



RIWAL

Het verhogen van digitale klantervaring

Hoe Riwal digitale oplossingen integreert met Bynder om de beleving van de eindklant te optimaliseren

 bynder

Over Riwal:



Riwal, specialist in hoogwerkers, verreikers en vorkheftrucks, heeft meer dan 19.000 units en is actief in Europa, het Midden-Oosten en Centraal-Azië.

Actief in:	16 landen
Werknemers:	2350



Bynder x Riwal

In vogelvlucht

Situatie: De in het hoofdkantoor gevestigde marketingafdeling van Riwal ondersteunt een wereldwijd marketingteam door het creëren van een consistente huisstijl, het initiëren van branding-activiteiten en het uitrollen van digitale content voor campagnes.

Uitdaging: Door de transitie van hun bedrijfsmodel naar ondersteuning van klantgerichte apps en een eCommerce-achtige website, was het stroomlijnen van de internationale uitrol van marketing-content en producttechnische informatie noodzakelijk.

Oplossing: Bynder is nu het centrale platform voor marketing en branding assets, waardoor marketeers wereldwijd in staat zijn om documenten, afbeeldingen, handleidingen en diagrammen op elk moment te organiseren en te bekijken.

Resultaten: Als gevolg van een succesvolle adoptie binnen het bedrijf is Riwal van plan om Bynder verder te integreren met alle klantgerichte digitale oplossingen om zo een eenduidig merkimago voor eindklanten te creëren.



www.bynder.nl

12.340

opgeslagen assets

202.237

assets downloads

7.695

trefwoord-zoekopdrachten

10.600

assets views

“ *Klantervaring is onze hoogste prioriteit, vooral rondom klantenservice en het bieden van slimme oplossingen aan onze stakeholders.* ”

Karel Boers
Marketing Specialist

Over Riwal

Riwal is actief in 16 landen in Europa en het Midden-Oosten en biedt oplossingen voor veilig en efficiënt werken met aangedreven hoogwerk materieel, zoals volledig elektrische machines en apparatuur die gemakkelijk kunnen worden gevolgd in zware omstandigheden of moeilijk begaanbare omgeving. Naast het verleggen van de grenzen van innovatie en duurzaamheid voor machines voor de bouw, ligt de volgende kernwaarde aan alles wat ze doen ten grondslag: klanten en medewerkers voorzien van zo veilig mogelijke werkomstandigheden door ervoor te zorgen dat alle belangrijke informatie beschikbaar is.

Naarmate het bedrijf zich verder uitbreidde, werd het steeds moeilijker om de informatiebehoefte van medewerkers en klanten bij te houden. Het marketingteam realiseerde zich dat er een centrale plaats voor informatie nodig was om een consistente merkidentiteit binnen de groep te waarborgen.

Situatie

Het marketingteam op het hoofdkantoor van Riwal fungeert als ondersteunende functie voor alle wereldwijde marketingactiviteiten, met als hoofddoel om alle markten qua huisstijl op één lijn te krijgen. Het kleine team ondersteunt de wereldwijde website, levert online marketingcampagnes en voert initiatieven uit die de betrouwbaarheid van het merk als partner versterken.

Om hun kernwaarde van een veilige omgeving voor iedereen waar te maken, zijn ze voortdurend op zoek naar manieren om de eindgebruikerservaring te verbeteren. Belangrijke initiatieven zijn onder andere de overgang van een branding website naar een meer e-commerce-achtige ervaring en de ontwikkeling van self-service applicaties met productinformatie en instructies.

Uiteindelijk hebben ze een oplossing nodig die kan helpen bij het centraliseren en stroomlijnen van informatie om een betere klantervaring te bieden bij verschillende initiatieven en eindgebruiker-gerichte platforms.

Uitdaging

Het optimaliseren van klantervaringen vereist een overkoepelende strategie die kijkt naar alle directe digitale contactmomenten, maar ook naar indirecte contactmomenten die van invloed zijn op de klant. Bij Riwal betekent dit dat er gelet moet worden op: 1) digitale marketing, 2) merk-initiatieven en training, 3) web- en klant applicaties.

Door een toenemende global footprint, vereist lokalisatie van digitale marketing content voor Google Adwords, display marketing en sociale kanalen toegang tot content en merkrichtlijnen. Dit zorgt ervoor dat verspreide teams autonoom kunnen werken.

Voor branding campagnes richt Riwal zich vooral op veiligheid en het creëren van educatieve content en trainingsmateriaal voor hun klanten. Bij elk nieuw product of bij het betreden van nieuwe markten brengt dit de extra complexiteit van lokalisatie en het aanpassen van content aan nieuwe doelgroepen met zich mee. De derde uitdaging was het vinden van een manier om ervoor te zorgen dat de website en de klant applicaties intuïtief zijn en op elk moment de meest actuele productinformatie en afbeeldingen aanbieden.



Oplossing

De klantgerichte aanpak van Riwal vroeg om een geïntegreerde DAM-oplossing die on-brand campagne- en productinformatie efficiënt kon leveren op alle touchpoints.



**Wereldwijd
toegankelijke assets**

“Bynder is onze centrale asset bank voor alle communicatie, documentatie, afbeeldingen en digitale tools.”

**Snelle support
voor klanten**

“Het is een manier voor ons om documentatie over machines en inspectierapporten te delen, die gecentraliseerd moeten worden [...] De feedback die we krijgen is dat alles gemakkelijk te vinden is.”

**Consistente
campagnes en
boodschap**

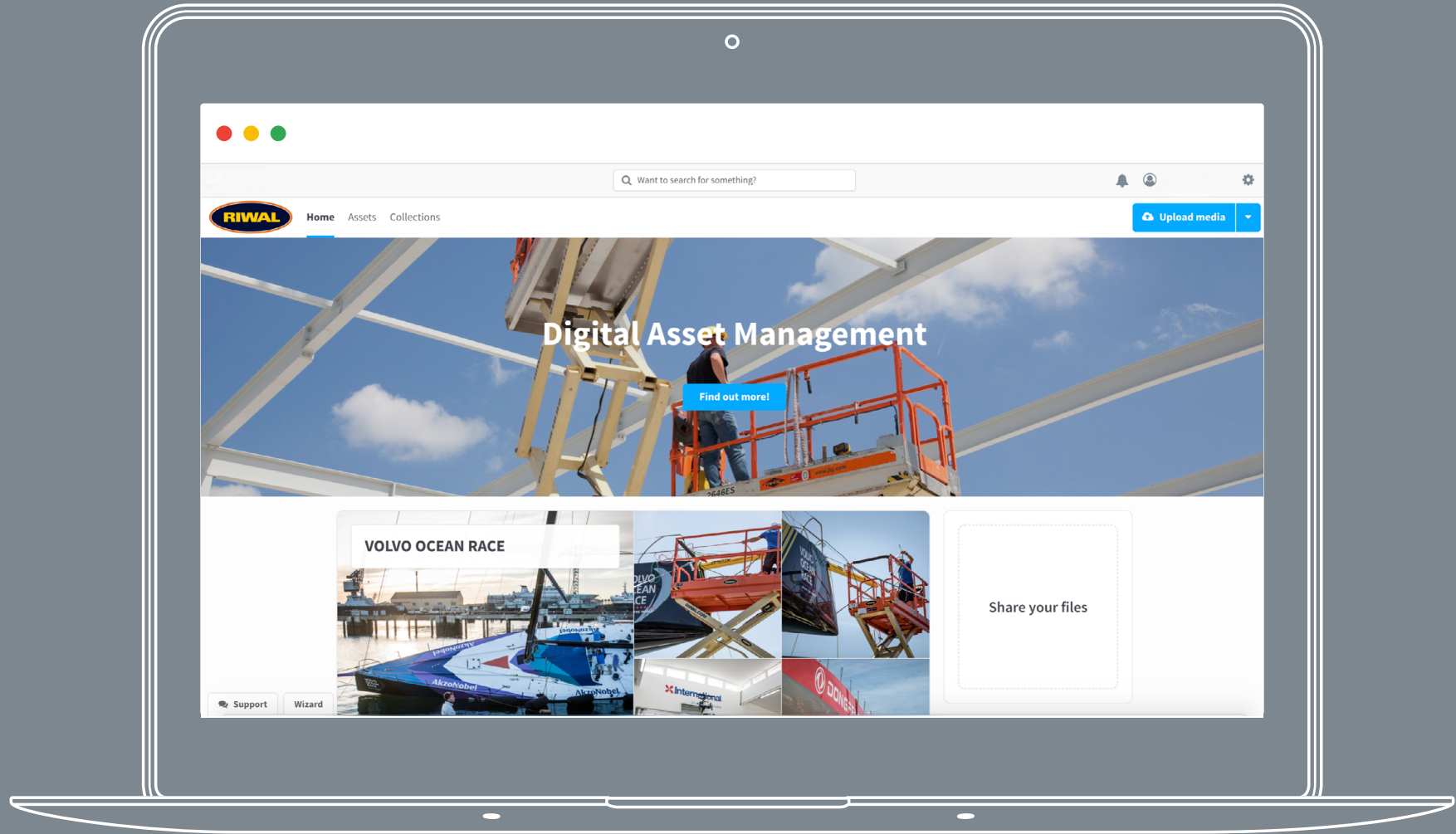
“Bynder helpt ons om een consistent merk te behouden en zorgt ervoor dat de gepubliceerde content in overeenstemming is met onze merkidentiteit.”

**API-gerichte
aanpak voor
content**

“Bynder is eenvoudig te integreren met andere platformen via de API [...] Bynder is de centrale bron van informatie die informatie naar onze klant-applicatie en de website stuurt. We uploaden het op één plaats en het wordt automatisch geupdate naar meerdere locaties.”

**Gemakkelijk delen
met derden**

“Om naamsbekendheid te creëren, werken we samen met sport-teams en organisatoren van evenementen en wanneer we met onze partners samenwerken, delen we eenvoudig het bedrijfslogo en de merkelementen die in Bynder zijn opgeslagen.”



Gelabelde en georganiseerde asset types in Bynder

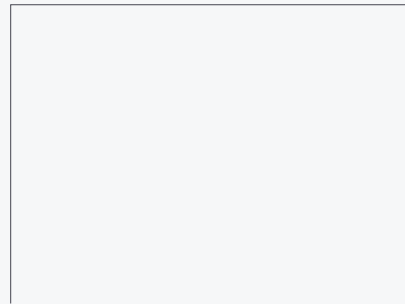
Training video's, productbeelden, product pagina's, industrie fotografie

Teams die Bynder gebruiken



Bynder DAM

Marketing portal



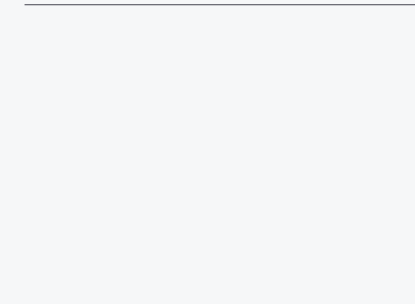
Team 1 (external)

customers
sponsor partners
event organizers
agency
DTP specialists



API integration
website
customer application
collections

Internal brand portal



Team 2 (internal)

global marketing (HQ)
field marketing
branding & communications

Bynder x Riwal

Belangrijkste voordelen

Riwal heeft samen met Bynder een robuust en wereldwijd marketing proces gecreëerd, waarbij merkconsistentie wordt behouden zodat het vertrouwen van de klant wordt versterkt. Naast het beperken van de risico's voor hun merkimago, dat draait om vertrouwen en veiligheid, zijn ze in staat om gelokaliseerde marketing- en merk activiteiten uit te voeren en tegelijkertijd de aanlevering van assets via digitale touchpoints te optimaliseren.

Wereldwijde marketing-autonomie mogelijk maken

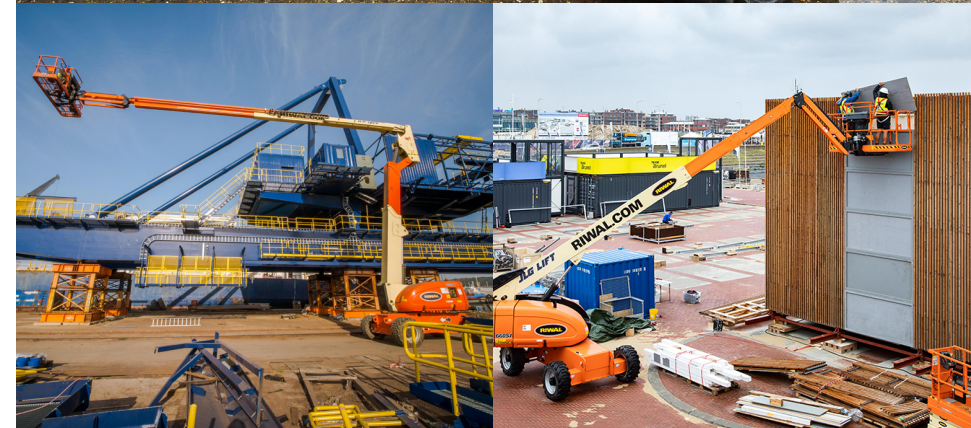
Toegang tot content stelt wereldwijd verspreide teams in staat om bestaande content te benutten en de lokale interesse in de markt te stimuleren.

Creëren van een vertrouwd merkimago

Medewerkers in staat stellen om merkconsistente assets te gebruiken versterkt het merkimago voor klanten.

Optimaliseren van de digitale ervaring

Door digitale kanalen direct te voorzien van content uit Bynder, is Riwal in staat om altijd en in real-time de juiste informatie te leveren.



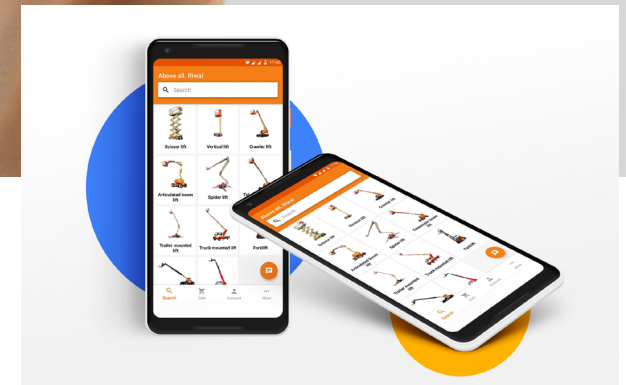
What's next voor Riwal?

Integratie van DAM als basisoplossing voor alle digitale ervaringen

“Als een klant een vraag heeft, willen we zo snel mogelijk een antwoord en bijbehorende informatie beschikbaar hebben.”

Riwal's stappen voor het optimaliseren van de klantervaring wordt ondersteund door Bynder, maar het verhaal eindigt hier niet. Ideeën rondom het centraliseren van alle productafbeeldingen, documentatie en inspectierapporten zullen uiteindelijk in Bynder 'leven' met als doel ze op één centrale plaats te uploaden en automatiseren over verschillende kanalen om de verkoop- en helpdesk ervaring te verbeteren.

Zoals Karel benadrukt: *“Dit is zo eenvoudig voor de eindgebruiker, dat de eindgebruiker zich er misschien niet eens van bewust is dat het uit Bynder afkomstig is”* - en dat geldt ook voor de fundamentele interoperabiliteit die Bynder biedt.



“ *Bynder heeft veel meer waarde dan alleen het vinden van de juiste assets. Het is een centrale plek die we kunnen verbinden met vele andere platforms.* ”

Karel Boers
Marketing Specialist



 bynder

www.bynder.nl