

Customer Story

**So verkürzt die
Campari Group mit
dem KI-gestützten
DAM von Bynder die
Markteinführungszeit für
ihre Kampagnen**



Über Campari Group

[Die Campari Group](#) ist der sechstgrößte Spirituosenhersteller weltweit und bietet eine Produktpalette mit mehr als 50 Premium- und Super-Premium-Marken.

Mit Kultnamen wie Aperol, Campari, SKYY und Wild Turkey konzentriert sich die Strategie des Unternehmens auf den organischen Aufbau von Marken. Auch externes Wachstum durch selektive Übernahmen von Marken und Unternehmen spielt eine große Rolle.

Gegründet: 1860

Hauptsitz: Milan, Italien

50+

Marken

190+

belieferte Märkte

4.900+

Mitarbeiter



Hintergrundinformationen

Die Wachstumsstrategie der Campari Group kombiniert eine starke Markenentwicklung mit strategischen Akquisitionen. Da sich das Kaufverhalten der Verbraucher und die Rolle des E-Commerce rasant weiterentwickeln, benötigte die Campari Group eine zukunftssichere Lösung, um Content Operations voranzutreiben und gezielte, konsistente Markenerlebnisse zu ermöglichen, die bei heutigen Omnichannel-Kunden Anklang finden.

Die Campari Group setzte schließlich auf Bynders [intuitive DAM-plattform](#) um Markenübernahmen zu erleichtern, Kampagnenstarts zu koordinieren oder regulatorische Anforderungen an Inhalte sicherzustellen. Die Teams wollten zu echten „Content-Experten“ innerhalb ihres digitalen Ökosystems werden – und das haben sie auch geschafft.

Heute unterstützt Bynder die Campari Group als strategischer Partner dabei, Prozesse zu optimieren, die globale Markteinführungszeit von Produkten zu beschleunigen und letztendlich das Geschäftswachstum weltweit voranzutreiben.

“Bynder ist sehr benutzerfreundlich und hat in unseren globalen Teams eine hohe Akzeptanz erfahren. Tatsächlich hat sich die Benutzerakzeptanz und -nutzung.”

— Liam Barnes, Globaler IT-Director für Marketingtechnologien bei der Campari Group

Bisherige Herausforderungen

Campari nutzte bereits eine andere DAM-Lösung, sah jedoch Optimierungspotenzial. Das veranlasste das Unternehmen dazu, eine neue und wesentlich engere DAM-Partnerschaft einzugehen, um die folgenden Herausforderungen zu meistern:

UX und Benutzerakzeptanz

Es wurde ein intuitives, benutzerfreundliches Interface benötigt, das Anklang bei so vielen Mitarbeitern wie möglich finden würde.

Einblicke in Content und ROI

Führungskräfte und Manager benötigten einen besseren Überblick über die Nutzung und Performance von Inhalten, um den ROI der Marketingausgaben genau messen zu können.

Zusammenarbeit mit externen Agenturen

Partner müssen problemlos über das DAM zusammenarbeiten können, um Ineffizienzen und Kosten zu reduzieren und gleichzeitig die interne Markenkontrolle zu verbessern.

“Wir haben in Bynder das Potenzial gesehen, bessere Einblicke in unsere Marketingmaßnahmen zu erhalten und den ROI unserer Markenstrategie und Inhalte genauer zu messen.”

— Liam Barnes, Globaler IT-Director für Marketingtechnologien bei der Campari Group

Warum hat sich die Campari Group für das DAM von Bynder entschieden?

Angesichts einer steigenden Content-Produktion erkannte die Campari Group schnell das Potenzial von Bynder: Das Unternehmen kann nicht nur die globale Markteinführung von Produkten und Kampagnen beschleunigen, sondern auch personalisierte [Content Experiences in großem Umfang](#) für mehr als 50 Untermarken bereitstellen und das Geschäftswachstum mit Inhalten fördern. Folgende Aspekte waren besonders wichtig:

Benutzerfreundliches Interface

Bynder ist leicht zu bedienen und erfordert kaum Einarbeitungszeit. Das fördert eine hohe Benutzerakzeptanz und macht Bynder zum Herzstück der unternehmensweiten Content-Lieferkette.

KI-gestützte Funktionen

Von der Duplikaterkennung bis hin zur automatischen Kennzeichnung von Assets – Bynders KI- und Automatisierungsfunktionen können manuelle Prozesse reduzieren und die Markteinführungszeit der Produkte verkürzen.

Datengesteuerte Content-Einblicke

[Bynder Analytics](#) ermöglicht wertvolle Insights in die Performance von Inhalten, sodass der ROI genau gemessen werden kann.

Umfassende Integrationen

Bynder lässt sich nahtlos mit anderen Best-of-Breed-Tools integrieren – insbesondere mit [Salsify \(PXM\)](#). Dadurch wird sichergestellt, dass digitale Assets reibungslos in das Content-Ökosystem von Campari eingebunden und an Drittanbieter weitergeleitet werden können.

“Die Campari Group hat in diesem Jahr die Cognac-Marke Courvoisier übernommen. Daher mussten wir alle Website-, Produkt- und Marken-Assets in unsere Systeme übertragen – und das haben wir innerhalb von vier Tagen geschafft! Mit Bynder als Ausgangspunkt für den Akquisitionsprozess konnten wir die Inhalte schnell für jeden einzelnen Markt nutzen.”

— Liam Barnes, Globaler IT-Director für Marketingtechnologien bei der Campari Group

So hat sich die Campari Group dank Bynder verändert

Weniger als ein Jahr nach Beginn der Zusammenarbeit mit Bynder hat die Campari Group die Nutzerakzeptanz im Vergleich zur vorherigen Lösung bereits verzehnfacht und 800 Nutzer eingebunden. Zudem hat Bynders [KI-gestützte Suche](#) und automatisches Tagging die Zeit für die Suche und Verwaltung von Assets stark reduziert. Gleichzeitig können Vorschriften für die Veröffentlichung von Inhalten leichter eingehalten werden.

Assets sind nahtlos in den umfassenden Martech-Stack der Campari Group integriert, einschließlich Salsify PXM, um präzise und in Rekordzeit an Händler wie Amazon weitergeleitet zu werden. Das verschafft der Gruppe einen zusätzlichen Wettbewerbsvorteil.

Noch dazu ermöglichen ausführliche Datenanalysen von Bynder Analytics, fundiertere Entscheidungen zur Content-Strategie zu treffen, Kampagnen zu optimieren und den ROI von Marketingmaßnahmen zu ermitteln.

Einfaches Onboarding

“Wir hatten ein großartiges Onboarding-Team, das uns sowohl bei der Technologie als auch bei der Einführung unterstützt hat. Dadurch konnten wir den größtmöglichen Nutzen für das Unternehmen erzielen.”

Optimierte Abläufe

“Eine effiziente Möglichkeit zur Verwaltung von Assets ist entscheidend, um die Markenkonsistenz sicherzustellen und gleichzeitig zu vermeiden, dass unsere Teams wertvolle Zeit verlieren.”

Bessere Einkaufserlebnisse

“Wenn wir unsere Produkte an Dritthändler wie Amazon weitergeben, wird immer das richtige Produkt an den richtigen Kanal geliefert.”

Schnellere Markteinführungszeit

“Wenn wir das Design unserer Flaschen ändern wollen, können wir die passenden Dateien an einem Ort aktualisieren und sie über das ganze Ökosystem verbreiten.”

Personalisierte Content Experiences in großem Umfang

“Für die Aktivierung unserer ‚Negrone Week‘-Kampagne konnten wir Bynder als zentrale Anlaufstelle nutzen, um personalisierte Assets schnell und in großem Umfang an lokale Märkte und externe Partner zu verteilen”

“Wir wollen mit den KI-Funktionen von Bynder unser Asset-Management verbessern, Überschneidungen reduzieren und tiefere Einblicke in die Performance von Inhalten gewinnen. Besonders begeistert sind wir von Bynders KI-Funktionen zur Suche und zu automatischem Tagging von Assets. Sie sind ausschlaggebend für optimierte Content Operations, mehr Effizienz und kürzere Markteinführungszeiten.”

— Jeremie Moritz, Senior Director für globales Verbraucherengagement

So skaliert die KI von Bynder die Content Operations und steigert den Marketing-ROI

Für die 50+ Marken der Campari Group bieten Bynders [KI-Funktionen](#) mehrere Vorteile:

Duplikate entfernen: Doppelte Assets werden automatisch beim Hochladen entfernt.

Suche über Bilde: Assets können mithilfe von Bildern statt Worten gesucht werden. Das lohnt sich ganz besonders für ein umfangreiches Markenportfolio wie das der Campari Group und spart enorm viel Zeit.

Texterkennung in Bildern: Die Teams können Texte aus Bildern extrahieren oder taggen. Das erleichtert die Suche, Überprüfung und Kategorisierung von Produktetiketten sowie Go-To-Market-Assets.

“Die Suche funktioniert jetzt besser als je zuvor. Die Nutzer haben das Gefühl, dass die Lösung ihnen sofort einen Mehrwert bietet.”





Über Bynder

Mit Bynder können Sie weit mehr als nur digitale Inhalte verwalten. Unsere Digital Asset Management-Plattform ermöglicht es Ihren Teams, das Chaos zu bewältigen, das durch eine ständig wachsende Anzahl an Inhalten, Touchpoints und Beziehungen entsteht.

Mehr als 1,7 Millionen Nutzer in 3.700 Unternehmen verlassen sich bereits auf Bynder, darunter auch Spotify, Puma, Five Guys und Icelandair. Bynder wurde 2013 gegründet und hat acht Niederlassungen weltweit, unter anderem in den Niederlanden, den Vereinigten Staaten, Spanien, Großbritannien, Australien und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Website www.bynder.de.