

Kundenerfolgsgeschichte

Monotype

Was Sie erwartet

Inhaltsverzeichnis

Über Monotype	3
Die entscheidende Notwendigkeit für Monotype	5
Was verbessert werden musste	6
Die Bynder Transformation	7
Adoption und Infrastruktur	8
Über Bynder	9

Monotype

Kundenerfolgsgeschichte

Über Monotype

Das börsennotierte Unternehmen Monotype hat seinen Hauptsitz in Boston und besitzt eine bedeutende Geschichte basierend auf dem Bereitstellen von Designmedien, Technologie und Expertise um schöne, authentische und wirkungsvolle Marken zu kreieren.

Monotype ist historisch bekannt als Schriftenhaus welches Lizenzen für Schriftarten zum Drucken und Veröffentlichen für Geräte, automotive Anzeigen, Apps, Drucker und das Internet erteilte. Nun hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren durch eine Übernahme vergrößert und bietet jetzt umfangreichere Designmedien wie beispielsweise Emojis, GIFs und nutzergenerierte, markenspezifische Inhalte an. Das Profil und die Geschichte des Unternehmens hat sich verändert und hat so zahlreiche neue Designmedien und Bildmaterialien generiert, welche die veränderte Geschichte des Unternehmen widerspiegeln. Und nicht zu vergessen, das Unternehmen hat so eine Vielzahl an neuen Mitarbeitern gewonnen welche anfragen was für Medien, Vorlagen und Bildmaterialien sie verwenden können.

*„Wir wollten etwas, dass die Menschen begeistert –
etwas, dass unsere angestrebte Marke widerspiegelt
und gleichzeitig die Nachfrage eines wachsenden
Unternehmens bewältigen kann, ohne schnell
zu veralten.“*

Addy Procter, Product Marketing Specialist, Monotype

Die entscheidende Notwendigkeit für Monotype

Als ein Unternehmen welches auf Design basiert und tausenden von kreativen Professionellen dient, ist es für Monotype wichtig sicher zu stellen, dass ihre eigene Marke einheitlich im "look and feel" ist. Jedoch war in der Vergangenheit das Kreieren und Zentralisieren der Einführung und Verteilung von digitalen Medien mit einem verteilten globalen Team und einer kleinen Armee an Designern eine herausfordernde Aufgabe.

Monotype implementierte Bynder um Herausforderungen bezüglich Zugang, Instandhaltung und Benutzerfreundlichkeit zu verbessern, um so ein passendes Zentrum für alle ihre Markenmedien zu gestalten. Dadurch erhofft sich das Unternehmen seinen Mitarbeitern zu ermöglichen eine konsequente Monotype Markenerfahrung garantieren zu können.

30,000

gespeicherte Medien

10%

Medien heruntergeladen/
gespeichert

96%

neuer Konten werden
Nutzer

Problemlösung

Was verbessert werden musste

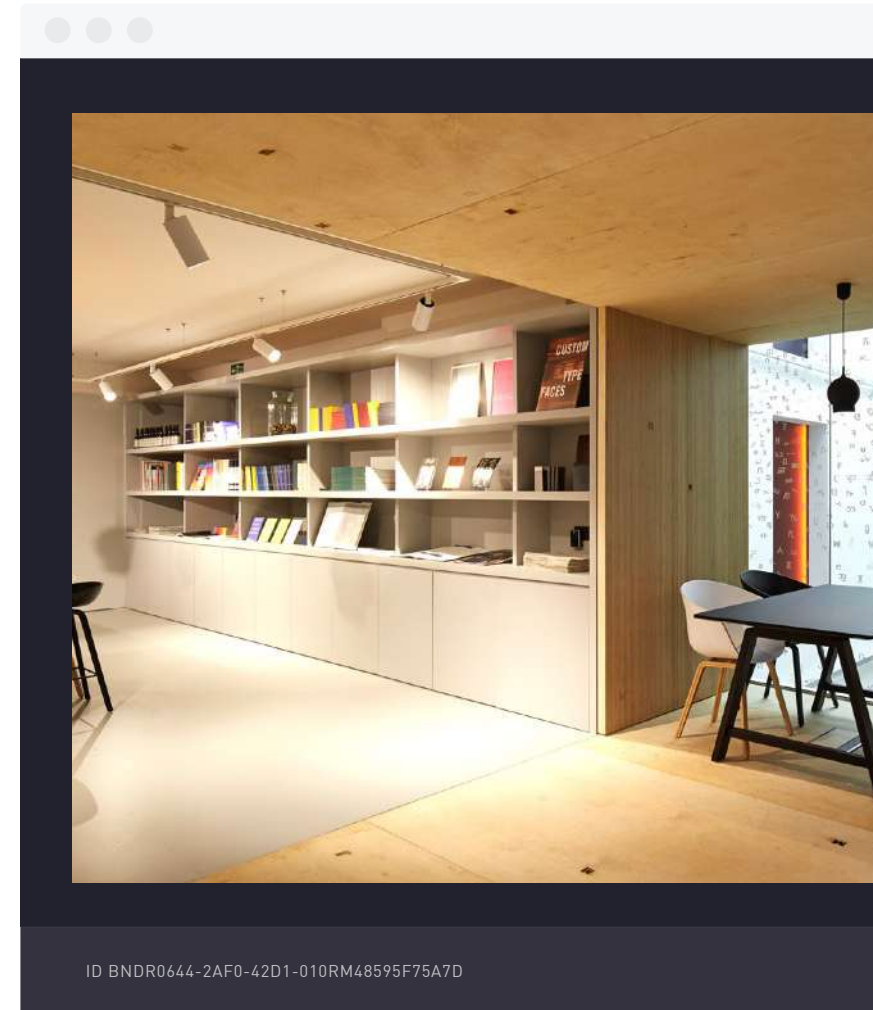
Before adopting Bynder, Monotype's use of
Vor der Adoption von Bynder führte
Monotypes Nutzung eines veralteten DAM
Systems zu drei Herausforderungen:
Zugang, Instandhaltung und
Benutzerfreundlichkeit.

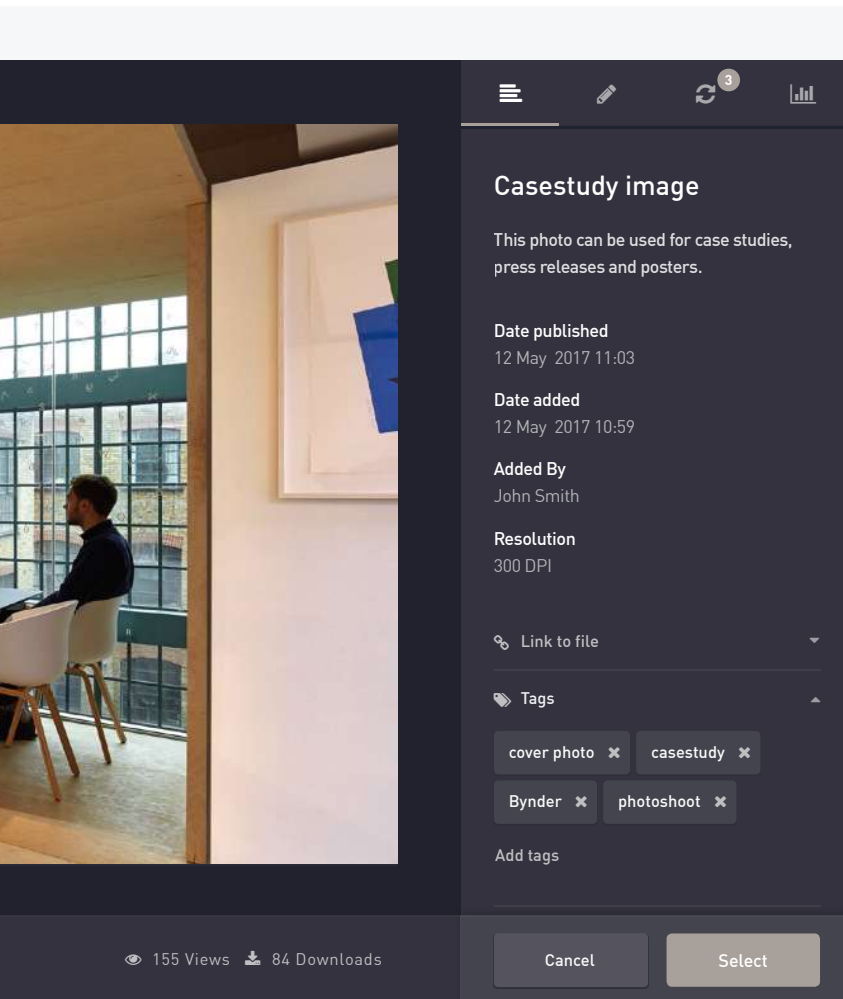
Egal ob es ein Creative Manager, Designer oder
externe Partei war, niemand wollte endlos nach dem
gewünschten Medium suchen oder sich fragen ob
die Version welche Sie verwendeten die aktuellste
war.

Zugang - Sicherstellen, dass alle
Mitarbeiter verstehen wie Sie
durch Suchfunktionen, Metadata
und Genehmigungen die richtigen
Markenmedien einfach finden
können.

Instandhaltung - Die Integrität des
Markenportals bewahren während
mehr und mehr Medien
hinzugefügt werden. Die
Automatisierung von
Markenkontrolle versichert das
fehlerhafte Versionen oder
Dateien niemals in die falschen
Hände gelangen.

Benutzerfreundlichkeit - Eine
intuitive Benutzererfahrung für
alle Nutzer des Systems, welche
Barrieren der Einführung
reduziert und die Medien und das
Investment des Unternehmens
beschützt.





Wo die Magie passiert

Die Bynder Transformation

Kampagnen-generierte Medien wurden zuvor durch eine Vielzahl an Plattformen wie beispielsweise Servern, Desktop Ordnern und Google Drive, verwaltet. Der Umgang mit Medien war somit für interne Teams möglich, gestaltete sich jedoch für Presse und externe Drittparteien schwierig. Wenn nun ein neues Produkt veröffentlicht wird kreiert Monotypes Team eine Kollektion der Medien für ihr E-Commerce Team und dann eine öffentliche Kollektion der Medien für die Presse.

Nun existiert keine Verwirrung mehr über das Management von Markenmedien bei Monotype. Zusätzlich hatte Monotype zuvor zu viele "one and done"-Downloads: Mitarbeiter verwendeten Medien einmalig von dem alten System und wollten sich nicht wieder anmelden um neue Versionen oder ähnliche Medien anzuschauen. Jetzt ist die Versionenkontrolle automatisiert und Genehmigungen von Markenmedien sind klar.

Kampagnen Management -

Monotype kann den richtigen Inhalt zu den richtigen Endpunkten einfach verteilen durch das Verwenden von dem Bynder Kollektionen-Feature.

Asset Distribution & Brand

Consistency - Bynder has allowed for every employee to access all approved assets and guidelines whenever they need them, whether it is during working hours, late at nights, or on weekends.

Versionenkontrolle - Durch die einfache Verwendung von Bynder müssen Mitarbeiter Dateien nicht mehr auf ihrem Desktop speichern. Sie können sich auf dem Portal einfach anmelden und finden so was sie benötigen. Selbst wenn sie diese heruntergeladen und auf dem Desktop gespeichert haben, wenn Medien aktualisiert werden, erhalten sie bei der nächsten Anmeldung eine Benachrichtigung welche über die aktualisierte Datei informiert.

Wo die Magie passiert

Adoption und Infrastructure

Benutzerfreundlichkeit ist entscheidend um Herausforderungen bei Zugang und Instandhaltung zu meistern und so eine weit verbreitete Adoption des Tools anzutreiben. Darüber hinaus ist dessen einfache Nutzung direkt mit dessen Erfolg verbunden. Eine bedürftige User Experience ist entmutigend und in stressigen Zeiten fallen Mitarbeiter auf alte und schlechte Angewohnheiten zurück.



Einfach zu Verwenden - Das Monotype Team empfand Bynder so einfach zu nutzen, dass Training fast überflüssig war.



Team - Bynder war der erste Schritt Monotypes Design Team in einen Platz zu befördern in welchem sie als interne Agentur arbeiten und interne Abteilungen wie Kunden behandeln können.



Infrastruktur - Bynder war nicht nur hilfreich dabei Monotypes Mediennutzung sondern auch die gesamte Markenmanagement -Struktur und Abläufe zu verändern.

„Wir haben einen veralteten und langweiligen Digital Asset Management-Prozess in etwas verwandelt, womit das ganze Unternehmen einheitlich arbeiten kann und begeistert ist dies in ihrem täglichen Arbeitsprozess einzubauen.“

Addy Procter, Product Marketing Specialist, Monotype



Einige Fakten

Über Bynder

Bynder ist der am schnellsten wachsende Digital Asset Management Anbieter und bietet Marketingprofis eine einfache Lösung für die Verwaltung ihrer digitalen Inhalte in der Cloud.

Für mehr Informationen, besuchen Sie unsere Webseite www.bynder.de.

Oder fragen Sie eine persönliche one-to-one Demonstration mit einem Experten an.

Demo einplanen



www.bynder.de