

The RIWAL logo is a dark blue oval with a white border and a thin orange inner border. The word "RIWAL" is written in bold, yellow, sans-serif capital letters inside the oval.

RIWAL

Verbesserung des digitalen Kundenerlebnisses:

So integriert Riwal digitale Lösungen mit Bynder, um das Kundenerlebnis zu optimieren

The Bynder logo consists of a white icon of two interlocking loops, followed by the word "bynder" in a lowercase, white, sans-serif font.

bynder

Über Riwal:



Riwal ist ein Spezialist für Hubarbeitsbühnen, Teleskoplader und Gabelstapler, mit über 19.000 Produkten und in Europa, im Nahen Osten und in Zentralasien tätig.

| | |
|--------------|------------|
| Aktiv in: | 16 Ländern |
| Mitarbeiter: | 2.350 |



Bynder x Riwal

Auf einen Blick

Situation: Die Marketingabteilung von Riwal am Hauptsitz unterstützt ein globales Marketingteam, indem sie eine einheitliche Corporate Identity bereitstellt, Branding-Aktivitäten initiiert und digitalen Content für Kampagnen erstellt.

Herausforderung: Bei der Umstellung des Geschäftsmodells auf kundenorientierte Apps und eine E-Commerce-Webseite war eine Vereinfachung der internationalen Bereitstellung von Marketinginhalten und technischen Produktinformationen erforderlich.

Lösung: Bynder ist ab sofort die zentrale Plattform für Marketing- und Branding-Assets, mit der Marketer jederzeit auf Dokumente, Bilder, Handbücher und Diagramme zugreifen können.

Ergebnis: Als Ergebnis der erfolgreichen Implementierung im gesamten Unternehmen plant Riwal, Bynder zukünftig in alle kundenorientierten digitalen Lösungen zu integrieren, um ein einheitliches Markenimage für Endkunden zu ermöglichen.



www.bynder.de

12.340

Gespeicherte Inhalte

202.237

Heruntergeladene Inhalte

7.695

Schlüsselwortsuche

10.600

Aufgerufene Inhalte

“ *Das Kundenerlebnis hat für uns höchste Priorität, insbesondere im Hinblick auf den Kundenservice und die Bereitstellung effizienter Lösungen für alle Beteiligten.* ”

Karel Boers
Marketing Specialist

Über Riwal

Riwal ist in 16 Ländern in ganz Europa und im Nahen Osten tätig und bietet Lösungen für sicheres und effizientes Arbeiten in großen Höhen, z.B. vollelektrische Maschinen und Geräte, die in rauen Umgebungen problemlos einsetzbar sind. Neben ihren Innovation und Nachhaltigkeit bei Baumaschinen setzen sie auf eine weitere Priorität: Kunden und Mitarbeitern die sichersten Arbeitsbedingungen zu bieten, indem alle wichtigen Informationen bereitgestellt werden.

Mit dem Wachstum des Unternehmens wurde es schwieriger, den Informationsbedarf von Mitarbeitern und Kunden gleichermaßen zu decken. Das Marketingteam erkannte, dass ein zentraler Ort für Informationen erforderlich war, um eine einheitliche Markenidentität innerhalb des Konzerns sicherzustellen.

Situation

Das Marketingteam am Hauptsitz von Riwal fungiert als unterstützende Funktion für alle globalen Marketingaktivitäten mit dem Ziel, alle Märkte auf Corporate-Identity-Ebene auszurichten. Das kleine Team ist für die globale Webseite verantwortlich und führt Online-Marketingkampagnen und -Initiativen durch, die die Marke als vertrauenswürdigen Partner stärken.

Um eine sichere Umgebung für alle Beteiligten bereitzustellen, sind sie bestrebt das Endbenutzererlebnis zu verbessern. Zu den wichtigsten Initiativen zählen der Übergang von einer Marken- zu einer E-Commerce-Webseite sowie die Entwicklung von Self-Service-Anwendungen mit Produktinformationen und Anleitungen.

Letztendlich benötigten sie eine Lösung, mit der Informationen zentralisiert und vereinfacht bereitgestellt werden können, um ein besseres Kundenerlebnis für verschiedene Initiativen und auf Endbenutzer ausgerichtete Plattformen zu erzielen.

Herausforderung

Die Optimierung des Kundenerlebnisses erfordert eine übergreifende Strategie, die alle digitalen sowie die Zugriffspunkte von Kunden berücksichtigt. Dies bedeutet für Riwal sich auf: 1) digitales Marketing, 2) Markeninitiativen und –schulungen und 3) Web- und Kundenanwendungen zu fokussieren.

Angesichts der zunehmenden globalen Präsenz benötigten die lokalen Marketingteams Zugriff auf Marketinginitiativen, wie u.a. Google Adwords, Display-Marketing und soziale Medien. Dies stellt sicher, dass verteilte Teams autonom arbeiten können.

Bei Branding-Kampagnen konzentriert sich Riwal hauptsächlich auf die Sicherheit und die Erstellung von Schulungsinhalten und -materialien für seine Kunden. Dies bringt mit jedem neuen Produkt oder beim Eintritt in neue Märkte die zusätzliche Komplexität der Lokalisierung und Anpassung von Inhalten für neue Zielgruppen mit sich. Die dritte Herausforderung bestand darin, sicherzustellen, dass die Webseite und Kundenanwendungen intuitiv sind und zu jedem Zeitpunkt die aktuellsten Produktinformationen und Bilder liefern.



Lösung

Der kundenorientierte Ansatz von Riwal erforderte eine integrierte DAM Lösung, die markenbezogene Kampagnen- und Produktinformationen über alle Zugriffspunkte hinweg effizient bereitstellen konnte.



Global zugängliche Assets

„Bynder ist unsere zentrale Datenbank für alle Kommunikations-, Dokumentations-, Bildinformationen und digitalen Tools.“

Schnelle Unterstützung für Kunden

„Auf diese Weise können wir Informationen zu Maschinen und Inspektionsberichten gemeinsam nutzen [...] Das Feedback ist, dass alles leicht zu finden ist.“

Konsistente Kampagnen und Messaging

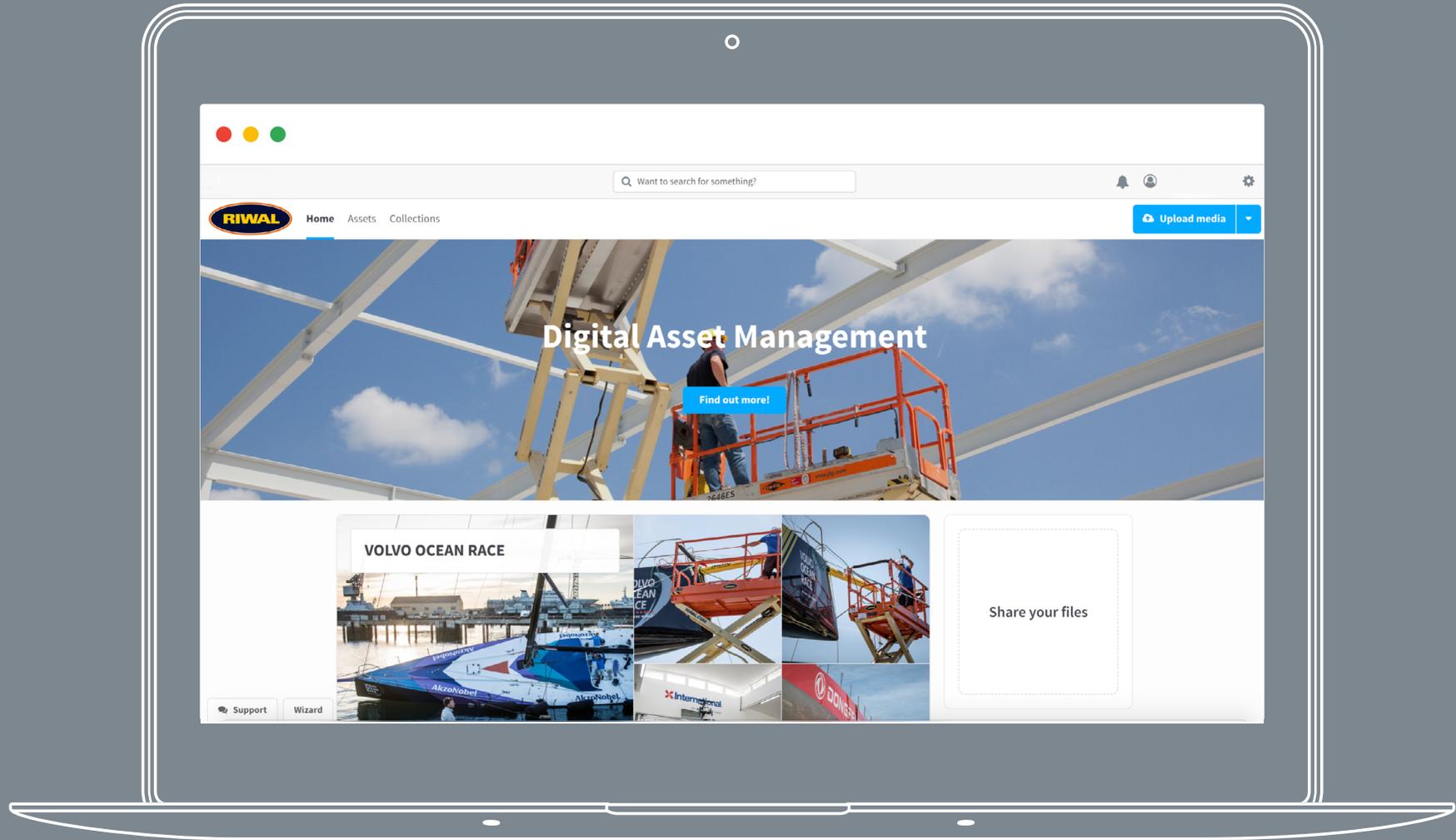
„Bynder hilft uns, eine konsistente Marke zu pflegen und sicherzustellen, dass veröffentlichte Inhalte unserer Markenidentität entsprechen.“

API-zentrierter Ansatz für Inhalte

„Es ist einfach, Bynder über APIs [...] mit anderen Plattformen zu verbinden. Bynder ist die Informationsquelle, die Inhalte an unsere Kunden App und Webseite weiterleitet. Wir laden Informationen an einem Ort hoch und es wird automatisch auf mehreren Plattformen aktualisiert.“

Einfaches Teilen mit Dritten

„Um das Markenbewusstsein zu stärken, arbeiten wir mit Sportteams und Eventveranstaltern zusammen. Wenn wir mit unseren Partnern zusammenarbeiten, kommunizieren wir ihnen das Firmenlogo und die Markenelemente, die in Bynder gespeichert sind.“



In Bynder markierte und geordnete Assets

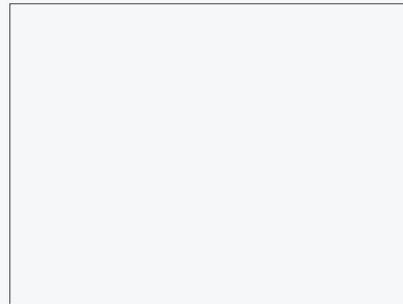
Schulungsvideos, Produktbilder, Produktinformationen, Branchenfotografie

Teams mit Bynder



Bynder DAM

Marketing-Portal



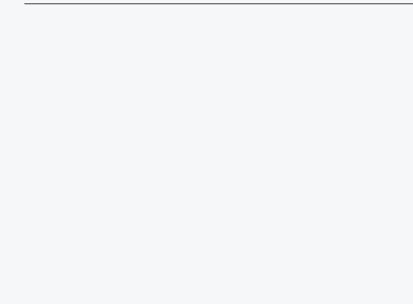
Team 1 (extern)

Kunden
Sponsor-Partner
Veranstalter
Agentur
DTP-Spezialisten



API-Integration
Webseite
Kundenanwendung
Sammlungen

Internes Markenportal



Team 2 (intern)

Globales Marketing (Hauptsitz)
Marketing vor Ort
Branding & Communications

Bynder x Riwal

Vorteile

Riwal hat zusammen mit Bynder ein zuverlässiges globales Marketingunternehmen geschaffen und gleichzeitig die Markenkonsistenz aufrechterhalten, die das Kundenvertrauen stärkt. Sie reduzieren nicht nur die Risiken für ihr Markenimage, sondern können ebenfalls lokalisierte Marketing- und Markenkampagnen durchführen und gleichzeitig die Bereitstellung von Assets über digitale Zugriffspunkte optimieren.

Ermöglichung globaler Marketingautonomie

Der Zugriff auf Inhalte ermöglicht es verteilten Teams, vorhandene Inhalte zu nutzen und das lokale Interesse am Markt zu fördern..

Erstellen eines vertrauenswürdigen Markenimages

Die Möglichkeit zur Nutzung markenkonsistenter Assets stärkt das Markenimage für die Kunden.

Optimieren von digitalen Erlebnissen

Da digitale Kanäle direkt mit Inhalten von Bynder versorgt werden, können sie immer und in Echtzeit die richtigen Informationen liefern.



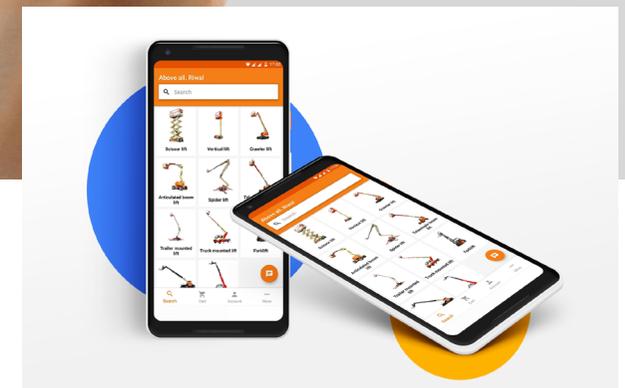
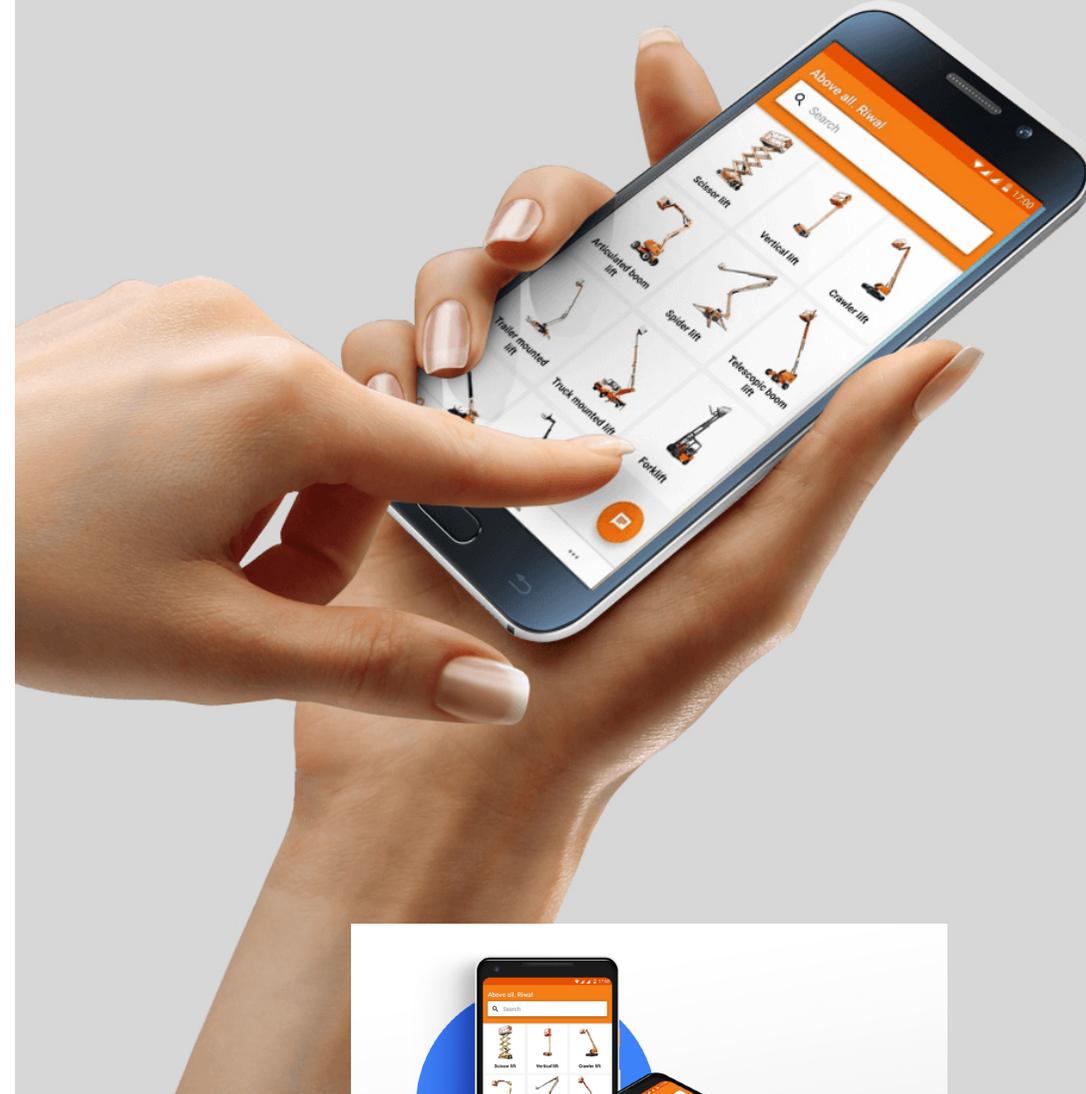
Was plant Rival als Nächstes?

Integration von DAM als grundlegende Lösung für alle digitalen Erlebnisse

„Wenn ein Kunde eine Frage hat, möchten wir so schnell wie möglich eine Antwort und entsprechende Informationen bereitstellen.“

Rivals Weg zur Optimierung des Kundenerlebnisses wird von Bynder unterstützt, doch die Arbeit endet hier noch nicht: Ideen zur Zentralisierung aller Produktbilder, Dokumentationen und Inspektionsberichte werden in Bynder umgesetzt, mit dem Ziel, sie an einem Ort hochzuladen und über mehrere Kanäle hinweg zu automatisieren, um Verkaufs- und Kundenserviceerlebnisse zu verbessern.

Wie Karel betont: *„Dies ist für den Endbenutzer so praktisch, dass diesen möglicherweise nicht einmal bewusst ist, dass es von Bynder stammt.“* - Dies spricht für die grundlegende Interoperabilität, die Bynder bietet.



“ *Bynder bietet mehr als nur das Finden von Assets.
Es ist ein zentraler Ort, an dem wir uns mit vielen
anderen Plattformen verbinden können.* ”

Karel Boers
Marketing Specialist



 bynder

www.bynder.de