

**Bien gérer votre patrimoine numérique :**  
**les 4 étapes indispensables**

# SOMMAIRE

---

**03** Édito

[LIRE >](#)

**08** Instaurez un mode d'indexation efficace

[LIRE >](#)

**04** Gérez vos actifs digitaux de manière collaborative

[LIRE >](#)

**09** Diffusez les médias créés par votre entreprise

[LIRE >](#)

**06** Maîtrisez les accès à vos contenus

[LIRE >](#)

**11** Conclusion

[LIRE >](#)

# ÉDITO

---

L'ère est au tout digital. Les entreprises s'appuient sur de multiples interactions en ligne avec leurs prospects et clients pour développer leurs activités et renforcer leur notoriété. Elles déploient, dans ce but, des stratégies de communication basées sur la création de contenus et la mise en valeur de leur image de marque.

Mais, sans exploitation, le contenu n'est rien. Aujourd'hui, tout un chacun peut accéder à un maximum d'informations sur une entreprise ou une marque, simplement en tapant quelques mots dans un moteur de recherche. La réputation digitale est devenue un enjeu stratégique pour les sociétés : **80 % des internautes** déclarent effectuer une recherche sur le web avant d'acheter un produit ou un service, selon un sondage Ifop de 2015<sup>1</sup>. En d'autres termes : la présence digitale est le nerf de la guerre, et chaque bataille se gagne en s'assurant d'avoir une parfaite maîtrise de sa communication.

Or, cette tâche peut s'avérer d'autant plus complexe qu'il faut considérer l'ensemble des contenus disponibles et la diversification des formats, des

supports et des canaux de diffusion.

Comment fait-on pour gérer une image de marque à partir d'un fonds aussi foisonnant ? Comment parvient-on à stocker et organiser ces ressources pour qu'elles soient aisément accessibles et exploitables ? Et, *in fine*, comment peut-on garantir la valorisation d'un patrimoine numérique si volatile ?

**La solution** : adopter un outil de gestion des actifs multimédias, ou de *Digital Asset Management* (DAM). Ce type d'outil connaît une croissance fulgurante, avec un marché qui devrait atteindre quelques **5,36 milliards de dollars** à l'horizon 2020<sup>2</sup> ! Sa valeur ajoutée réside dans sa capacité à mettre en avant les médias et à optimiser leur gestion en les intégrant dans le flux de travail de l'entreprise.

L'objet de ce livre blanc est de détailler pour vous, les 4 étapes qui garantiront une utilisation optimale de votre solution de *Digital Asset Management*, ainsi qu'une valorisation efficiente de votre patrimoine numérique, au gré des trois vertus cardinales du DAM : organisation, accessibilité, partage.

---

<sup>1</sup> IFOP, « L'impact de l'e-réputation sur le processus d'achat », 17 mars 2015.

<sup>2</sup> Markets and Markets, « Digital Asset Management (DAM) Market worth 5.36 billion USD by 2020 », avril 2016.

# Gérez vos actifs digitaux de manière collaborative



Plus ils sont nombreux, plus les actifs numériques sont difficiles à maîtriser. Une problématique valable pour toutes les entreprises et institutions possédant plusieurs types de ressources numériques : textes, images, animations, infographies ou encore vidéos (l'un des supports considérés comme le plus ROIste pour **52 %** des professionnels et utilisé par **93 %** des marketeurs<sup>3</sup>). Face à l'hétérogénéité et au grand volume de ces actifs, comment faire pour centraliser le stockage des médias et synchroniser le travail de multiples contributeurs ?



## Le collaboratif : un enjeu majeur pour les entreprises

Imaginons une entreprise qui sort 3 nouveaux produits par an et possède 6 canaux de diffusion, dans 4 langues. Dans le cadre de sa communication digitale, elle devra produire un minimum de 72 contenus originaux afin de répondre à ses besoins stratégiques.

Pour créer ces contenus à forte valeur ajoutée, plusieurs contributeurs doivent travailler ensemble : rédacteurs, éditorialistes, marketeurs, graphistes,

dessinateurs et/ou photographes, documentalistes, etc. Synchroniser les tâches des différents participants, dans l'optique d'un déroulement collaboratif, est donc une condition *sine qua non* à la réussite de ce type de projet.

- **Problème** : les contenus relatifs à un projet commun sont généralement mis à disposition sur des arborescences ou des stockages locaux.
- **Conséquence** : avec des milliers de contenus, trouver le bon relève de la gageure. En moyenne, les collaborateurs passent **20 %** de leur temps à chercher des documents ou à les dupliquer, ce qui peut impacter jusqu'à **5 %** du chiffre d'affaires de l'entreprise<sup>4</sup> !

C'est pourquoi l'instauration d'un mode de travail collaboratif est une priorité pour **64 %** des entreprises, notamment sur les questions du partage de documents, de la synchronisation des agendas et des contenus multimodaux<sup>5</sup>.

Sans compter qu'au sein d'un projet, tout le monde n'a pas le même niveau d'éducation digitale. Alors que les *Millennials* sont nés avec une souris dans la main, les *Baby Boomers* peuvent quelquefois éprouver plus de difficultés avec les outils numériques. Et, lorsque tout le monde n'avance pas au même rythme, la collaboration peut devenir difficile.

<sup>3</sup> Rondeaux, Nathalie, « La vidéo et l'entreprise : les chiffres », 16 février 2016.

<sup>4</sup> Chiffres du cabinet McKinsey.

<sup>5</sup> Grandmontagne, Yves, « Communications unifiées en mode cloud : comment se lancer ? », 20 avril 2017.



## Renforcer la collaboration grâce à une solution DAM



### Un stockage sécurisé et centralisé

Un outil de DAM va venir consolider l'aspect collaboratif de votre gestion des actifs digitaux. Comment ? En garantissant un stockage centralisé des documents et des médias, constituant ainsi une véritable mémoire de l'entreprise.

Un vademecum complet dans lequel les collaborateurs peuvent trouver tout ce qui, au fil du temps, a contribué à édifier l'image de l'entreprise :

- son expertise ;
- ses savoir-faire ;
- sa culture de marque...

Le tout de manière extrêmement sécurisée ! En outre, une solution de DAM peut gérer plusieurs millions de contenus, répondant ainsi aux besoins des grandes entreprises et organisations.



### Une plateforme ergonomique et intuitive

Une solution DAM va également favoriser le travail collaboratif sur une plateforme ergonomique. L'outil est suffisamment intuitif pour être utilisé par tous, indépendamment du niveau d'éducation digitale. Son apprentissage est réduit au minimum, ce qui permet à chacun de devenir opérationnel plus rapidement et d'améliorer, de fait, la productivité globale. À titre d'illustration, **97 %** des entreprises qui ont intégré un outil de DAM ont ainsi vu leur productivité boostée de **34 %** en moyenne<sup>6</sup>.



### Un travail collaboratif facilité

Enfin, une solution de DAM permet de mutualiser le travail des différentes équipes, qu'il s'agisse d'utilisateurs, de contributeurs et d'administrateurs internes, ou d'acteurs extérieurs.

Pour **64,9 %** des entreprises interrogées par SerdaLab, cette mutualisation constitue un vrai bénéfice en termes d'optimisation de la collaboration, de partage et de visibilité sur les différents projets...



### Qu'est-ce que le *Digital Asset Management (DAM)* ou Gestion des ressources numériques ?

Il s'agit d'un système permettant à une entreprise ou à une organisation de stocker, organiser, enrichir et partager ses actifs numériques de manière intuitive et collaborative.

Voici quelques exemples de plateformes de DAM : photothèque, médiathèque, vidéothèque, brand center, plateforme d'e-learning, etc.

**Ainsi, une solution DAM permet de renforcer la collaboration au sein d'un même projet, en centralisant les données, en offrant un outil intuitif accessible à tous, et en mutualisant les efforts. Des avantages qui nécessitent toutefois une maîtrise pointue des accès et des droits utilisateurs.**

<sup>6</sup> Chiffre SerdaLAB 2016.

# Maîtrisez les accès à vos contenus



Lorsque des documents sont mis à la disposition de différents contributeurs et utilisateurs, la question de la maîtrise des accès devient cruciale. Et pour cause : quel que soit votre domaine d'activité, votre structure gère nécessairement un certain nombre d'informations confidentielles, dont l'exploitation est parfois soumise à des droits ou des restrictions. Dans ces conditions, comment contrôler les accès, et assurer ainsi une protection et une exploitation pertinentes de vos données ?



## Une gestion fine des droits utilisateurs

Au sein d'un même projet, les niveaux de responsabilité peuvent différer :

- **Le domaine d'intervention** : tous les contributeurs n'ont pas besoin d'avoir accès aux mêmes dossiers. Les rédacteurs ne vont, par exemple, pas toucher à l'iconographie.
- **Le degré d'expertise** : le rôle du contributeur dans le projet détermine l'étendue de ses droits d'accès aux documents. Ainsi, un collaborateur ayant un niveau de connaissance standard ne pourra pas accéder aux mêmes données qu'un contributeur référent ou un administrateur, dont la vision est plus globale.
- **Le degré de confidentialité** : vous n'avez pas envie que des utilisateurs extérieurs puissent accéder à des informations confidentielles !

En regard de ces différents niveaux de responsabilité, il est donc essentiel que votre entreprise définisse des droits utilisateurs bien précis.

Une autre problématique naît de la question des droits d'auteurs. Vos images, vidéos, contenus textuels, sons et présentations, ainsi que les documents appartenant à vos partenaires et prestataires, sont logiquement soumis à des droits d'utilisation.

En cas de mauvaise exploitation ou de violation des droits associés, les actifs numériques produits et utilisés par vos collaborateurs exposent votre entreprise à des risques juridiques : un risque réel en cas de média numérique exploité en dehors des territoires et zones géographiques autorisées, par exemple, ou au-delà de la durée maximale d'utilisation.

Enfin, une mauvaise maîtrise du cycle de vie et du workflow des médias d'une entreprise empêche de

savoir quelle est la version du média qui fait foi... et laquelle est exploitable ou non.



## Le Digital Asset Management comme gage de bonne utilisation



### À chaque contributeur son profil utilisateur

Une solution de DAM va permettre une gestion fine des droits utilisateurs de chacun des intervenants, en donnant la possibilité de définir le mode et le degré d'accès aux médias pour chacun des profils en fonction de leur spécialité et de leur expertise.

Une fonctionnalité qui peut faire la différence : pour plus de la moitié des entreprises ayant adopté un outil de DAM, ce dernier a joué un vrai rôle dans

l'optimisation du *workflow* des médias disponibles et l'efficacité des équipes travaillant avec ces contenus !

L'attribution de droits d'accès induit également de pouvoir définir un référent par thématique, type de média ou projet, dont les interventions feront foi pour le reste de l'équipe.



### Une exploitation efficace des médias

Les administrateurs et profils référents vont reporter sur la plateforme de DAM les informations propres à chaque média pour une bonne exploitation : droits d'utilisation, date d'expiration des droits ou encore conditions d'exploitation.

Un atout indispensable pour assurer une validation fiable du document et une diffusion auprès du groupe d'utilisateurs approprié, protégeant de fait les droits et intérêts de tous les participants à la chaîne de valeur.

Une solution DAM va donc donner la possibilité de centraliser les informations relatives à chaque actif numérique et de paramétrer des alertes afin, par exemple, de prévenir les utilisateurs concernés qu'un média arrive en fin de droit d'utilisation.

**En définissant des accès en fonction des collaborateurs, le DAM permet de maîtriser l'utilisation des documents et des contenus et d'assurer leur bonne protection juridique. Reste à mettre en place une indexation efficace pour faciliter la recherche et l'exploitation des documents.**

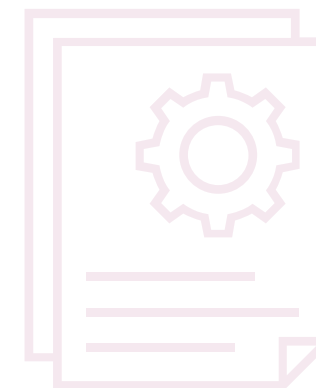


Une plateforme de *Digital Asset Management* réduit les risques de complications juridiques de **23 %** en moyenne<sup>7</sup>.



<sup>7</sup> Chiffre IDC

# Instaurez un mode d'indexation efficace pour vos médias



Plus le volume de médias à disposition est important, plus il est nécessaire de les indexer pour faciliter leur accessibilité. En effet : pour être correctement exploité, un média doit avoir été bien répertorié. Ce travail préalable va garantir son bon usage et lui donner une valeur supplémentaire, en l'associant à d'autres documents dans une même thématique. Comment un outil de DAM peut-il vous aider à atteindre ce but ?



## Un vocabulaire contrôlé

Un outil de DAM aidera à la mise en place d'un thesaurus, reprenant les terminologies propres à votre entreprise. Ce vocabulaire permettra aux contributeurs de mieux classer les médias déposés, et aux utilisateurs de trouver plus rapidement les actifs numériques dont ils ont besoin. En effet, grâce à la gestion de la synonymie et de la traduction automatique des termes dans le thesaurus, les utilisateurs sont assurés d'avoir une recherche simplifiée et efficace.

Quand on sait que les entreprises qui ont implémenté cet outil ont constaté un gain de temps moyen de **75,3 %** dans le traitement des données<sup>8</sup>, l'option vaut la peine d'être étudiée.



## Des normes d'écriture homogènes

L'ajout de manière normée de métadonnées sur la notice contribue à homogénéiser l'indexation et à faciliter la recherche de médias. Ces normes sont primordiales en vue de la constitution d'une notice efficace. On distingue deux sortes de métadonnées :

- **Techniques**, c'est-à-dire définies automatiquement en fonction des éléments constitutifs du fichier (poids, durée, colorimétrie, codec utilisé, etc.).
- **Documentaires**, c'est-à-dire caractérisées de façon manuelle via une description sémantique et juridique.

**L'indexation s'impose comme la clé de voûte d'une bonne utilisation des médias. Elle crée un vocabulaire commun et ajoute de la valeur en reliant les contenus par des mots-clés. Une étape essentielle en vue de la diffusion des documents par votre entreprise !**

<sup>8</sup> Chiffre SerdaLAB 2016.



# Diffusez les médias créés par votre entreprise

La valeur ajoutée de vos actifs numériques réside dans leur diffusion. S'ils restent dans votre médiathèque d'entreprise, les contenus que vous aurez produits n'auront aucun effet sur votre ROI, ni sur votre chiffre d'affaires. C'est seulement par sa valorisation qu'un média va révéler tout son potentiel et vous permettre de générer un retour sur investissement positif. De quelles façons une solution de DAM peut-elle vous y aider ?



## Valoriser ses contenus : une étape essentielle

Laisser un contenu inusité, c'est comme piocher une excellente carte et refuser de s'en servir pour gagner la partie. Quel que soit le média numérique que vous avez créé, il n'apportera aucune valeur ajoutée à votre entreprise s'il n'est pas correctement indexé puis diffusé avec pertinence dans le cadre, par exemple, d'une campagne de communication ou de marketing.

Et pour cela, le mot-clé est la valorisation. Un contenu valorisé est un document de qualité consulté au moment opportun, utilisé par la bonne personne, et diffusé sur les bons canaux :



- **En interne** : le média est utilisé à des fins de communication d'entreprise. L'information ainsi diffusée peut devenir un instrument de collaboration et de fédération des équipes.



- **En externe** : le média est exploité dans un but promotionnel, afin de faire connaître l'entreprise (et ses marques), renforcer sa notoriété, capter des leads et communiquer sur de nouveaux produits et/ou services.



## Le DAM, indispensable outil de diffusion de vos médias

### Une mise en avant des contenus pertinents

Parce qu'un média valorisé est un média pertinent en regard de vos besoins, un outil de DAM permet de mettre en avant les contenus utiles en fonction de l'actualité de votre entreprise et des éléments récemment créés pour communiquer.

La création d'un *brand center*, par exemple, va faciliter l'exploitation par les collaborateurs des ingrédients officiels de la marque et ses composants autorisés (logo, iconographie, typographie, bannières, publicitaires, etc.) afin d'en faire la promotion.

**Le but ?** Uniformiser la communication de l'entreprise et son image de marque : une priorité pour **45 %** des sociétés qui ont adopté une solution de DAM<sup>9</sup>.



### Des fonctionnalités pour optimiser l'utilisation des médias

Un outil de DAM propose plusieurs fonctionnalités clés, servant, entre autres :

- **créer** des extraits vidéos de façon automatique ;
- **convertir** vos médias dans différents formats à la volée et en quelques clics ;
- **envoyer** des newsletters ;
- **générer** des liens de téléchargement, de partage sur les réseaux sociaux ou de diffusion multiplateforme.

En outre, une solution de DAM peut être interfacée avec différents outils :

- *Content Management System* (CMS) ;
- *Product Information Management* (PIM) ;
- systèmes rédactionnels (presse) ;
- logiciels de création de vidéos et animations ;
- systèmes de certification des contenus digitaux (*Digital Asset Compliance*), etc.

Autant de fonctionnalités qui offrent un gain d'efficacité et de temps non négligeables.

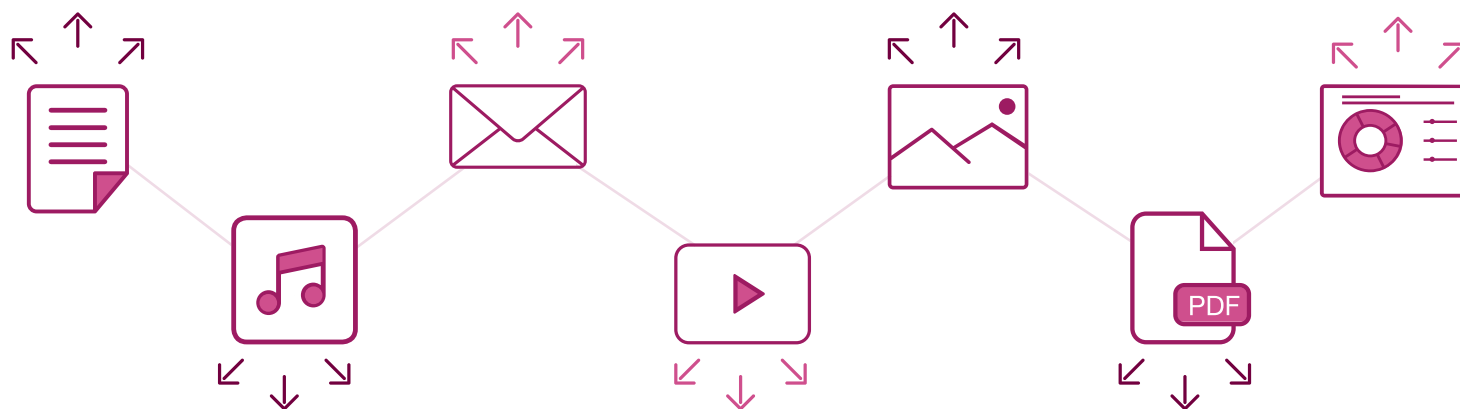


### Une valorisation financière des actifs numériques

Pour les entreprises et institutions qui souhaitent monétiser leurs contenus, une valorisation financière est rendue possible par l'adoption d'une solution complémentaire à un outil de DAM classique.

Cette solution de paiement en ligne (*Royalty Invoice Management*) permet de gérer les aspects liés aux commandes, à la tarification et à la facturation des médias, et de traiter toutes les informations de manière centralisée.

**En implémentant une solution de DAM, vous offrez à votre entreprise les fonctionnalités indispensables pour valoriser vos médias, maximiser leur utilisation, et ainsi rendre leur diffusion plus pertinente et efficace. De la sorte, vous contribuez à optimiser votre patrimoine numérique pour capter plus de prospects et générer un ROI positif.**



<sup>9</sup> Chiffre IDC

# CONCLUSION

---

La maîtrise de vos actifs numériques est un préalable indispensable en vue de l'édification d'un patrimoine de qualité, correctement indexé, accessible à tous et exploitable avec pertinence. C'est à partir de cette structure solide que vous pourrez choisir de diffuser les contenus qui sont le mieux adaptés à votre stratégie, dans le respect des droits d'auteur.

Vous allez également améliorer vos performances globales, gagner du temps, favoriser la collaboration, booster la productivité et fédérer vos équipes via une meilleure communication des contenus en interne. Vous disposerez d'une sauvegarde de la mémoire de votre entreprise – véritable coffre-fort de données garantissant la sécurité de vos actifs numériques.

Le chemin qui mène à la valorisation de votre patrimoine numérique se déroule en 4 étapes :

**1. Maîtriser le *workflow* des médias créés au sein de votre entreprise.** Cela n'est possible qu'en mettant en place la logistique favorisant un mode de travail collaboratif et une utilisation pertinente et dynamique des contenus produits.

**2. Définir et protéger les accès et les droits d'utilisation.** En fonction des profils utilisateurs et des conditions d'exploitation, il n'est pas souhaitable que tous les documents soient accessibles de la même manière par tous les contributeurs.

**3. Faciliter la recherche des contenus.** Un vocabulaire contrôlé (via un thesaurus) et des tags/mots-clés adaptés contribuent à homogénéiser les contenus inclus dans votre médiathèque et à simplifier leur consultation.

**4. Rendre les médias exploitables à des fins de diffusion.** Les documents sont valorisés en vue de leur diffusion sur tous les canaux privilégiés par l'entreprise dans sa stratégie de communication.

Une solution de *Digital Asset Management* vous permettra de valoriser les médias nécessaires à la consolidation de l'image de marque de votre entreprise. Néanmoins, posséder un outil de DAM de qualité ne suffit pas toujours. Se faire accompagner par des experts en gestion des actifs numériques est essentiel lorsqu'on ambitionne d'exploiter ses contenus avec un maximum d'efficacité.



Fondée en **1997**, Orphea est la référence des solutions de *Digital Asset Management* (DAM) dédiées au stockage et à la valorisation des actifs numériques. Orphea accompagne près de **150 clients** dans le monde, tous secteurs confondus. Ses photothèques, médiathèques et *brand centers* sont utilisés par plus de **120 000 utilisateurs** dans plus de **170 pays**.

**CONTACT**

---

<b>Orphea</b>	<b><u>info@orphea.com</u></b>
36, Rue des Petits Champs	<b>orphea.com</b>
75 002 Paris, FRANCE	(+33) 01 53 20 33 70

