
Brand Center ou le temple de la marque



L'image de marque est au cœur des préoccupations des grandes et moyennes entreprises. Les évolutions de leurs structures et de leurs chartes graphiques nécessitent une communication régulière pour s'assurer de la bonne utilisation des supports et de la bonne diffusion de l'image de marque, tant en interne qu'en externe. Un portail de marques (appelé aussi Brandcenter) devient alors indispensable pour valoriser les actifs numériques de la marque et sensibiliser aux usages de ses composants.

Le portail de marques (Brand Center) est une plateforme sécurisée qui centralise l'ensemble des éléments constituant l'image de marque d'une entreprise. Il est destiné aux collaborateurs ainsi qu'aux partenaires externes (agences de communication, presse, agences web...) chargés de faire vivre l'univers de marque et de développer sa notoriété.

L'accès à la plateforme de marques est souvent limité avec des codes, paramétrés selon les utilisateurs (administrateurs, contributeurs, lecteurs...). Le brandcenter stocke plusieurs actifs numériques liés à la marque (ou aux marques) de l'entreprise, dans tous les formats et en plusieurs centaines, voire milliers de fichiers.