

Storia del cliente

Vodafone anima il suo marchio per 93.000 dipendenti globali con la piattaforma DAM di Bynder, leader di categoria.



Informazioni sul Gruppo Vodafone

Vodafone è un'azienda leader nel settore delle telecomunicazioni in Europa e Africa, che fornisce servizi mobili e fissi a oltre 330 milioni di clienti in 15 paesi.

Dalle reti mobili 5G alle piattaforme TV digitali, Vodafone si impegna a utilizzare la sua tecnologia come forza per il bene, migliorando la vita delle persone e del mondo che ci circonda.

Fatturato: €36,717 miliardi (2024)

Sede centrale: Newbury, Inghilterra

93,000+
dipendenti

330M
clienti serviti

N.1
operatore di rete in Europa



Background

La strategia del Gruppo Vodafone mira a diventare il miglior fornitore di telecomunicazioni in Europa e Africa, con un focus sulla crescita sostenibile e la presenza locale. Per raggiungere questo obiettivo, il miglioramento dell'esperienza cliente è considerato una priorità fondamentale.

Il team del marchio Vodafone desiderava supportare ogni regione con i contenuti più recenti e rilevanti, dai materiali per le campagne globali alle immagini mirate e pronte per i social. Per supportare la sua crescita e offrire esperienze personalizzate che riflettano il marchio in tutto l'ecosistema Vodafone, il team del marchio cercava, come dichiarato, un "one-stop-shop" per tutti i contenuti legati al marchio.

Con solo sei mesi a disposizione, il Gruppo Vodafone ha collaborato con Bynder per costruire un sistema di gestione per le operazioni del marchio globale. Questa soluzione consente a migliaia di dipendenti di rimanere fedeli al marchio e di portare sul mercato i prodotti e le campagne Vodafone più recenti più velocemente che mai.

Gli obiettivi di Vodafone per Bynder

Vodafone desiderava che la [Digital Asset Management \(DAM\)](#) di Bynder fungesse da unica fonte di verità del marchio globale, permettendo alle parti interessate di trasformare in modo efficiente i contenuti del marchio in esperienze dinamiche e omnicanale che generassero impatto e crescita. Per raggiungere questo obiettivo, Vodafone ha richiesto a Bynder di fornire:

Un'esperienza utente di alta qualità

I contenuti del marchio devono essere facilmente accessibili con meno clic e frizioni tra gli utenti e i contenuti pertinenti, migliorando l'utilizzo complessivo.

Connettività

Integrazione di Bynder con il più ampio stack martech di Vodafone per semplificare la distribuzione dei contenuti go-to-market e garantire la coerenza del marchio omnicanale.

Personalizzazione robusta

Bynder doveva "sembrare e sentirsi" come un'estensione del marchio innovativo di Vodafone, permettendo al team del marchio di mostrare dinamicamente le risorse e le campagne più recenti per ottenere il massimo coinvolgimento.

Intelligenza Artificiale e Automazione

Ricerca assistita da intelligenza artificiale, rilevamento dei duplicati e altre [soluzioni assistite dall'intelligenza artificiale](#) per rendere i team più efficienti, migliorando le esperienze del marchio su larga scala.

“Può essere difficile quando cerchi di assicurarti che tutti i mercati abbiano le conoscenze e i contenuti necessari per portare il marchio da decente a grande. Con Bynder, abbiamo finalmente un sito del brand che è il migliore sul mercato.”

—Amr El Badry, Global Senior Brand ID e Comms Manager

La trasformazione di Vodafone con Bynder

Gli oltre 93.000 dipendenti del Gruppo Vodafone in tutto il mondo dispongono ora di un “sito del marchio” di prim’ordine all’interno di Bynder per sostenere gli obiettivi di crescita dell’azienda e tradurre i contenuti del marchio in risultati di business.

Le funzionalità AI di Bynder eliminano i processi manuali per risparmiare tempo e migliorare il ROI dei contenuti aiutando gli utenti a trovare i contenuti più rilevanti per le loro esigenze.

Personalizzato in modo esclusivo per riflettere l’identità del marchio Vodafone, il team Brand può anche puntare i riflettori sui materiali più recenti della campagna e sulle brand guideline dinamiche tramite la homepage, contribuendo a rompere i silos di mercato e operare come un unico marchio coeso.

Funzionalità di livello enterprise senza complicazioni

“Ora è tutto molto più organizzato. Le persone possono trovare contenuti e informazioni più facilmente: ci sono meno attriti perché hai meno clic, il che ci fa risparmiare un sacco di tempo.”

Scalare le operazioni con solide integrazioni

“La capacità di integrare e utilizzare i nostri strumenti di marketing più ampi all’interno di Bynder lo rende davvero un’unica fonte di verità per le operazioni del nostro marchio.”

Condivisione sicura e senza soluzione di continuità

“È possibile condividere rapidamente i file con un indirizzo e-mail o generare un link con la possibilità di aggiungere una data di scadenza direttamente in Bynder.”

Capacità AI all’avanguardia

“Con l’aiuto dell’IA, puoi trovare facilmente le immagini utilizzando la ricerca di somiglianza visiva di Bynder, la ricerca tramite un’immagine o un URL esterno, oppure la ricerca di testo all’interno di un’immagine/video. Ci aiuta anche a generare automaticamente trascrizioni per i video in oltre 100 lingue.”

“Bynder è un passo avanti. Hanno gli strumenti per rendere i nostri team più efficienti e aiutarci a raggiungere il nostro obiettivo di avere un marchio coerente in tutto il mondo.”

—Amr El Badry, Global Senior Brand ID e Comms Manager

BYNDER X VODAFONE

Capacità AI pionieristiche per massimizzare il ROI dei contenuti

Basta contenuti duplicati

Per garantire che vengano utilizzati solo i contenuti del marchio approvati, i file duplicati vengono automaticamente contrassegnati e rimossi dal Duplicate Manager di Bynder al momento del caricamento, mantenendo la casa del marchio Vodafone priva di ingombro.

Risparmio di tempo con una ricerca più intelligente

Le capacità di ricerca AI di Bynder offrono ai dipendenti numerosi modi per trovare i contenuti di cui hanno bisogno e ottenere più valore dai contenuti del brand. Andando oltre una semplice barra di ricerca per parole chiave, Bynder offre molteplici percorsi per i contenuti più rilevanti: ricerca per immagine, rilevamento di testo nell'immagine, riconoscimento facciale e altro ancora.

Per Vodafone, queste efficienze sono cruciali per scalare i processi e massimizzare il ROI dei contenuti per risultati di business migliori.



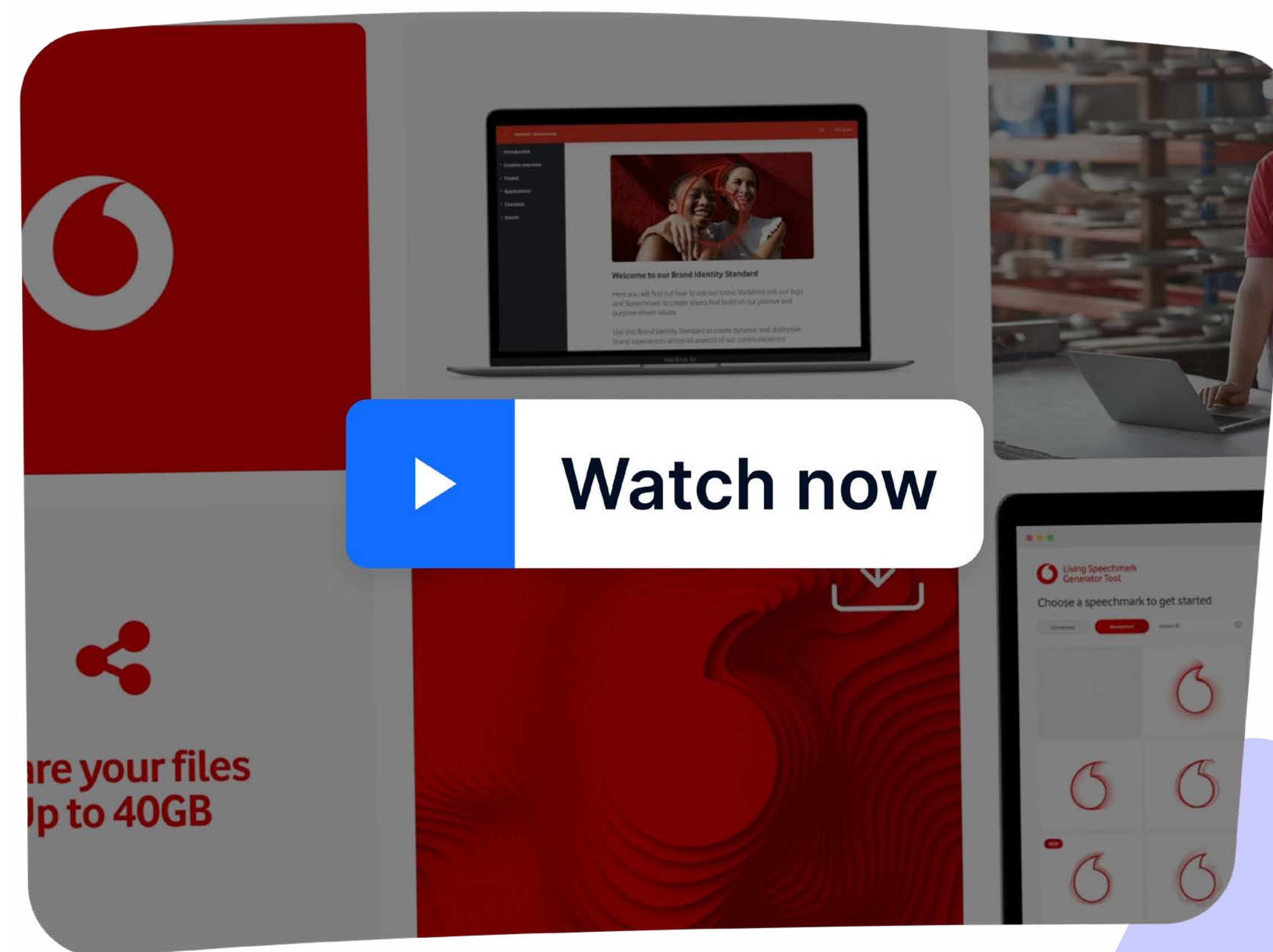
“Le funzionalità AI di Bynder hanno aiutato tutti ad essere molto più efficienti, permettendoci di concentrarci su altri progetti.”

—Amr El Badry, Global Senior Brand ID e Comms Manager

Guidare l'adozione anticipata fin dal primo giorno

Vodafone Group ha raggiunto l'ambizioso obiettivo di lanciare Bynder come casa digitale del marchio entro sei mesi, un'impresa importante per un enterprise di dimensioni e complessità. Per garantire un'elevata adozione fin dall'inizio, Vodafone ha organizzato un evento di lancio dedicato che ha presentato le funzionalità di Bynder ai dipendenti.

Da allora, l'adozione degli utenti ha continuato a crescere e ad espandersi a più team, con feedback costantemente positivi da parte di tutto il business.



Il video promozionale interno di Vodafone per il lancio di Bynder



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 web www.bynder.it.