

DraftKings werkt tijdens snelle groei samen met Bynder om consistente content ervaringen op te kunnen schalen



OVER DRAFTKINGS:



DraftKings is een omnichannel aanbieder van sportweddenschappen en technologieën voor gaming, met sport- en gaming entertainment voor operators in 17 landen.

De specialist in digitale sportweddenschappen voedt de competitieve geest van sportfans met producten voor daily fantasy, gereguleerde gaming en digitale media, van de NFL en NBA tot PGA golf en NASCAR racing.

Opgericht: 2012

Hoofdkantoor: Boston, VS



Highlights

- Achtergrond:** Om een enthousiaste fanbase van wereldwijde sportliefhebbers vooral op mobiel aan te kunnen spreken is 's werelds meest toonaangevende daily fantasy sports merk DraftKings afhankelijk van een dynamische omnichannel marketingaanpak. DraftKings biedt online gaming, sportweddenschappen en een NFT-marktplaats, en werkt daarbij regelmatig samen met 's werelds meest iconische sportinstellingen.
- Uitdaging:** Naarmate DraftKings begon te groeien, werd het beheer van marketing assets via Google Drive steeds chaotischer. Het was niet makkelijk om assets te zoeken en ze hadden geen controle meer over wie hun waardevolle merk assets kon zien en gebruiken. Er waren veel verschillende kanalen en partners betrokken bij hun marketingstrategie, dus hadden ze een betere manier nodig om de DraftKings merkrichtlijnen te centraliseren en te communiceren.
- Oplossing** De DAM suite van Bynder en de ingebouwde module **Brand Guidelines** boden een *single source of truth* voor de diverse goedgekeurde marketing assets van DraftKings, getagd met relevante metadata om snel en gemakkelijk zoeken mogelijk te maken. Door de toegangsrechten voor bestanden aan te passen hebben gebruikers nu volledige controle over hoe hun gevoelige merk assets worden gezien en gebruikt. Ook de Brand Guidelines module is van onschatbare waarde geweest bij het centraliseren van hun merkidentiteit, vooral ook door de mogelijkheid deze gemakkelijk te communiceren naar zowel interne als externe belanghebbenden en te zorgen voor een consistente content ervaring op alle kanalen.

989⁺
gebruikers

89,877⁺
assets

1000^{GB}
opslag

Over DraftKings

Als 'the game inside the game', heeft DraftKings meer dan 6M betaalde gebruikers en is het de enige in de VS gevestigde, verticaal geïntegreerde aanbieder van sportweddenschappen.



Situatie

Wanneer je marketing bestaat uit Superbowl-commercials met allerlei grote sterren, gepersonaliseerde digitale advertenties en partnerships met de grootste namen in de sport, waarvan veel in eigen beheer wordt geproduceerd, zijn efficiënte **content operations** essentieel.

DraftKings is snel uitgegroeid tot marktleider in een nieuwe bedrijfstak, dus was het extra belangrijk dat hun omnichannel-aanpak gepaard ging met een consistente merkidentiteit, vooral wanneer je vaak samenwerkt met een divers netwerk van wereldwijd bekende sportpartners om het merk te promoten.

Met het oog op schaalvergroting hadden ze één enkel systeem nodig voor hun goedgekeurde merk assets, voor welk kanaal deze ook gemaakt waren en ongeacht hun dynamische merkidentiteit. Dit betekende een betere vindbaarheid van assets, een beter merkbeheer en een handige manier om hun nieuwste merkrichtlijnen zowel intern als extern te delen.

“

De afgelopen jaren zijn we als bedrijf heel snel gegroeid, en de hoeveelheid werk die we creëren is meegegroeid. Naast een betere organisatie wilden we ook beter omgaan met onze creatieve assets. We wilden niet het risico lopen dat mensen zelf ‘branded’ content zouden maken, of ons merk verkeerd zouden communiceren. Het elimineren van dat risico was een belangrijke reden om over te stappen.”

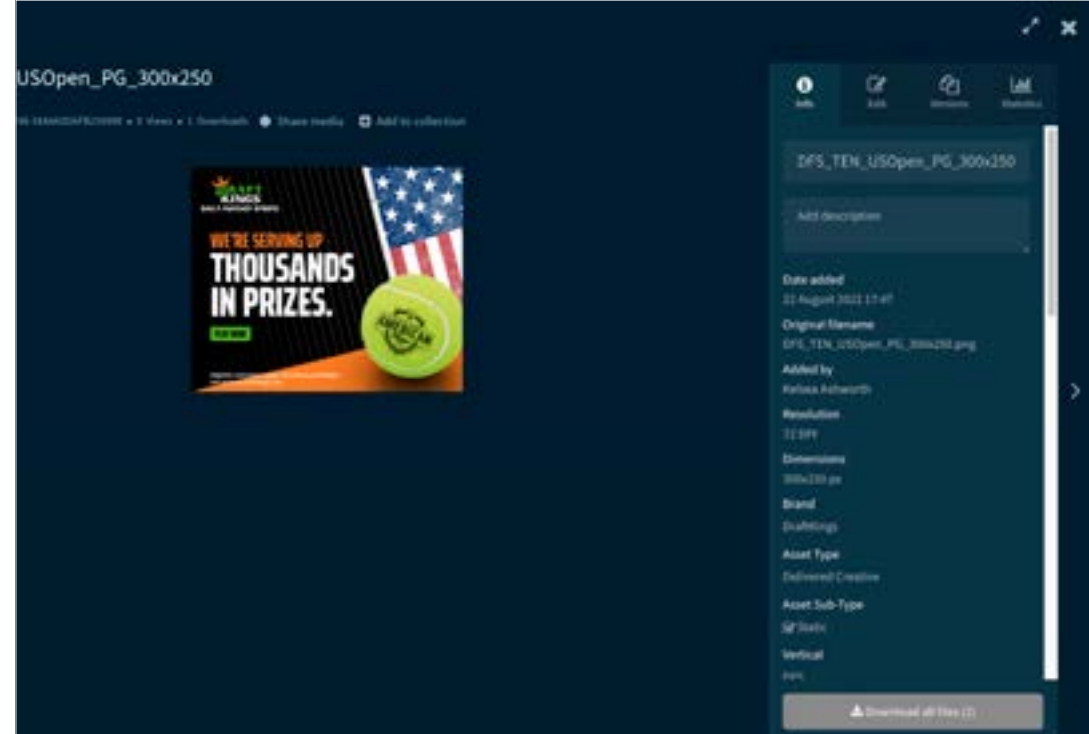
Sarah Juselius

Senior Director Creative Operations

Vorige uitdagingen

Vóór Bynder gebruikte DraftKings Google Drive om al hun digitale assets op te slaan en te delen. Er was geen consistente methode voor het organiseren van bestanden. Belangrijke assets gingen dan ook regelmatig verloren, werden verwijderd of verplaatst, waardoor het moeilijk was iets terug te vinden zonder een directe link.

Naarmate hun merkactiviteiten groeiden, zocht DraftKings naar een *single source of truth* die meer veiligheid en beter beheer kon bieden bij het opslaan, gebruiken en delen van goedgekeurde merk assets.



Samengevat had DraftKings een oplossing nodig die:

- Het markeren van merk assets met relevante metadata mogelijk maakte voor snel, intuïtief zoeken en betere zichtbaarheid van campagnes en creatieve assets voor het hele bedrijf.
- Toegang en gebruikersrechten kon aanpassen voor verschillende stakeholders, zodat het merk beter wordt beveiligd en er minder risico is dat de verkeerde assets worden gebruikt of gepubliceerd.
- Zorgt voor een dynamische digitale thuisbasis voor hun merkrichtlijnen, die hun meest actuele merkidentiteit weerspiegelt en gemakkelijk te delen is met een wereldwijd netwerk van bureaus en partners.

Solution

De **digital asset management** oplossing van Bynder is de beste plek voor de creatieve content en campagne-assets van DraftKings, klaar voor distributie via het dynamische partnernetwerk en de diverse marketingkanalen.

Met **Brand Guidelines** die visueel representatief zijn, snel te delen en gemakkelijk bij te werken, kan DraftKings ervoor zorgen dat zowel interne collega's als externe partners het merk altijd accuraat vertegenwoordigen.

Een eenvoudige self-service aanpak

DraftKings DAM heeft een consistente conventie voor bestandsnamen en een **taxonomie** voor merkspecifieke terminologie, zodat stakeholders direct kunnen vinden wat ze nodig hebben. Assets worden getagd met metadata over gebruiksrechten, wettelijke naleving, voor welke campagne ze zijn gebruikt, wie ze heeft gemaakt en geüpload en andere belangrijke informatie om ervoor te zorgen dat ze correct worden gebruikt.

Soepele implementatie

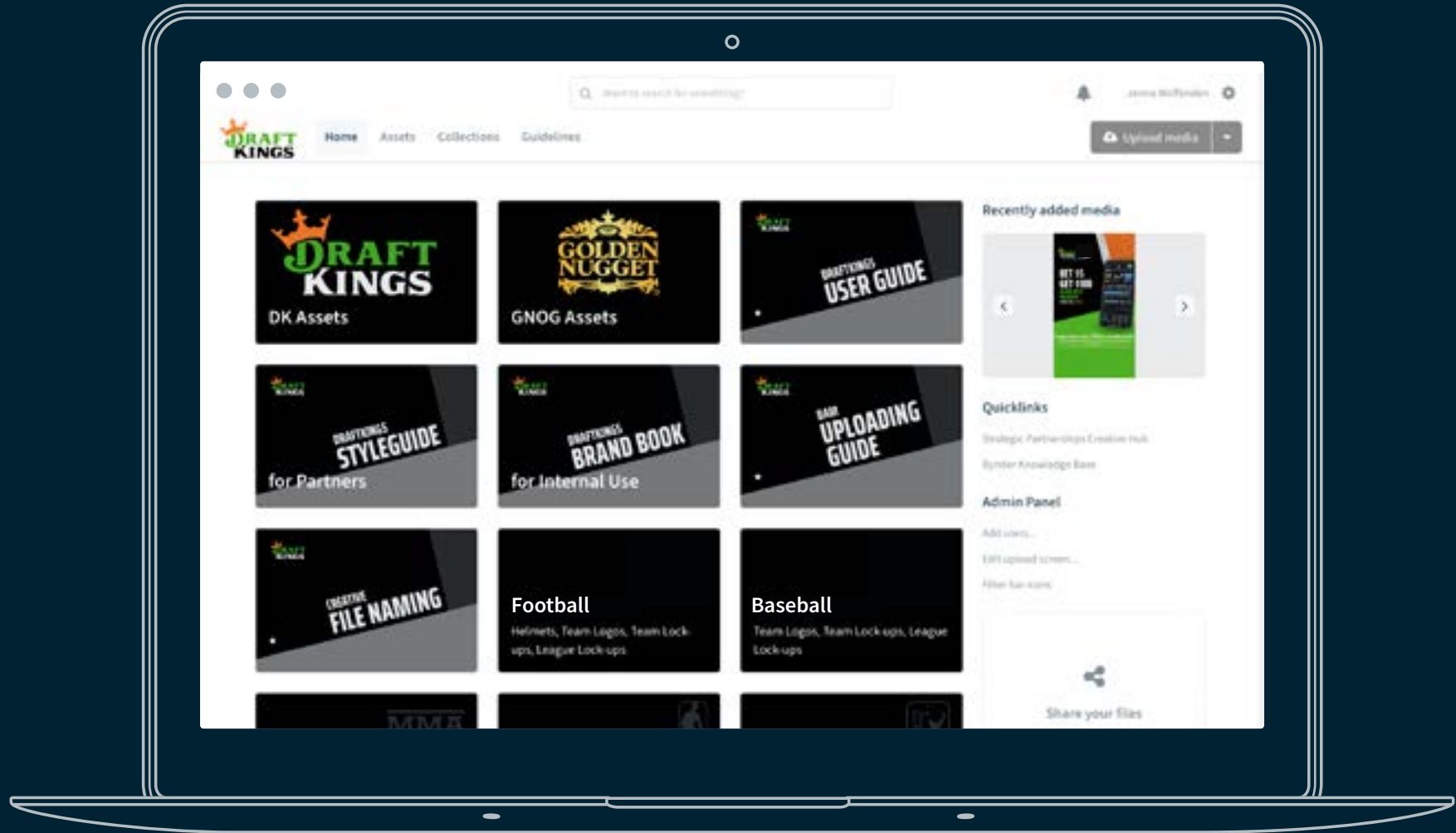
“We did a phased, team-by-team rollout when implementing Bynder, which worked really well. Considering the scale and variety of teams within the company, I was impressed how quickly people were uploading assets and using the system.”
– Jenna Wolfenden, Creative Ops Program Manager

Partners machtigen met door het merk goedgekeurde content

DraftKings heeft nu de snelheid en wendbaarheid om merkconforme creatieve assets soepel te distribueren naar partners, zonder het risico dat ze off-brand zijn. Door te bepalen wie toegang heeft tot en gebruik kan maken van bepaalde assets en makkelijk te delen merkrichtlijnen voor partners en collega's met duidelijke gebruiksinstructies, wordt het merk DraftKings altijd op de juiste plaats en op de juiste manier vertegenwoordigd.

Intern betere bewustwording voor het merk bewerkstelligen

“Bynder is een geweldige bron voor nieuwe hires om een gevoel te krijgen voor ons merk en het werk dat we doen. Ik neem nieuwe hires altijd even mee door de portal, deze biedt een toegankelijk overzicht van de creatieve content en campagnes waar we eerder aan gewerkt hebben.”
– Jenna Wolfenden, Creative Ops Program Manager

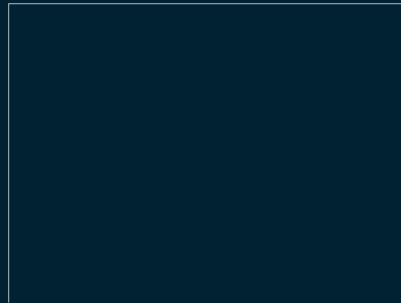


DraftKings Bynder portal

Het Bynder ecosysteem

Bynder DAM

Open asset bibliotheek



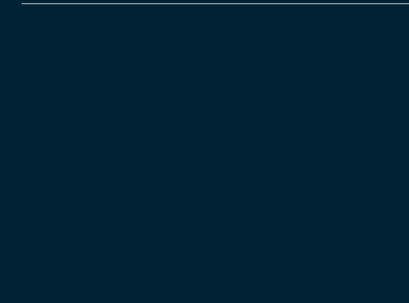
Externe teams

Reclamebureaus
Partners
Media



Brand Guidelines
Bynder Analytics

Intern merk portal



Interne teams

Creatie
Groei & Acquisitie
Analytics
Digital marketing
Sales

“

Wat ik fijn vind aan Bynder is dat het gemakkelijk te navigeren is met weinig instructie. Het is eenvoudig, intuïtief en de portal vereist niet veel onderhoud.”

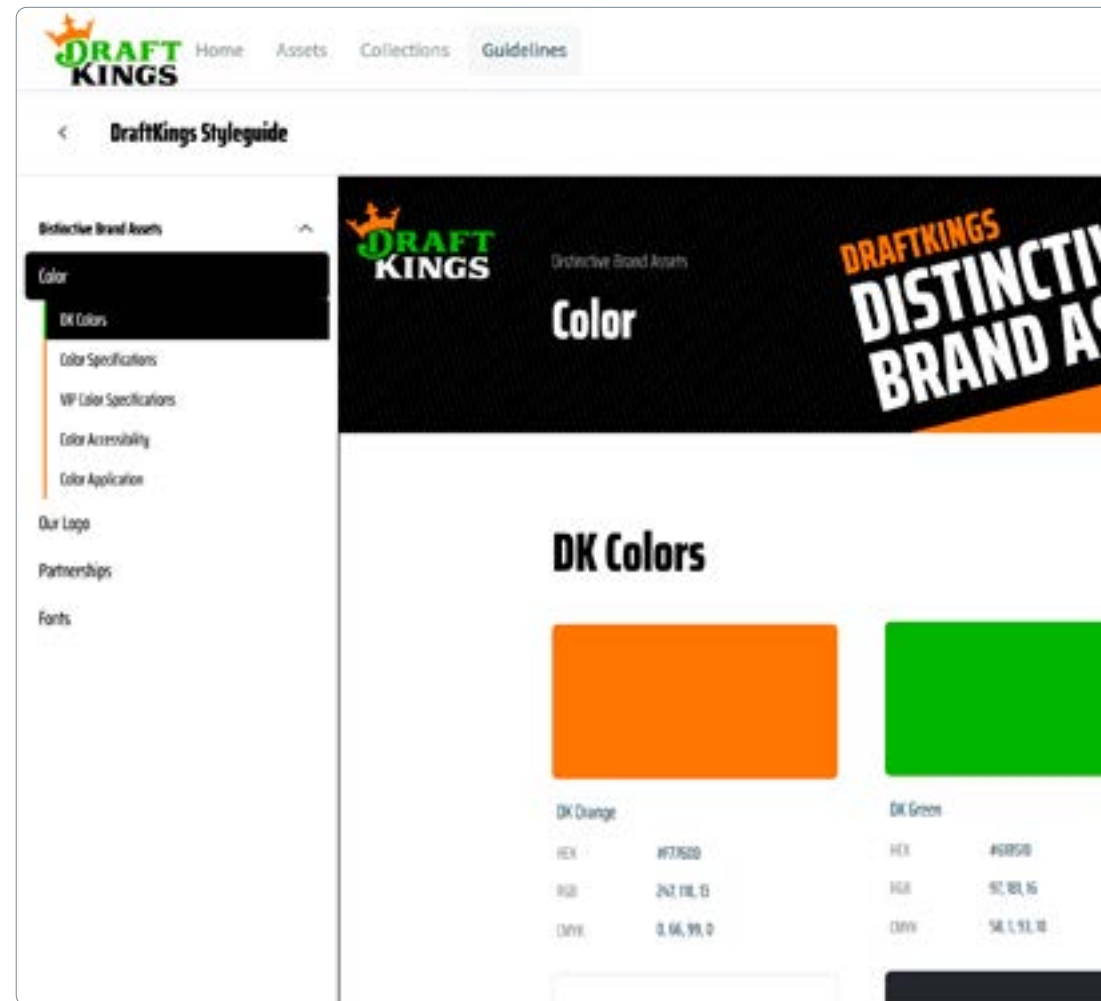
Sarah Juselius

Senior Director of Creative Operations

Een digitaal thuis vinden voor het merk DraftKings met Brand Guidelines van Bynder

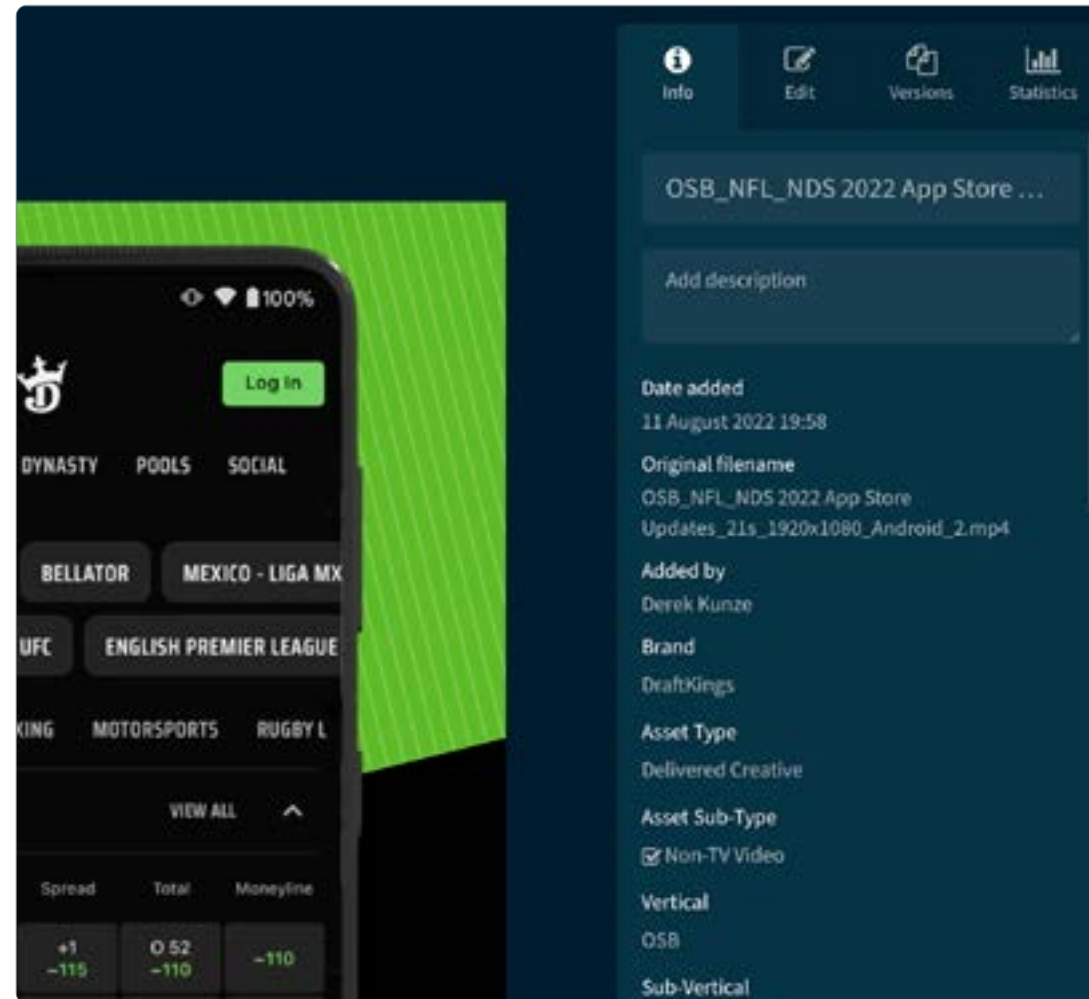
Het merk DraftKings moet flexibel zijn, maar toch consistent herkenbaar, of het nu gaat om mobiele advertenties voor fantasy sportwedstrijden of sponsoring door major league sport partners.

Om hun diverse mix van partners en multidisciplinaire interne teams in staat te stellen de merkidentiteit te begrijpen en consistent te communiceren, gebruikt DraftKings de [Brand Guidelines](#) van Bynder als de digitale thuisbasis voor alles wat met branding te maken heeft.



“Het centraliseren van onze merkrichtlijnen in Bynder is een enorme hulp geweest voor onze merkconsistentie en continuïteit. Of het nu gaat om logo's, kleuren, samenwerkingsrichtlijnen - alles is goed te vinden voor interne en externe partijen. Door de richtlijnen te koppelen aan de juiste merk assets die in het DAM zijn opgeslagen, is het voor iedereen handig en begrijpelijk.”
- Sarah Juselius - Senior Director of Creative Operations

De module Merkrichtlijnen is gemakkelijk toegankelijk, te bookmarken met een online link en geïntegreerd met DAM, en biedt een *single source of truth* voor zowel interne als externe stakeholders voor de nieuwste merkregels en assets. Met deze selfservice aanpak speelt iedereen volgens dezelfde merkregels zonder dat het marketingteam voortdurend toezicht hoeft te houden.



“ Onze merkidentiteit is belangrijk voor alles wat we doen in onze marketing, apps en diverse samenwerkingen. Bynder doet geweldig werk door er voor te zorgen dat er een niveau van merkcontinuïteit is over al deze verschillende touchpoints.”

Jenna Wolfenden

Creative Ops Program Manager



About Bynder

Bynder is het snelst groeiende DAM-platform en biedt een vereenvoudigde oplossing voor marketingprofessionals om hun digitale content in de cloud te beheren.

Kijk voor meer informatie op www.bynder.nl