

Cas client :

**Lucid Motors crée
des expériences de
vente omnicanales
avec le DAM de
Bynder assisté
par l'IA**



BYNDER X LUCID

Fondée en 2007, **Lucid Motors** est une entreprise automobile américaine pionnière d'une nouvelle génération de véhicules électriques. Associant luxe et durabilité pour produire des voitures magnifiquement conçues et respectueuses de la planète, Lucid Motors existe pour que les passionnés d'automobile n'aient plus à avoir à choisir entre vivre leur passion et agir de façon responsable.

En tant que fabricant de véhicules électriques dont la croissance est en plein essor, la réussite de l'entreprise dépend de sa capacité à opérer dans un secteur concurrentiel et à pérenniser la fidélité suscitée par la marque auprès d'amateurs de voitures. Afin de poursuivre sa croissance, Lucid Motors se trouve face à la nécessité de mettre en place une stratégie marketing et e-commerce dynamique et omnicanale. Confrontée à une demande croissante de contenu de haute qualité pour entretenir ces expériences de marque haut de gamme, Lucid Motors s'est penchée sur la possibilité de créer un **écosystème de contenu digital** capable de soutenir ses objectifs ambitieux.

Les besoins

Le public cible de Lucid Motors englobe un large éventail de consommateurs, d'autant que l'entreprise est présente sur un nombre croissant de canaux et de points de contact via lesquels elle diffuse des contenus publicitaires et autres informations et vend ses véhicules. En effet, Lucid Motors commercialise ses voitures à la fois en ligne et dans ses concessions. C'est pourquoi l'expert automobile avait besoin d'un système de référence centralisé qui agirait comme point de départ de chaque interaction avec la marque.

Pour répondre à ses besoins, Lucid Motors a identifié que la pièce du puzzle qui lui manquait était une plateforme de Digital Asset Management (DAM). Son choix s'est porté sur la **solution de DAM de Bynder assistée par IA**.

La solution

Lucid Motors a travaillé main dans la main avec les experts internes de Bynder pour créer une solution haut de gamme qui réponde à son cas d'utilisation spécifique. Les équipes peuvent désormais accéder rapidement à des ressources prêtes à emploi et conformes à l'image de la marque, et les diffuser en un rien de temps sur l'ensemble des canaux de distribution (sites Web, plateformes e-commerce, réseaux sociaux et expériences en magasin). Le module **CX for User Community** joue le rôle de hub digital pour l'identité de la marque Lucid Motors, et permet à tout le monde d'accéder à des fichiers actualisés liés à la marque et les utiliser correctement.

Les résultats

« Bynder offre une source centralisée pour tous les fichiers liés à la marque Lucid Motors. La plateforme nous permet ainsi d'offrir aux équipes un accès aux versions finales des supports créés et approuvés, qui sont ensuite exploités de différentes manières. »

— Cory Davis, Digital Asset Manager chez Lucid Motors

20 000

contenus estockés

300

utilisateurs actifs

70 %

de charge de travail hebdomadaire en moins

Comment Lucid Motors tire parti des fonctions AI Search dernier cri de Bynder

C'est au moment où Lucid Motors procédait à la refonte de sa marque et de sa stratégie de contenu que l'entreprise a adopté les **fonctionnalités d'AI Search** de Bynder. Concrètement, AI Search permet aux équipes de Lucid Motors de tirer profit de l'IA pour trouver intuitivement et rapidement ce dont elles ont besoin, même si elles n'ont pas une idée précise de ce qu'elles recherchent comme contenu. Il est possible d'effectuer une recherche dans le DAM à partir d'une image externe, à partir d'éléments textuels à l'intérieur d'images, ou encore de regrouper tous les assets partageant des similitudes visuelles.

« En tant que DAM Manager, je dirais que ma charge de travail hebdomadaire a diminué de 70 % depuis que j'utilise AI Search. Je reçois beaucoup moins de demandes de la part d'utilisateurs souhaitant accéder à des contenus. »

— Cory Davis, Digital Asset Manager chez Lucid Motors

Désormais, les membres de l'équipe peuvent trouver l'image qui correspond parfaitement à leurs besoins sans avoir à saisir de mots-clés spécifiques, ou encore utiliser une image trouvée en ligne pour identifier des contenus similaires dans le DAM. En automatisant le travail manuel de recherche des assets et en maximisant la réutilisation des fichiers déjà existants dans la bibliothèque, les équipes de Lucid Motors sont bien positionnées pour favoriser un meilleur ROI du contenu tout en gagnant du temps pour se concentrer sur des tâches stratégiques à plus forte valeur ajoutée.

« Le temps consacré à la recherche de fichiers dans le DAM est passé de quelques heures [pour une tâche de type campagne de marque] à seulement 30 minutes après seulement six mois d'utilisation d'AI Search. »

« En un an, nous avons fait passer le nombre d'utilisateurs actifs du DAM de 20 à 300. Près de 20 000 assets sont gérés dans le DAM, et ce nombre augmente chaque jour. »

— Cory Davis, Digital Asset Manager chez Lucid Motors