



Le Digital Asset Management pour l'e-commerce :

Comment Bynder aide les entreprises à prospérer sur un marché du e-commerce en pleine croissance.

Les spécialistes du marketing sont-ils en mesure de fournir la quantité de contenu nécessaire pour suivre l'évolution rapide de l'e-commerce ?

L'e-commerce connaît une croissance sans précédent. La pandémie a changé le comportement des consommateurs de manière durable. Tout particulièrement pour les achats en ligne qui ont connu une croissance exponentielle. Les ventes liées au e-commerce ont augmenté autant au premier semestre 2020 **que lors des dix années précédentes**.

Les marques attirent désormais l'attention sur le « ici, maintenant » et le « futur » pour mettre en place

leurs stratégies marketing à venir, laissant de côté les campagnes axées sur la pandémie, caractéristiques de 2020. Cependant, seulement **60 % des entreprises qui proposent des biens de consommation** se disent prêtes à tirer profit de l'essor du e-commerce.

Pour des produits de nécessité comme les produits alimentaires, l'électronique ou les vêtements, la plupart des consommateurs sont devenus de véritables experts des achats en ligne. Ils s'attendent à présent à une expérience d'achat fluide, de la navigation du site à la livraison. Les consommateurs réclament plus de vidéos, de descriptifs produit et de contenu pertinents pour prendre leur décision d'achat.

Les attentes des consommateurs sont élevées et les expériences digitales proposées par des géants de l'industrie comme Amazon, Walmart ou Coolblue sont telles que les marques doivent proposer du contenu de qualité pour attirer et fidéliser des consommateurs. Pour les chefs de produit, plus de contenu de qualité est synonyme de plus de moyens de se démarquer, d'améliorer son référencement et de générer des ventes.

Pour se faire une place au sein du monde numérique ou pour la garder, les marques vont devoir s'approprier l'espace numérique en créant un contenu de marque de qualité et en réorganisant leurs technologies pour publier le contenu sur les différents canaux et e-marchés de façon efficace et sécurisée.

Pour proposer **une expérience digitale convaincante qui génère des ventes**, les entreprises ont besoin :

- D'une archive unique pour l'ensemble de leur contenu, tel un outil de Digital Asset Management ;
- D'outils de création de templates pour créer du contenu marketing adapté à tous les canaux ;
- D'intégrer leur technologie aux meilleures solutions de gestion de l'information produit (PIM).

40 % des professionnels du secteur s'accordent à dire que la meilleure initiative marketing e-commerce des cinq prochaines années est l'amélioration de l'expérience utilisateur. Les consommateurs réclament plus de contenu digital à propos des produits pour

prendre leur décision d'achat. Les entreprises font cependant face à **deux défis majeurs** :

- Gérer les données produit, l'ensemble des documents et le contenu de marque sur et depuis des environnements distincts ;
- Publier à grande échelle et sur des canaux différents du contenu convaincant.

40%

des professionnels du secteur s'accordent à dire que la meilleure initiative marketing e-commerce des cinq prochaines années est **l'amélioration de l'expérience utilisateur**.

Quels sont les autres défis du e-commerce auxquels les marketeurs sont confrontés ?

L'e-commerce est devenu le point d'accès à un nombre de consommateurs sans précédent et sa croissance n'est pas terminée. Mais il comporte son lot de difficultés pour les entreprises qui n'ont pas encore atteint leur maturité numérique.



Défi 1 : sécuriser le contenu sensible

La croissance du e-commerce entraîne la création de plus de contenu digital pour proposer une expérience client satisfaisante. Les entreprises doivent garder ce contenu en sécurité. **Du vol de fichiers numériques aux fuites juste avant le lancement d'un nouveau produit**, le monde digital est constamment attaqué. Sans les mesures de sécurité adéquates, les entreprises ne peuvent protéger leur contenu et assurer la planification de leurs lancements de produits.

Défi 2 : intégrer les intervenants extérieurs

Une activité e-commerce ne réussit pas de manière isolée. Des équipes en interne aux agences, freelances ou encore partenaires, il peut être difficile de s'en sortir avec l'ensemble des directives de la marque pour que la gestion de projet soit toujours efficace. Le manque de communication fluide entre les équipes rallongent souvent les délais et compromettent l'expérience numérique proposée aux consommateurs.

Défi 3 : créer davantage de contenu et ses innombrables variantes

73 % des e-consommateurs déclarent être plus enclins à effectuer un achat après avoir visionné une vidéo sur le produit. Pourtant, des pages internet aux e-marchés, en passant par les réseaux sociaux, créer des médias vidéo adaptés pour chaque marché, canal et taille d'écran n'est pas une mince affaire. Les créatifs doivent travailler sur d'innombrables variantes de chaque document pour qu'il soit pertinent pour les consommateurs et génère des ventes, ce qui demande énormément de temps.

Défi 4 : technologie et contenu

Afin d'offrir aux consommateurs une expérience numérique satisfaisante, la technologie doit se mettre au service de la création pour permettre de proposer aux e-acheteurs du contenu convaincant. Sans une stratégie de PIM et DAM (gestion de l'information produit / Digital Asset Management) efficace, la publication de contenu coûte chère aux entreprises et le résultat est moins concluant.

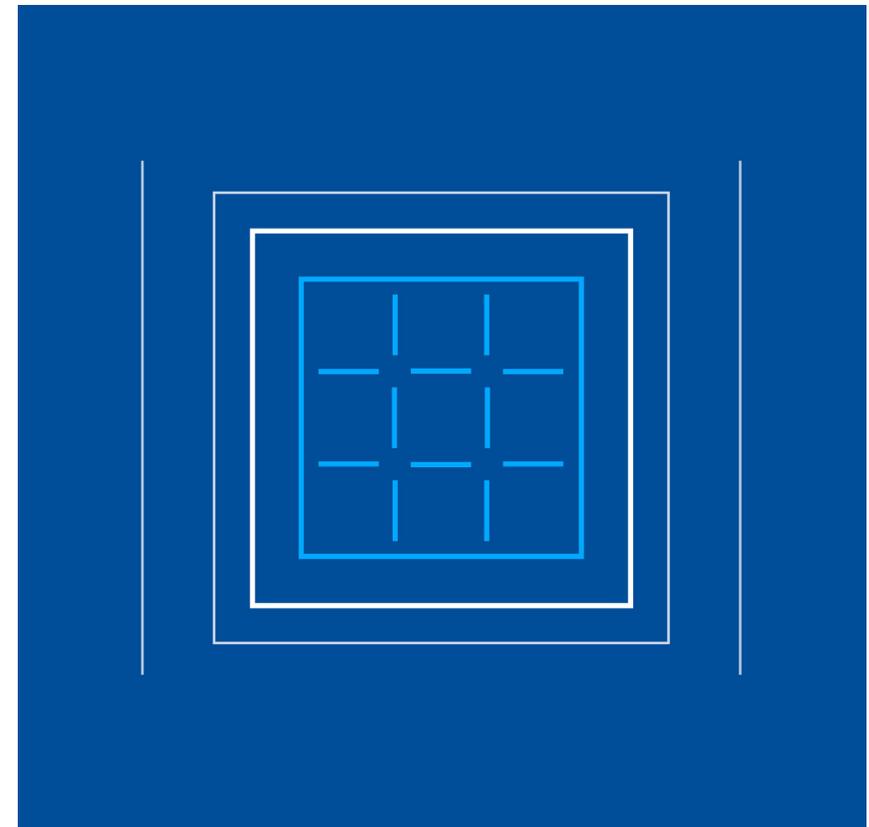
73%

des e-consommateurs déclarent être plus enclins à effectuer un achat **après avoir visionné une vidéo sur le produit.**

Ce que Bynder apporte aux e-commerçant :

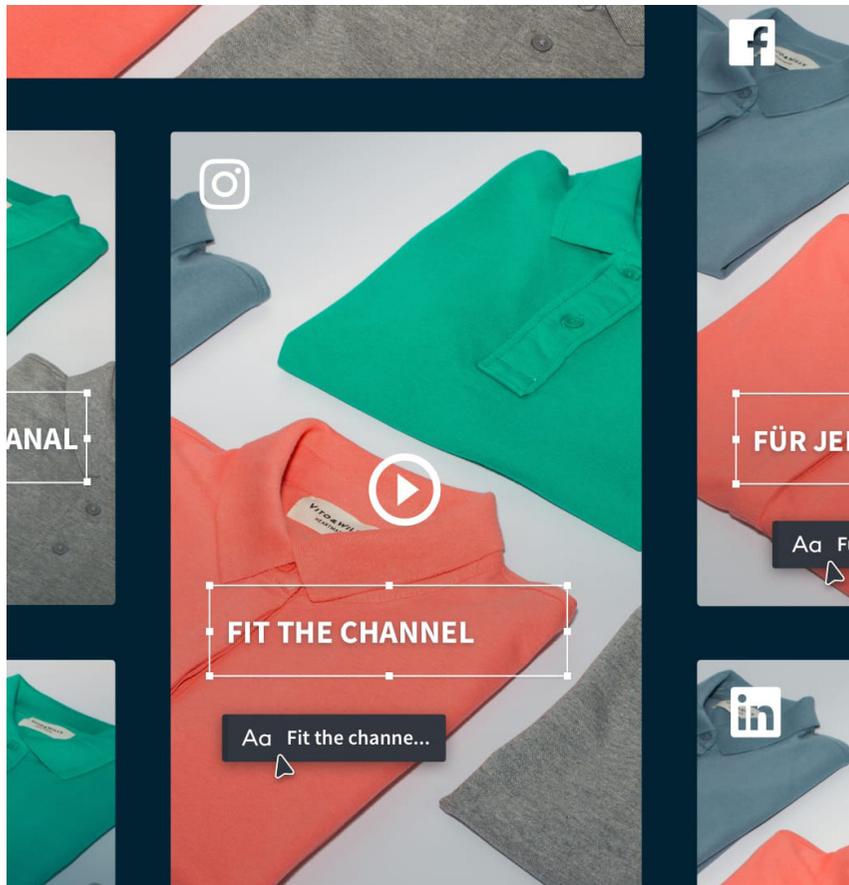
Avantage 1 : partage de contenu sécurisé

La plateforme de DAM de Bynder permet d'éviter la mauvaise utilisation de documents ou la fuite de données, et assure des lancements de produit au moment opportun. Elle offre un accès contrôlé selon la fonction et des droits d'utilisation pour chaque document, pour une durée limitée, afin que les équipes internes comme externes puissent coopérer efficacement au sein d'un environnement sécurisé. Bynder est conforme aux règles de sécurité et de confidentialité en vigueur et teste régulièrement sa technologie pour s'assurer que vos données sont toujours protégées contre les menaces.



« Nous devons créer énormément de contenu et Bynder nous le permet, avec du contenu adapté pour tous les marchés et les différents canaux. Nous sommes en mesure de publier instantanément ce contenu avec une parfaite cohésion. »

—Michael Robinson, Directeur de création chez Nautilus



Avantage 2 : coopération simplifiée avec les intervenants externes

Réunir l'ensemble des personnes concernées autour de la cohésion de marque permet de supprimer nombre de blocages. L'outil de Digital Asset Management de Bynder vous fournit un point d'accès centralisé vers l'ensemble de vos documents numériques. Vous pouvez ainsi gérer et publier votre contenu afin d'offrir une expérience connectée homogène et de diffuser les médias sur le bon canal et au bon moment.

Avantage 3 : génération accélérée de contenu et vidéo de marque

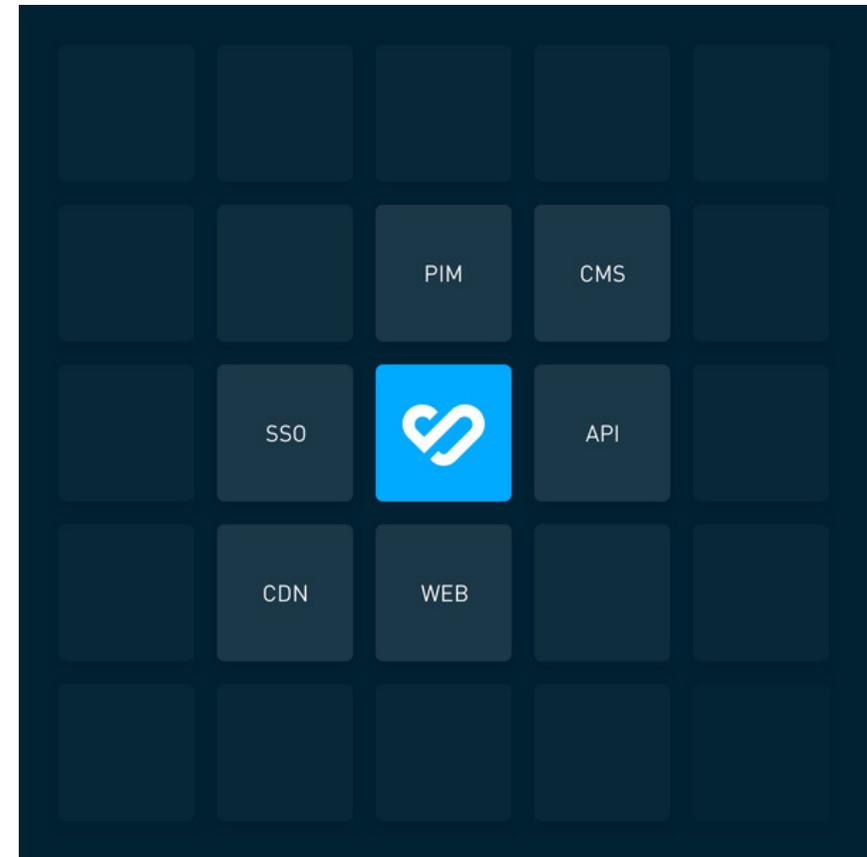
Créez et publiez d'innombrables variantes de votre contenu vidéo en quelques minutes pour alimenter les réseaux sociaux. Avec les modules de création de Bynder, vous pouvez créer des vidéos ou des bannières publicitaires à grande échelle pour alimenter les réseaux et complaire les algorithmes. Économisez et optimisez vos ressources en diffusant seulement le meilleur contenu, toujours sur le bon canal.

« L'une des forces de Bynder est sa facilité d'utilisation et de maintenance. Cela nous a permis de simplifier les processus avec notre contenu de marque et nos fichiers numériques. »

—Thierry van Keeken, Chef de l'identité visuelle chez Coolblue

Avantage 4 : Bynder s'intègre à vos technologies

Une solution de Digital Asset Management fournit à votre entreprise une source unique, fiable et uniforme pour tous les canaux qui doivent accéder à un même contenu. Intégrée à un système de gestion de l'information produit (PIM), comme Salsify, SAP Commerce Cloud ou inRiver, un outil de DAM permet de mettre en place des procédés plus efficaces et de réduire le risque d'erreur.



« Ce que nous retenons est que Bynder apporte de l'efficacité à nos actions marketing. Nous avons réalisé un milliard d'impressions en relations publiques, soit une augmentation de 18,5 % par rapport à l'année précédente avec un coût par impression réduit de 15 %. »

—Stephanie Harralson, Directeur marketing pour l'Amérique du Nord chez Sunsweet Growers

Principaux avantages

- ✓ Améliorer l'**expérience digitale** grâce à du contenu créé plus rapidement et géré plus simplement.
- ✓ **Faciliter la création de documents** et permettre aux équipes chargées de la publication de produire des supports localisés et cohérents, aussi bien avec le marché qu'avec l'image de marque.
- ✓ **Soutenir les campagnes** tout en respectant les exigences techniques.
- ✓ Gagner **en contrôle et en visibilité** grâce à un outil rapidement mis en place qui s'intègre à vos technologies, mais aussi à vos partenaires et fournisseurs.
- ✓ Facile à **intégrer** aux outils existants en permettant une analyse des données.

« Bynder uniformise notre communication sur les différents marchés, diminue nos risques et nous fait gagner en efficacité. Notre coût par impression a diminué et nos utilisateurs actifs ont augmenté de 39 %. Le simple fait d'avoir une bibliothèque de DAM a entraîné plus d'implication de la part des utilisateurs. »

—Stephanie Harralson, Directeur marketing pour l'Amérique du Nord chez Sunsweet Growers

Les solutions de Bynder pour l'e-commerce :

✓ DAM

Centralisez votre contenu numérique pour mieux le gérer

[En apprendre davantage](#)

✓ Video Brand Studio

Automatisez la création de contenu vidéo à grande échelle

[En apprendre davantage](#)

✓ Digital Brand Templates

Créez rapidement des publicités digitales conformes à votre image de marque

[En apprendre davantage](#)

✓ Intégrations

Mettez en place des procédés plus efficaces en intégrant la gestion du contenu à vos technologies

[En apprendre davantage](#)

Avec leurs anciens procédés, la synchronisation des données relatives aux images et aux produits demandait trois heures au sein du **Groupe SEB**. Une application manquait pour actualiser instantanément l'information dans leur solution de gestion de l'information produit (PIM) afin de répondre aux besoins des consommateurs et des employés. Avec Bynder, le Groupe SEB a pu **optimiser ses processus e-commerce relatifs aux PIM et DAM**. Désormais, lorsqu'une image haute résolution est chargée sur Bynder, elle est automatiquement éditée en 6 tailles prédéfinies, de la vignette au full-HD. Cela permet aux employés de gagner un temps précieux, tout en améliorant l'expérience e-commerce proposée.

« Avec Bynder, en 30 secondes les fichiers sont étiquetés, rangés et prêts à être utilisés par l'ensemble de mes équipes. La même chose pour les vidéos. Nous postons tout notre contenu vidéo sur Bynder et l'utilisons conjointement avec l'équipe en charge des réseaux sociaux. »

—Michael Robinson, Directeur de la création chez Nautilus