

# Comment mettre en place un brandcenter ouvert et collaboratif ?

## Un brandcenter, mais pour qui ?

Brand manager, communicants, marketeurs, journalistes, agences de communication, collaborateurs locaux ou internationaux, commerciaux... tous sont en quête de [supports et de codes d'utilisation](#) pour communiquer efficacement et délivrer des contenus de qualité, conforme à l'image de l'entreprise.

Pour les partenaires externes tels que les agences de communication, le brandcenter est un outil collaboratif, accessible partout, à tout moment pour déposer leurs productions validées et les fichiers sources de leurs créations.

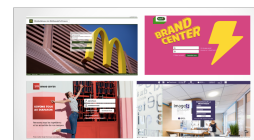
Pour les collaborateurs, c'est une plateforme sécurisée où ils trouveront tous les documents et médias de communication respectant les règles fondamentales de l'identité graphique de leur marque. Ils y trouveront également les dernières publications et éditions.

Pour les départements de communication et de marketing, le portail de marques garantit un service continu à leurs clients internes, une mise en avant des contenus produits et la garantie d'accéder aux masters de chaque réalisation de leurs agences de communication. Le brandcenter est une plateforme de collaboration qui fédère les équipes, favorise la communication et fait gagner en temps et en efficacité. C'est le gardien du patrimoine numérique des marques de l'entreprise.

## Mettre en place votre brandcenter

La mise en place d'un portail de marques permet de donner accès à tous les supports qui guident les collaborateurs dans leurs démarches quotidiennes de communication externes, à travers des documents à consulter, à télécharger et à partager.

Sa mise en place nécessite l'intervention d'entreprises spécialisées dans l'implantation de solutions de Digital Asset Management (DAM). Orphea a développé cette expertise depuis plus de 20 ans. PMU, McDonald, Altice, BPCE, SFR... lui ont confié la réalisation de leur brandcenter des plateformes sur-mesure, personnalisées, ergonomiques, collaboratives et respectant l'identité visuelle de l'entreprise.



Voici quelques exemples de brandcenters récemment réalisés par Orphea :

Mieux qu'un Intranet statique, le brandcenter permet de structurer l'ensemble des composants de la communication de manière à favoriser l'échange, la collaboration, le partage pour la bonne diffusion de la marque.

C'est un outil de communication à forte valeur ajoutée qui fait des collaborateurs de véritables ambassadeurs de la marque. Plus moderne, plus attractif et plus facile à utiliser, le brandcenter est un référentiel de contenus de plus en plus commun dans les entreprises qui valorisent leurs marques et qui ont pris conscience de la nécessité de garder le contrôle sur leurs actifs numériques.

Vous savez maintenant tout sur le brandcenter, [n'hésitez pas à nous faire signe](#) si vous souhaitez que nous vous accompagnions sur un projet de portail de marques ou tout simplement vous donner des conseils pour sa mise en place.

