
Les 6 désirs marketing auxquels répond le Digital Asset Management !

Imaginez qu'un bon "génie" vous propose de réaliser l'un de vos désirs les plus chers en matière de marketing, dans le but d'améliorer les performances de votre entreprise. Quel serait ce désir ? Opteriez-vous pour la notoriété, l'efficacité, la conformité, la créativité, l'accessibilité ou la rentabilité ? Difficile de faire un choix... Et maintenant, si l'on vous disait qu'une solution de [DAM](#), via une [banque d'images](#), une [médiathèque](#), une [vidéothèque](#) ou un [portail de marque](#), peut matérialiser non pas l'un de ces désirs, mais les six à la fois ?

1. Mieux maîtriser la notoriété de votre entreprise

Votre entreprise a construit une image de marque qu'elle souhaite maîtriser et développer. Cela passe par une utilisation cohérente de ses actifs numériques : présence du logo sur l'ensemble des supports ; images produits, manuels techniques et présentations commerciales actualisés ; etc. Et par un usage des assets digitaux qui ne viole pas les droits d'auteur. Un outil de Digital Asset Management vous permet de contourner ces problématiques grâce à :

- Une plateforme personnalisée pour partager vos actifs sur tous les canaux ;
- Des fonctionnalités touchant à la gestion numérique des droits.

Ainsi, seuls les médias pertinents sont diffusés, ce qui garantit la cohérence de la marque, améliore l'expérience client et booste la notoriété.

2. Gagner en efficacité dans la recherche et l'utilisation des contenus

En matière de gestion des ressources numériques, le temps c'est de l'argent. Les étapes du processus de recherche et d'utilisation des contenus peuvent s'avérer fortement chronophages. Une solution de DAM assure jusqu'à **+ 75 %** de temps gagné à des niveaux comme la validation des médias, la conversion des fichiers, la recherche des bons assets et la diffusion via les canaux pertinents (chiffres [SerdaLAB](#) 2016). En outre, des statistiques de performances vous permettent de savoir quels contenus et supports sont les plus efficaces et méritent d'être privilégiés.

3. Optimiser la conformité et la sécurité des médias utilisés

Faute de respecter les droits d'auteur et d'utilisation, un actif risque de devenir un frein pour votre entreprise. Or, difficile de gérer ces notions quand on ne possède pas les compétences informatiques et juridiques indispensables ! C'est là que l'outil de Digital Asset Management entre en jeu : il donne les moyens aux administrateurs de contenus d'assurer la traçabilité des droits (d'auteur et d'utilisation) et de contrôler les accès et les usages, par le biais d'autorisations et de l'enregistrement d'un historique pour chaque actif.

4. Créer des campagnes toujours plus impactantes

Quels que soient les contenus produits par votre entreprise, la créativité est le nerf de la guerre. Une solution de DAM n'agit pas directement sur la création elle-même, mais contribue à optimiser la valeur intrinsèque des actifs numériques en vous indiquant lesquels sont réellement pertinents en vue de répondre aux attentes de vos clients. Cela vous aide à savoir quels médias sont les plus adéquats (et les plus rentables) à créer à l'avenir, et quels actifs existants

mériteraient d'être améliorés – pour des campagnes plus impactantes !

5. Favoriser une meilleure accessibilité aux médias

Une solution de gestion des actifs digitaux favorise une accessibilité plus grande et plus intuitive à tous les médias. Ce qui, en retour, agit positivement à deux niveaux : d'abord, en simplifiant vos tâches quotidiennes (conversion des fichiers aux bons formats, indexation et partage des contenus, enrichissement des médias grâce aux métadonnées...). Ensuite, en facilitant le travail collaboratif au sein des équipes : accès possible depuis tout type d'appareil (fixe ou mobile), gestion des autorisations et des droits d'utilisation, etc. Pratique, pour une entreprise qui travaille avec des filiales et des collaborateurs un peu partout !

6. Maximiser la rentabilité de vos campagnes marketing

Démontrer l'efficacité des campagnes marketing n'a rien d'aisé. C'est d'autant plus vrai que le cycle de vie d'un actif numérique est long, et que les nombreuses étapes allant de la création du contenu jusqu'à son utilisation finale sont truffées de points de déperdition en temps – ce qui, en retour, impacte votre retour sur investissement. La solution ? Appuyez-vous sur un outil de Digital Asset Management pour booster la rapidité des processus, démontrer l'efficacité de vos actions, faire la démonstration du ROI de vos campagnes et ainsi montrer des résultats tangibles à votre direction.

En vous aidant à matérialiser vos désirs marketing les plus chers, l'implémentation d'une plateforme de gestion des actifs numériques vous donne les armes pour aider votre organisation à atteindre, voire dépasser, ses objectifs. Tout en valorisant le travail réalisé au sein de votre direction !