

Wie Red Roof DAM ins Zentrum seines digitalen Ökosystems brachte

Red Roof®



ÜBER RED ROOF INN



Red Roof ist ein mehrfach ausgezeichnetes Hotelunternehmen mit einem Portfolio von vier Marken, das weltweit Unterkünfte der Kategorie Economy bis Mittelklasse anbietet.

Red Roof hat für jeden Reisenden (und seine vierbeinigen Freunde) auf Geschäfts- oder Privatreisen ein passendes Hotel, in dem es sich entspannt schlafen lässt – ganz nach dem Motto „Sleep Easy. Spend Less.™“

Gegründet: 1973

Hauptsitz: New Albany, Ohio

5000⁺

Mitarbeiter

680⁺

Standorte

Mehrere Millionen

Gäste pro Jahr

Die Ausgangssituation

Mit Standorten an allen US-Küsten und laufenden internationalen Expansionsplänen spielen Marketing- und Brandingmaßnahmen für die mehr als 680 Red Roof-Immobilien eine entscheidende Rolle.

Von der Fotografie neuer Hotels über die Bereitstellung von Markenmaterialien an Reisebüros bis hin zur Promotion saisonaler Kampagnen auf der Website – Red Roof ist auf eine dynamische und umfangreiche Bereitstellung von Markeninhalten angewiesen, um seinen Kunden einzigartige digitale Erlebnisse zu bieten.

“Wir nutzen [redroof.com](https://www.redroof.com) vor allem für Direktbuchungen auf der Website. Daher müssen wir dafür sorgen, dass die digitalen Inhalte unserer Marke optimiert und über alle Kundenkontaktpunkte hinweg konsistent sind.”

*Alle Zitate in diesem Artikel stammen von Red Roofs Brand Marketing Manager, Abbie Gillespie.





Frühere Herausforderungen

Hochwertiges Bildmaterial ist ein wesentlicher Bestandteil der Marketingstrategie von Red Roof. Tolle Fotos sind einer der Hauptgründe, warum die Gäste sich für eins der Hotels entscheiden. Sie sorgen dafür, dass die verschiedenen Unterkünfte immer optimal präsentiert werden.

Vor der Einführung von Bynder wurden die Bilder an verschiedenen Orten gespeichert. Da eine organisierte „Single Source of Truth“ für digitale Assets fehlte, traten oft Probleme beim Zugriff oder bei der Verteilung von Inhalten auf.

Im Durchschnitt musste das Brand-Team von Red Roof 30 verschiedene Bilder manuell erstellen, komprimieren und die Größe anpassen, um sie anschließend in die Templates für alle 680 Hotels einzufügen. Das hat nicht nur viel Zeit und kreative Ressourcen gekostet, sondern auch die Leistung der Website beeinträchtigt. Die Assets waren nicht ordnungsgemäß optimiert, was zu langsamen Ladezeiten und einem verringerten SEO-Potenzial führte. Dies wirkte sich negativ auf die Content-Erlebnisse aus, die Red Roof seinen potenziellen Kunden online bieten wollte.

“ Als wir uns dazu entschieden haben, in ein DAM zu investieren, wollten wir eine skalierbare Plattform finden, die als Single Source of Truth für all unsere Bilder dient, da sie an so vielen Stellen angezeigt werden. Die Integration mit unserem CMS war uns ebenfalls wichtig.”



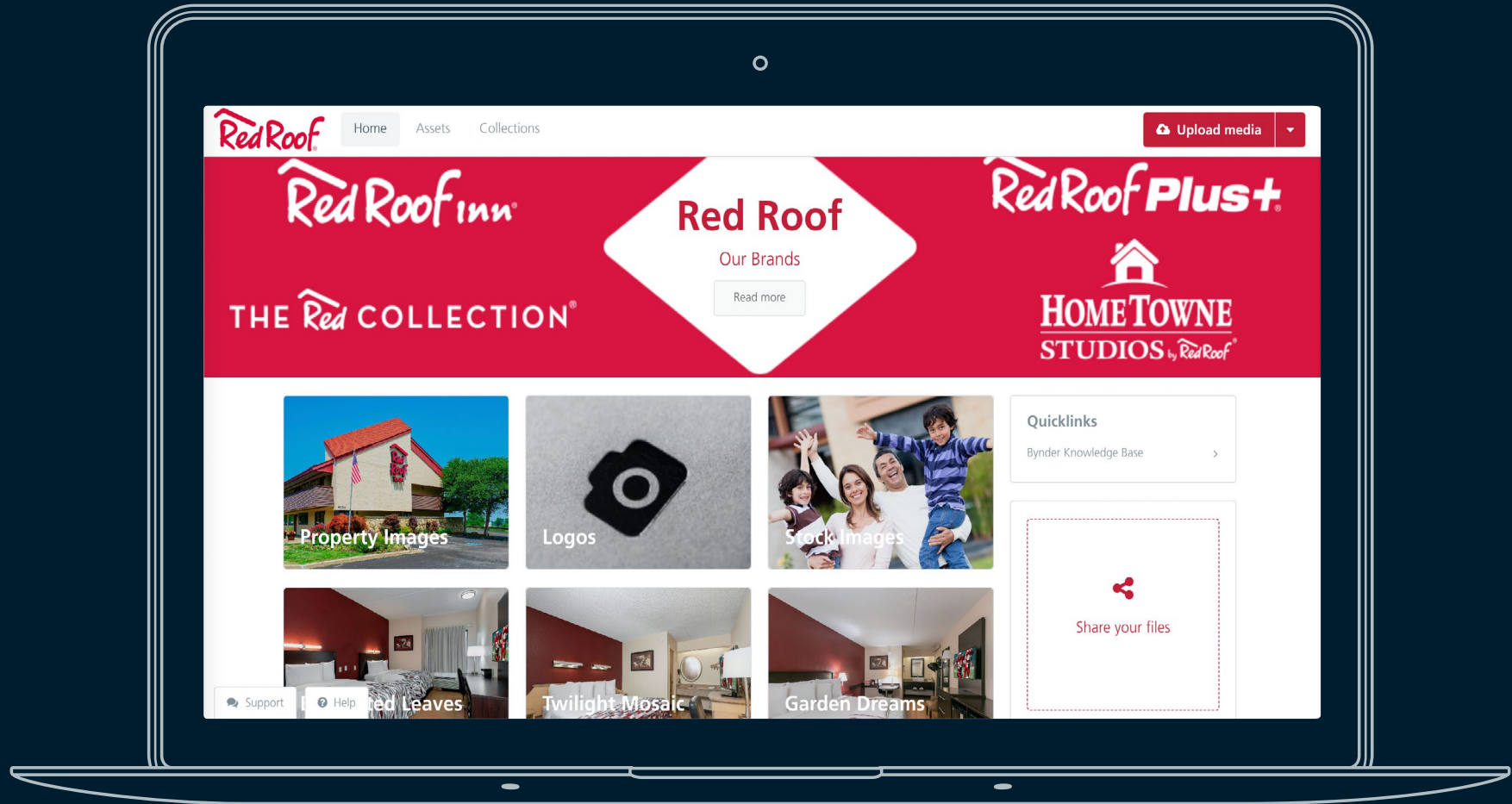
Dank DAM zur höheren Reichweite der Red Roof-Marke

Red Roof nutzt Bynder nicht nur als Speicherplatz für seine Bilder, sondern auch um alle Marketing-Assets zu zentralisieren – inklusive Videos, Markenrichtlinien, Werbematerialien, Audiodateien und noch viel mehr.

“Wir wurden schon nach kürzester Zeit mit tollen Ergebnissen und Investitionsrenditen belohnt.”

Das CMS von Red Roof, [Tridion Sites](#), ist nahtlos in Bynder integriert. So wird ein vernetztes digitales Ökosystem geschaffen, um manuelle Verwaltungsarbeit zu reduzieren, markengeprüfte Materialien zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu veröffentlichen und Ressourcen für wichtigere Aufgaben einzusparen.

“Bynder hat uns bei einer schnelleren Markteinführung geholfen, ohne dass wir Abstriche machen mussten. So konnten wir uns auf weitere Markeninitiativen konzentrieren.”



Das Bynder DAM-Portal von Red Roof

Erstklassige Content Experiences mit Dynamic Asset Transformation

Red Roof hat sein DAM mit **Dynamic Asset Transformation (DAT)** verknüpft. So können Bilder automatisch in der richtigen Größe angepasst und für den jeweiligen digitalen Kanal SEO-optimiert werden, nachdem sie nahtlos aus dem DAM hochgeladen wurden.

“Es ist schon beeindruckend, wo wir heute stehen – wir haben im Durchschnitt mehr als 50.000 Bildanfragen pro Tag auf 100+ verschiedenen Websites mit einer Ladezeit von weniger als einer Sekunde.”





Zuvor konnte das Team nur bis zu fünf Bilder im Main-Carousel der Immobilienseiten anzeigen. Mit DAT sind nun bis zu 12 Bilder möglich und die Seiten werden sogar noch 25 % schneller geladen als zuvor. Die Website-Besucher erhalten qualitativ hochwertiges Bildmaterial der verschiedenen Unterkünfte und die Mitarbeiter können sich darauf verlassen, dass ihre digitalen Assets mühelos abgerufen und verteilt werden. Ein willkommener Nebeneffekt ist auch, dass die Website dank besserer Suchergebnisse mehr Besucher anzieht.

“Mit Bynders Dynamic Asset Transformation Modul sparen wir unglaublich viel Zeit.”

“ Bynder hat unsere SEO-Werte maximiert und dafür gesorgt, dass wir in den Suchergebnissen besser platziert sind als unsere Mitbewerber.”



Was steht als Nächstes für Red Roof an?

Kürzlich hat Red Roof die Chance genutzt, Bynder für den Start seines neuen Roku-TV-Kanals in verschiedenen Hotels zu nutzen. Durch die Integration des DAM in das CMS können die Teams problemlos objektspezifische Marketingbotschaften und -kampagnen an die TV-Geräte verteilen und aktualisieren, während sie gleichzeitig auf Unternehmensebene verwaltet werden.

Mit Blick auf die Zukunft sieht Red Roof viel Potenzial, die Reichweite des DAM auf andere wichtige Kundenkontaktpunkte auszuweiten – einschließlich E-Mail-Outreach, Check-in-Automaten und Content auf Objektebene.

“Ingesamt ist Bynder eine echte Bereicherung für Red Roof!”



Über Bynder

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

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website www.bynder.de