

HANDLEIDING VOOR MANAGERS:

# Digitale marketing getransformeerd: verder dan DAM





# Een kijkje in de toekomst van DAM ... en waarom u niet kunt achterblijven

## Wat we al weten

Het nut van Digital Asset Management is sinds jaar en dag duidelijk. Marketingorganisatie moeten waardevolle digitale media opslaan, ordenen en terugvinden en een consistente ervaring bieden in het hele customerjourney. Met een DAM-systeem, of dit nu een afzonderlijk systeem is of is ingebed in andere software, is dit mogelijk. De toekomst van DAM belooft echter nog meer goeds.





# Waarom ontwikkelt DAM zich?

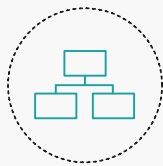
Marketingorganisatie moeten zich in allerlei bochten wringen om de snelle toename van de hoeveelheid content en nieuwe digitale kanalen bij te kunnen benen. In de afgelopen jaren is de vraag naar middelen om content te beheren gestegen.

Dit zijn enkele redenen daarvoor:



## Verbondenheid

Of klanten nu interactie hebben met uw merk op een mobiele telefoon, op een computer, in een winkel of via sociale media, ze verwachten een naadloze, geïntegreerde ervaring. Als gevolg daarvan moeten digitale middelen direct beschikbaar zijn voor omnichannel marketing.



## Ordenen

Het wordt, naarmate de vraag naar content stijgt, steeds belangrijker om losse elementen samen te voegen en de waarde van elk stuk content volledig te benutten. Het creëren van overzicht en het vastleggen van eerder onzichtbare verbanden tussen digitale middelen is waardevol voor marketeers.



## Samenwerken

Marketingteams van over de hele wereld hebben behoefte aan samenwerking en het ontwikkelen van een community. Er zijn vele partijen die interesse en input hebben in uw merk of marketingcampagne. Vaak geldt 'alle hens aan dek' en moeten marketingteams met al die partijen samenwerken en de dialoog aangaan.

Er is duidelijk behoefte aan een uitgebreide, stabiele en gedegen oplossing om de enorme toename van de hoeveelheid content bij te houden en de digitale middelen van een organisatie te beheren.

## Die oplossing is er

In de toekomst van DAM staat eigenaarschap en beheer van de gehele levenscyclus van content centraal, van plannen tot uitvoeren en van publiceren tot beheren en ordenen.



**86% van de brandmarketeers investeert voortdurend in de ontwikkeling van content\***

*\*Forrester Research*



# Hoe ziet digitale transformatie eruit?

## Compleet

Stel u eens voor dat er één bron is voor al uw digitale middelen. Eén plek waar u deze middelen kunt ordenen, samenvoegen en rangschikken – voor uw hele marketingorganisatie en wereldwijd. Een 100% SaaS-platform waar gebruikers de hele levenscyclus van content kunnen beheren, omnichannel publicatie kunnen aansturen en snel en simpel nieuw materiaal kunnen maken.

## Mogelijkheden tot samenwerken

Doordat er zo veel potentieel waardevolle en bruikbare content is opgeslagen buiten het DAM-systeem werken teams vaak apart van elkaar aan nieuwe content. Door uw digitale content samen te voegen kan de afstand tussen teams, afdelingen en locaties worden weggenomen, waardoor makkelijker kan worden samengewerkt en teams meeslepende klantervaringen kunnen ontwikkelen.

## Een groot bereik

U hebt toegang nodig tot de oplossingen voor Marketing Resource Management (MRM), Web to Print en Digital Rights Management (DRM) om een overzicht te krijgen van elk stuk content, zelfs de content die is opgeslagen buiten uw organisatie (bij bureaus, partners etc.). Op die manier kunt u de hele levenscyclus van content controleren, van plannen tot publiceren op alle kanalen.

Daarnaast hebt u toegang nodig tot commercesites, Customer Relationship Management (CRM), websites, e-mailtools, apps enzovoort.

# De gehele levenscyclus van content in een nieuw jasje



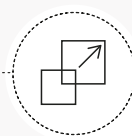
## Tijd

U hoeft minder van uw waardevolle tijd te besteden aan zoeken en het opnieuw uitvinden van het wiel



## Efficiëntie

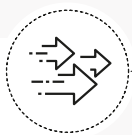
Wie heeft er nu geen behoefte aan betere instructies, makkelijkere evaluaties en eenduidigere goedkeurings-procedures?



## Schaalbaarheid

De meeste interne teams die content produceren zijn klein. 54% van die teams bestaat uit 1 tot 10 mensen.\* Het is essentieel om content met beperkte hulpmiddelen te kunnen opschalen

\*Forrester Research



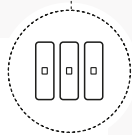
## Snelheid

Sneller kunnen reageren op de markt en de vraag van de klant is cruciaal om succesvol te zijn



## Veiligheid

Waar en wanneer u uw content kunt gebruiken, wie toegang tot wat heeft en waar de inhoud wordt bewaard zijn belangrijke beslissingen



## Consistentie

Een belangrijk voordeel dat overal op van toepassing is, van merken tot prijzen tot gelokaliseerde content



## Operationele uitmuntendheid

Simpel gezegd werken marketingteams effectiever samen



## Leidinggevend

De favoriete termen van een manager - kostenbesparing, optimalisatie, meetbaarheid en rapportage - worden allemaal eenvoudiger



## Strategisch

Gecontroleerde kosten en kwaliteitsniveaus leiden in de toekomst tot beter geïnformeerde besluiten

# Hoe ziet de wereld die verder reikt dan DAM eruit?

## Content

Content zal zich ontwikkelen en waardevoller worden. Content wordt gestructureerd en geklassificeerd opgeslagen om de vindbaarheid te verbeteren en blijft voldoende generiek om te kunnen worden hergebruikt. Content die u bezit of hebt gemaakt, zal nooit verloren gaan, worden verspild of worden gedupliceerd.

## Rechten

U hoeft niet langer urenlang te zoeken naar wie de rechten van een bepaalde afbeelding bezit. Deze informatie wordt opgeslagen bij het middel, waardoor onzekerheid wordt weggenomen en u minder wettelijke risico's loopt.

## Producten

U krijgt een compleet overzicht van waar productassets worden gebruikt binnen uw hele organisatie, waaronder op commercesites, in catalogi, in mobiele apps, op bebording, in verkooppunten, in digitale kiosken etc. Meerdere merken, complexe productassortimenten en lokalisatie leiden niet langer tot verwarring, omdat u de gehele levenscyclus van producten kunt volgen en beheren.

## Projecten

U kunt uw marketingplanning en de productie van content op een gestructureerde en gestroomlijnde manier uitstippelen, waarbij u samenwerkt met meerdere marketingteams.

## Materialen

Met de beschikbare sjablonen maakt u snel gepersonaliseerd materiaal op basis van bestaande webcontent, zoals posters, flyers, visitekaartjes, productspecificaties etc. En daarbij kunt u er zeker van zijn dat u merk consistent wordt gepresenteerd.



Wil uw marketingorganisatie een consistente boodschap naar consumenten toe uitdragen via verschillende contactpunten? Wilt u het potentieel van elk kanaal volledig benutten door de meest veelzijdige media en content te gebruiken?

### **Dat dachten we al.**

Sitecore richt de blik op de toekomst en wil marketingteams de mogelijkheid bieden elke stap van de levenscyclus van content te kunnen versimpelen, verdiepen en verduidelijken. Dit biedt een heleboel voordelen voor uw organisatie.

Ontdek hoe u verder kunt gaan dan DAM.

[Vraag meteen om een demo.](#)



Gepubliceerd 03/19. © 2019 Sitecore Corporation A/S. Alle rechten voorbehouden. Sitecore® en Own the Experience® zijn geregistreerde handelsmerken van Sitecore Corporation A/S. Alle andere merk- en productnamen zijn het eigendom van hun respectievelijke bezitters.