



Étude de cas client: DPDgroup



À l'intérieur

| | |
|----------------------------------|---|
| Témoignage du client | 3 |
| À propos de DPDgroup | 4 |
| Défis à relever | 4 |
| Comment Bynder a aidé | 5 |
| Les avantages pour le groupe DPD | 6 |
| À propos de Bynder | 7 |



Témoignage du client

“À cause du programme chargé de notre processus de rebranding, il était essentiel que notre système Bynder soit prêt à être utilisé dans les plus brefs délais. Il nous a permis de fournir facilement et rapidement toutes nos nouvelles ressources à nos équipes à travers l’ensemble des antennes locales DPDgroup”

- Matthias Jäckle, Group Manager Brand & Digital Experience

À propos de DPDgroup

DPDgroup est le réseau de livraison de colis de GeoPost, une filiale à part entière de La Poste française. DPDgroup est l'un des principaux réseaux mondiaux de livraison de colis.

Avec 120 000 experts en livraison opérant dans près de 50 pays, et un réseau de 70 000 points de retrait, ils livrent chaque jour 8,4 millions de colis dans le monde - 2,1 milliards de colis par an - à travers les marques DPD, Chronopost, SEUR, BRT et Jadlog.

Défis à relever

Contrairement à leurs concurrents, DHL, TNT et UPS, GeoPost n'avait pas une seule marque unifiée, mais différentes marques pour divers marchés. Afin de se concentrer sur leur croissance, particulièrement à l'international, et créer une meilleure unité de marque, GeoPost a annoncé sa nouvelle identité de marque commerciale internationale de livraison de colis: DPDgroup. Le rebranding initial comportait le design du nouveau logo et l'intégration de différentes marques, comme Chronopost en France, au logo de la famille DPDgroup. Le 18 mars 2015, le processus de rebranding a été établi dans 22 pays européens, et sera stratégiquement déployé sur les 3 prochaines années.

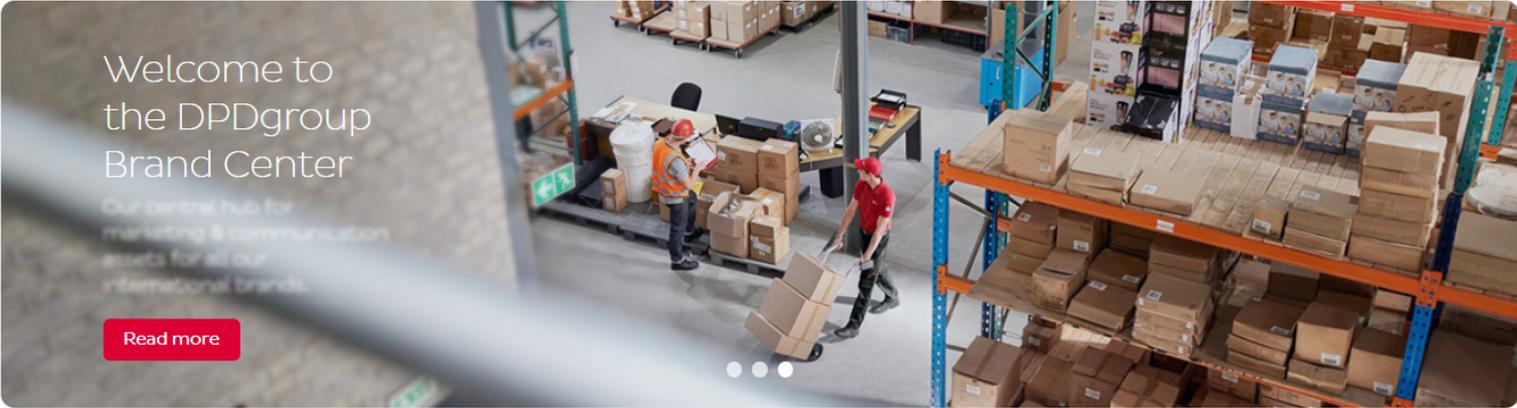
Cependant, le portail qu'ils utilisaient ne pouvait pas gérer toutes les exigences d'un processus de rebranding, en effet, il était dépassé au niveau technologique, peu intuitif, et peu fonctionnel. Ce système était rarement utilisé par les employés, et présentait aussi plusieurs limites. Par exemple, les images devaient être redimensionnées avant le téléchargement car un fichier ne pouvait pas dépasser une taille de 150 MB pour pouvoir être téléchargé. Comme il était crucial de pouvoir partager et fournir des documents, contenus web, éléments d'impression, mises en page, images et vidéos à tous les départements, un portail facile à utiliser, connectant tous les différents départements, était nécessaire.

Comment Bynder a aidé

DPDgroup a maintenant une plateforme intuitive et simple d'utilisation au sein de laquelle tous les départements peuvent accéder aux dernières ressources. La connectivité de la plateforme Bynder permet aussi aux utilisateurs d'y intégrer des systèmes existants, comme un CMS, standardisant et améliorant ainsi le processus, de la création à l'utilisation finale. Grâce aux informations vitales de branding, aux règles et aux chartes graphiques, qui sont accessibles depuis le module de Charte Graphique Interactive, chaque employé peut facilement apprendre à utiliser Bynder et respecter ainsi l'identité de la marque.

Chaque membre du marketing doit avoir accès aux nouvelles ressources digitales de DPDgroup, comme les images, logos, fichiers ou vidéos, qui sont parties intégrantes au processus de rebranding. Grâce au module de Digital Asset Management de Bynder, l'équipe marketing peut gérer, stocker et partager toutes ses ressources digitales à un seul endroit avant leur distribution. Ceci réduit le risque d'utiliser d'anciens logos et images, ou de créer des duplicatas.

La solution de Bynder donne aux équipes marketing de DPDgroup les outils nécessaires pour garder le contrôle sur tous les contenus de la marque, de sa création à son utilisation, automatisant ainsi tout le processus de rebranding. Les partenaires et les consommateurs pourront découvrir une nouvelle image de marque cohérente de DPDgroup, tandis que les analystes marketing pourront observer les statistiques afin de constater quels types de contenus fonctionnent le mieux et pourquoi. Ils pourront ainsi adapter leurs stratégies marketing en conséquence.



[Read more](#)



[Share your files](#)

Quick links

- [DPDgroup Intranet >](#)
- [Contact >](#)



Les avantages pour le groupe DPD

L'équipe marketing de DPDgroup a fait confiance à Bynder pour fournir les nouvelles ressources marketing à une équipe globale, uniformisant ainsi leur processus de rebranding. Trois semaines après l'annonce officielle du rebranding, 163 membres des équipes marketing de DPDgroup ont déjà travaillé avec succès sur le portail de la marque.

Quelques éléments

À propos de Bynder

Bynder aide les professionnels à collaborer plus efficacement grâce à une solution cloud de Digital Asset Management qui stocke, gère et partage tous leurs contenus multimédias.

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



www.bynder.fr