 80 landen, heeft ongeveer 25.000 mensen in dienst en een omzet van meer dan 30 miljard in 2015. Hun duidelijke marketingvisie focust op wereldwijde afstemming en het garanderen van merkconsistentie.



*“Ik zou Bynder zeker aanbevelen; niet alleen voor de tool, maar ook voor de samenwerking met de mensen achter de service.”*

-Alina-Maria Weide, Trinity Lead, AOL Marketing & Sales Productivity bij Syngenta



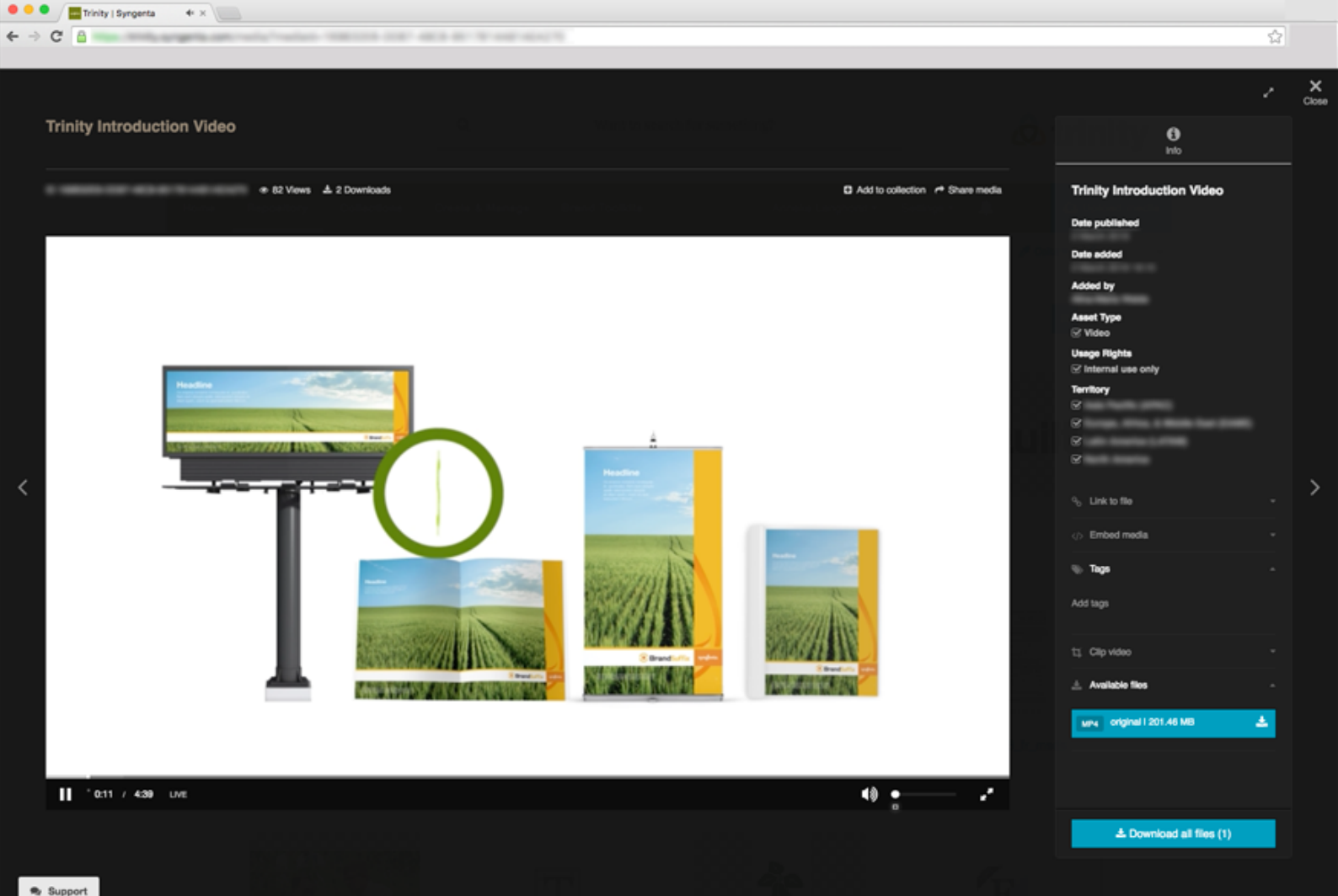
Support

# Uitdagingen voor Syngenta

Voorheen had Syngenta met verschillende uitdagingen te maken omtrent het afstemmen van wereldwijde marketingactiviteiten. Om de marketingperformance te versterken deed Syngenta een gedetailleerde marktanalyse, die onder meer bestond uit een enquête over de 23 belangrijkste actieve landen.

De nadruk lag op het structureren van marketingafdelingen en hoe zij te werk gaan. Het bleek dat ieder land zijn eigen unieke processen had, waaronder een op zichzelf staand platform, of helemaal geen platform.

Binnen de wereldwijde marketingafdeling was er ruimte voor verbetering. Naar aanleiding van de resultaten van de enquête werd er een plan gepresenteerd dat communicatie en samenwerking wereldwijd zou versterken. Syngenta was daarom op zoek naar een oplossing die niet alleen op korte termijn effect zou hebben, maar ook nog steeds elk kwartaal resultaat liet zien.



## Hoe Bynder heeft geholpen

Om de beste software te vinden, evalueerde Syngenta diverse DAM-oplossingen tijdens een Digital Asset Management beurs in Londen. Hier ontmoette Alina-Maria Weide, Trinity Lead, AOL Marketing & Sales Productivity bij Syngenta, Bynder voor het eerst.

Om ervoor te zorgen dat het implementeren van Syngenta's nieuwe brand portal, Trinity, in 78 landen zo soepel mogelijk verliep, heeft het bedrijf een projectteam opgezet. De wereldwijde implementatie is gebaseerd op 3 fases, die door elk land gevolgd moeten worden:

- 1) Het opzetten
- 2) Het aanpassen en afstemmen
- 3) Post-Go-live

Om een hoog gebruikspercentage van de nieuwe brand portal te garanderen, is het noodzakelijk dat iedereen vanaf het begin betrokken is. Dit betekent dat Trinity de specifieke behoeften van ieder land moet weten om Bynder relevant te maken voor iedere markt. Na livegang moet Syngenta focussen op training om zo een duurzaam model voor de toekomst te creëren.

Voorheen had Syngenta geen one-stop-shop of tool voor het verzamelen en opslaan van alle digitale assets wereldwijd. Dankzij Bynder's Digital Asset Management module kan Syngenta nu alle waardevolle digitale assets opslaan, organiseren en delen binnen één centraal platform

Daarnaast kan Syngenta de goedkeuringsprocessen voor nieuw marketingmateriaal stroomlijnen dankzij Bynder's Marketing Projectmanagement module. Als landbouwbedrijf is het voor Syngenta erg belangrijk dat ze op een lijn staan met overheden wat betreft regelgevingen. Bynder helpt Syngenta om op deze gebieden conform te zijn.

De belangrijkste gebruikersgroep bij Syngenta is opgedeeld in admin, regular en light users. Ieder van de 78 landen heeft een specifieke admin voor hun locatie. De regular users zijn betrokken bij de workflows binnen de Marketing Projectmanagement module en werken aan het goedkeuren van alle relevante marketingmaterialen. De light users hebben alleen toegang tot alle opslagplaatsen en Syngenta's richtlijnen nodig. Bij Syngenta zijn de marketingafdelingen de kerngebruikers van Bynder

***“Bynder viel op door hun duidelijke en eenvoudig te gebruiken platform en ook door de manier waarop het team zichzelf presenteert. Ik was meteen overtuigd.”***

## Brand Toolkits



**Brand Architecture Guidelines**



**Brand Specific Guidelines**



**Communication Platform**



**Digital Guidelines**

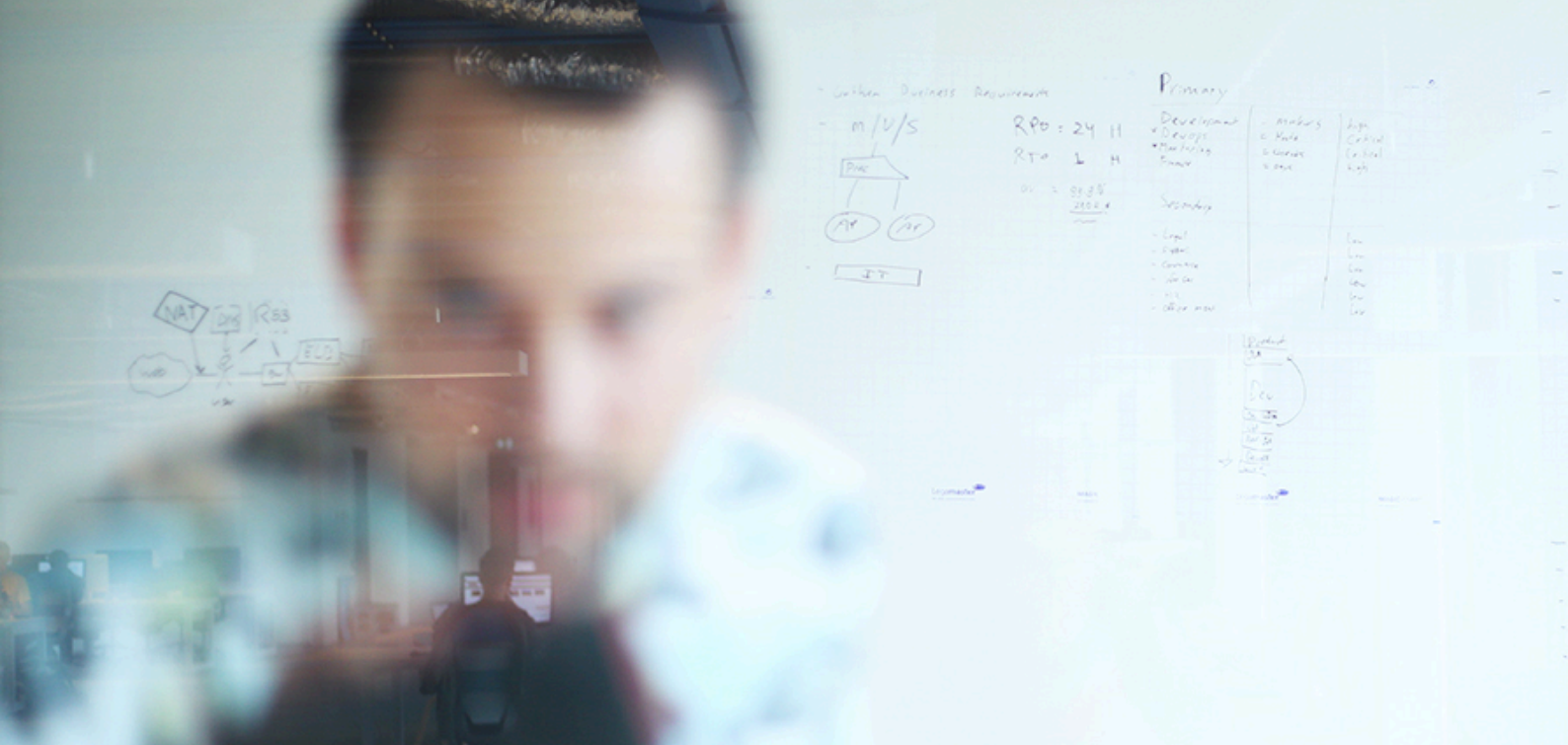
# Voordelen voor Syngenta

Syngenta heeft nu een centraal online platform voor het stroomlijnen van marketingactiviteiten wereldwijd. Digitale media kunnen veilig worden gemanaged, workflow processen kunnen gestroomlijnd worden en communicatie en samenwerking kunnen verbeterd worden. Dankzij de transparantie van Bynder kunnen alle landen zien waar de andere mee bezig zijn en hier hun voordeel mee doen. Dit is een enorm voordeel voor Syngenta en de hele marketingvisie van de organisatie.

Hierdoor is er weinig voor nodig om iedereen betrokken te krijgen en een hoog gebruikspercentage te genereren.

*“Bynder wijst zich vanzelf, je hebt niet veel training nodig. Ook heb ik veel bewondering voor de bedrijfscultuur. Bynder is een jong bedrijf, eenvoudig te gebruiken en oplossingsgericht, ondanks de vele uitdagingen die bij de implementatie kwamen kijken, omdat Syngenta een groot bedrijf is.”*

-Alina-Maria Weide, Trinity Lead, AOL Marketing & Sales Productivity bij Syngenta



Enkele feiten

## Over Bynder

Bynder is de snelste manier om digitale bestanden professioneel te beheren. Het prijswinnende platform voor digital asset management (DAM) helpt marketeers om afbeeldingen, video's en documenten te vinden en delen. Meer dan 250.000 brand managers, marketeers en creatieve makers van ruim 450 bedrijven als PUMA, innocent drinks en KLM Royal Dutch Airlines gebruiken Bynder. Hiermee worden projecten real-time bewerkt en goedgekeurd, worden bedrijfsbestanden geordend en wordt de juiste content met een druk op de knop beschikbaar gemaakt voor anderen.

Bynder werd in 2013 opgericht door CEO Chris Hall. Het hoofdkantoor is in Amsterdam en verder zijn er kantoren in Boston, London, Barcelona, Rotterdam en Dubai. Voor meer informatie, kijk op [www.bynder.com](http://www.bynder.com) of volg Bynder op Twitter via @bynder.





[www.bynder.nl](http://www.bynder.nl)