

Storia del cliente

**Il DAM di Bynder
basato sull'AI accelera
il time-to-market
delle campagne del
Campari Group**



Informazioni sul Campari Group

Il [Gruppo Campari](#) è il sesto player mondiale nel settore dei superalcolici, con un portfolio di oltre 50 marchi premium e super-premium.

Con nomi iconici come Aperol, Campari, SKYY e Wild Turkey, la strategia dell'azienda si concentra sulla costruzione organica del brand accanto alla crescita esterna attraverso acquisizioni selettive di marchi e attività.

Fondazione 1860

Sede centrale: Milano, Italia

50+

marchi

190+

mercati serviti

4.900+

dipendenti



Sfida

La strategia di crescita del Campari Group coniuga un forte brand building con acquisizioni strategiche. Con il percorso di acquisto dei consumatori e il ruolo dell'e-commerce in rapida evoluzione, il Campari Group aveva bisogno di una soluzione a prova di futuro per gestire le sue operazioni sui contenuti e offrire una brand experience mirata e coerente che si rivolgesse ai clienti omnichannel di oggi.

Che si tratti di facilitare le acquisizioni di brand, coordinare i lanci delle campagne o garantire la conformità normativa sui contenuti, il Campari Group ha adottato [la piattaforma DAM](#) di Bynder per affrontare queste sfide e, stando a quanto dicono loro, diventare i padroni dei contenuti all'interno del loro ecosistema digitale.

Bynder è un partner strategico per Campari Group: li aiuta a semplificare le operazioni, accelerare il time-to-market globale dei loro prodotti, ovvero il tempo di commercializzazione, e, in definitiva, guidare la crescita del business in tutto il mondo.

“Bynder è stato progettato tenendo sempre a mente la facilità d’uso per i consumatori, il che ha migliorato significativamente l’adozione da parte dei nostri team globali. Infatti, l’adozione e l’utilizzo da parte degli utenti sono aumentati di dieci volte rispetto alla nostra piattaforma precedente”.

— Liam Barnes, Direttore IT globale per le tecnologie di marketing presso il Campari Group

Sfide passate

In precedenza, Campari utilizzava una soluzione DAM alternativa, ma c'erano opportunità di miglioramento. Ciò ha portato l'azienda a cercare una nuova partnership DAM più stretta per affrontare i seguenti problemi:

UX e adozione da parte degli utenti:

Necessità di un'interfaccia più intuitiva e user-friendly che ne garantisca l'adozione diffusa in tutta l'azienda.

Insight sui contenuti e sul ROI:

Dirigenti e manager avevano bisogno di una visione più chiara dell'utilizzo e delle prestazioni dei contenuti per misurare con precisione il ROI degli investimenti di marketing.

Collaborazione con agenzie esterne:

Garantire che i partner esterni possano collaborare facilmente all'interno del DAM, riducendo inefficienze e costi e migliorando al contempo il controllo interno del brand.

“Abbiamo colto il potenziale di Bynder per ottenere insight più chiari sui nostri obiettivi di marketing e per misurare con maggiore precisione il ROI della nostra brand strategy e dei nostri contenuti”.

— Liam Barnes, Direttore IT globale per le tecnologie di marketing presso il Campari Group

Perché Campari Group ha scelto il DAM di Bynder?

Con l'aumento della produzione di contenuti, il Campari Group si è accorto del potenziale di Bynder per accelerare il time-to-market globale dei suoi prodotti e delle sue campagne e per offrire [esperienze di contenuto più personalizzate su larga scala](#) per i suoi oltre 50 sub-brand, unendo i contenuti alla crescita del business. Ecco cosa si è contraddistinto:

Interfaccia facile da usare:

Bynder è facile da usare e richiede un training minimo, favorendo un'elevata adozione da parte degli utenti e ponendo Bynder al centro della catena di fornitura dei contenuti dell'azienda.

Capacità alimentate dall'AI:

Dal rilevamento dei duplicati all'etichettatura automatica dei contenuti, l'intelligenza artificiale e le capacità di automazione di Bynder potrebbero ridurre i processi manuali e abbreviare il

Insight sui contenuti basati sui dati:

[Bynder Analytics](#) consente di fare approfondimenti sulle prestazioni dei contenuti, permettendo al team di misurare il ROI in modo più accurato.

Numerose integrazioni:

Le integrazioni di Bynder con altri strumenti di punta, in particolare [Salsify \(PXM\)](#), assicurerebbero che gli asset digitali siano distribuiti senza problemi in tutto l'ecosistema di contenuti di Campari e ai rivenditori terzi.

“Quest’anno il Campari Group ha acquisito il marchio di cognac Courvoisier, il che ha comportato il trasferimento dei diritti di proprietà di tutti i siti web, dei prodotti e dei contenuti del marchio. Nel giro di quattro giorni, abbiamo completato il trasferimento e reso i contenuti pronti all’uso per ogni singolo mercato utilizzando Bynder come base fondamentale del nostro processo di acquisizione”.

— Liam Barnes, Direttore IT globale per le tecnologie di marketing presso il Campari Group

La trasformazione del Campari Group con Bynder

A meno di un anno dall'inizio del suo percorso con Bynder, il Campari Group ha già **decuplicato** l'adozione da parte degli utenti rispetto alla sua precedente soluzione, con 800 utenti già registrati. La ricerca e il tagging [basati sull'intelligenza artificiale](#) di Bynder hanno inoltre ridotto in modo significativo il tempo dedicato alla ricerca e alla gestione degli asset, facilitando al contempo la compliance normativa di tutti i contenuti pubblicati.

Perfettamente integrato con il più ampio stack martech del Campari Group, tra cui Salsify PXM, gli asset possono essere distribuiti a rivenditori come Amazon in modo accurato e in tempi record, dando un ulteriore vantaggio competitivo al gruppo.

Gli approfondimenti sui dati di Bynder Analytics aiutano anche a migliorare il processo decisionale sulla strategia dei contenuti, ottimizzare le campagne e dedurre il ROI degli obiettivi di marketing.

Onboarding fluido

“Abbiamo avuto un ottimo team di onboarding e questo ci ha aiutato sulla tecnologia e sulla sua adozione per avere il massimo riscontro all'interno dell'azienda”.

Operazioni semplificate

“Avere un modo efficiente di gestire i contenuti è fondamentale per garantire la coerenza del marchio, ma anche per garantire che i nostri team non perdano tempo.”

Migliori esperienze retail

Quando distribuiamo i nostri prodotti a rivenditori terzi come Amazon, l'asset giusto viene sempre consegnato al canale giusto”.

Time-to-market più veloce

“Se apportiamo una modifica al design del marchio della nostra bottiglia, la aggiorniamo in un unico punto e la modifica si riflette su tutto il nostro ecosistema”.

Esperienze di contenuti personalizzate su larga scala

“Per l'attivazione della campagna 'Negroni Week', siamo stati in grado di utilizzare Bynder come punto di accesso centrale per la distribuzione di contenuti personalizzati ai mercati locali e ai partner esterni in modo rapido e su larga scala”.

“Il nostro obiettivo per Bynder include sfruttare le sue funzionalità AI per migliorare la gestione dei contenuti, ridurre la duplicazione e fornire insight sulle prestazioni dei contenuti. Siamo particolarmente entusiasti delle funzioni di ricerca AI e di auto-tagging di Bynder, che sono fondamentali per snellire le nostre operazioni sui contenuti e migliorare l’efficienza per aiutarci a commercializzare il prodotto sul mercato più velocemente”.

— Jeremie Moritz, Sr. Director of Global Consumer Engagement

BYNDER X CAMPARI

Come la AI di Bynder sta potenziando le operazioni sui contenuti per aumentare il ROI del marketing

Per gli oltre 50 marchi del Campari Group, le [funzionalità della AI](#) di Bynder stanno producendo una serie di benefici:

Eliminazione dei duplicati: I contenuti duplicati vengono rimossi automaticamente al momento del caricamento.

Ricerca per immagini: Usare le immagini al posto delle parole per la ricerca è estremamente vantaggioso considerando le dimensioni del portfolio e la scala di mercato del gruppo, risparmiando tempo prezioso.

Rilevamento di testo nell'immagine: La possibilità di estrarre e taggare il testo all'interno delle immagini rende molto più facile la ricerca, la revisione e la categorizzazione delle etichette dei prodotti e dei contenuti per il go-to-market.

“Cercare è molto meglio di quanto non sia mai stato. Le persone sentono di trarre vantaggio immediato dalla soluzione”.





Informazioni su Bynder

Bynder va ben oltre la gestione degli asset digitali. La piattaforma di digital asset management consente ai team di dominare il caos della proliferazione dei contenuti, dei touchpoint e delle relazioni per poter finalmente prosperare.

Bynder supporta oltre 1,7 milioni di utenti in 4000 organizzazioni, tra cui Spotify, Puma, Five Guys e Icelandair. Fondata nel 2013, Bynder ha otto uffici in tutto il mondo, tra cui Paesi Bassi, Stati Uniti, Spagna, Regno Unito, Australia ed Emirati Arabi.

Per maggiori informazioni visita il nostro sito www.bynder.it.