

Cas client

**Un nouvel élan pour la
marque Vodafone et ses
93 000 collaborateurs
grâce au DAM premium
de Bynder**



À propos de **Vodafone Group**

Vodafone est le plus grand opérateur de télécommunications en Europe et en Afrique, offrant des services de téléphonie mobile et fixe à plus de 330 millions de clients dans 15 pays.

De réseaux 5G aux plateformes de télévision digitales, l'objectif de Vodafone consiste à tirer parti de ses technologies pour faire le bien et améliorer la vie des gens et la société.

Chiffre d'affaires : €36,717 milliards (2024)

Siège : Newbury, Angleterre

93,000+
employés

330M
de clients

N°1
des opérateurs de réseau en Europe



Le contexte

La stratégie opérationnelle de l'entreprise vise à faire de Vodafone Group le meilleur fournisseur premium de services de télécoms en Europe et en Afrique, avec une croissance durable et une dimension locale comme principaux piliers. Pour y parvenir, l'amélioration de l'expérience des clients constitue une priorité.

L'équipe en charge de la stratégie de marque de Vodafone avait pour ambition d'appuyer chaque région en mettant à sa disposition des éléments de contenu prêts à l'emploi : supports de campagne à visée internationale, visuels ciblés et adaptés aux réseaux sociaux, etc.\

Pour faire avancer ses objectifs de croissance et pour offrir [des expériences de contenu personnalisées](#) à l'ensemble des clients associés à l'écosystème Vodafone, l'équipe responsable de la stratégie de marque de l'entreprise souhaitait adopter une approche de self-service pour tous les supports liés à la marque.

Se donnant à peine six mois pour concrétiser ces aspirations, Vodafone Group a collaboré avec Bynder pour développer un système de référence pour ses opérations de stratégie de marque à l'échelle mondiale. La solution obtenue permet aujourd'hui à des milliers d'employés d'assurer la cohérence de la marque et de lancer les produits et campagnes Vodafone sur le marché plus rapidement que jamais.

Cahier des charges

Vodafone souhaitait que [la plateforme de Digital Asset Management](#) de Bynder serve de référentiel unique pour la marque internationale, et qu'elle donne aux parties prenantes les outils nécessaires pour transformer efficacement les contenus Brand en expériences de contenu omnicanales dynamiques capables de stimuler l'impact et la croissance de l'enseigne. Pour y parvenir, le cahier des charges de Vodafone pour Bynder comportait les exigences suivantes :

Expérience d'utilisation de qualité premium

les assets liés à l'identité de la marque devaient être facilement accessibles, avec moins d'obstacles et moins de clics requis pour trouver les contenus souhaités, de façon à accroître l'utilisation globale de l'outil.

Interconnectabilité

il devait être possible d'intégrer Bynder avec les autres outils martech de Vodafone, de sorte à fluidifier la diffusion de contenus destinés au marché et pour garantir la cohérence de la marque sur tous les canaux.

Personnalisation avancée

l'aspect de la plateforme devait s'inscrire dans le prolongement de l'image de Vodafone, et offrir à l'équipe de stratégie de marque la possibilité de mettre en avant les dernières grandes nouveautés en termes de contenu et de campagnes, pour susciter un maximum d'engagement.

IA et automatisation

Bynder se devait de proposer des fonctionnalités de recherche alimentées par l'IA, la détection des doublons et d'autres [solutions assistées par l'IA](#) pour augmenter l'efficacité des équipes.

« Faciliter l'accès de tous les marchés aux informations et aux éléments nécessaires pour transformer une bonne image de marque en une marque exceptionnelle n'est pas toujours chose simple. Désormais, avec Bynder, nous avons enfin le meilleur portail de marque disponible sur le marché. »

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

La transformation de Vodafone grâce à Bynder

Les plus de 93 000 collaborateurs du groupe disposent désormais d'un portail de marque premium hébergé par Bynder, doté d'outils performants pour accompagner les objectifs de croissance et générer des résultats opérationnels à partir de contenu de marque.

Les fonctionnalités d'IA de Bynder éliminent les processus manuels pour faire gagner du temps et améliorer le retour sur investissement des contenus en aidant les utilisateurs à trouver les contenus les plus pertinents pour leurs besoins.

Non seulement la solution offre une plateforme personnalisée selon les traits uniques de l'identité de marque de Vodafone, mais l'équipe en charge de la stratégie de marque de l'entreprise a également la possibilité de mettre à la une de la page d'accueil les derniers supports de campagne et les directives de marque. De quoi décrocher le marché et favoriser une opérabilité basée sur une image de marque unifiée et cohérente.

Fonctionnalités hautement performantes et sans tracas

« Tout est désormais beaucoup mieux organisé. Nos équipes rencontrent moins d'obstacles, car il y a moins d'étapes. Elles trouvent donc plus facilement les informations dont elles ont besoin, ce qui représente un gain de temps considérable pour tout le monde. »

Intégrations robustes pour des opérations à plus grande échelle

« Le fait que nous puissions intégrer et utiliser nos outils marketing existants au sein même de Bynder a transformé la plateforme en un référentiel unique de ressources pour les opérations liées à notre stratégie de marque. »

Partage sécurisé et parfaitement fluide

« Il est possible de partager des fichiers, directement dans Bynder, en renseignant simplement une adresse e-mail ou en générant un lien avec une période de validité. »

Technologies IA de pointe

« Les fonctionnalités d'IA de Bynder permettent de retrouver des images en quelques clics grâce à la recherche de contenus similaires, à la recherche à partir d'une image externe ou d'une URL, ou encore grâce à la recherche de contenu textuel à l'intérieur d'images et de vidéos. Les capacités d'IA de Bynder nous permettent également de générer automatiquement des transcriptions vidéo en plus de 100 langues. »

« Bynder a vraiment un temps d'avance. La solution propose des outils qui augmentent l'efficacité de nos équipes et nous aident à atteindre notre objectif de garantir la cohérence de notre marque à travers le monde. »

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

BYNDER X VODAFONE

Capacités d'IA pionnières et génératrices de ROI du contenu

Finis les doublons

Pour avoir la certitude que seuls les éléments de marque approuvés sont utilisés, les fichiers en double sont signalés et supprimés automatiquement par le Duplicate Manager de Bynder au moment de l'importation. Un moyen pour le moins efficace pour conserver une plateforme parfaitement en ordre.

Recherches intelligentes pour gagner du temps

Les fonctionnalités de recherche basées sur l'IA de Bynder offrent aux équipes plein de façons de trouver les ressources dont elles ont besoin et de tirer plus de valeur de chaque fichier. Bynder va au-delà de la simple barre de recherche par mot-clé. La solution offre en effet plusieurs manières d'accéder aux ressources souhaitées : de la recherche à partir d'une image, à la détection de texte à l'intérieur d'images, en passant par la reconnaissance de visages et bien plus encore.

Pour Vodafone, ces gains d'efficacité jouent un rôle crucial pour porter les processus à grande échelle et maximiser le retour sur investissement du contenu dans le but d'obtenir de meilleurs résultats.



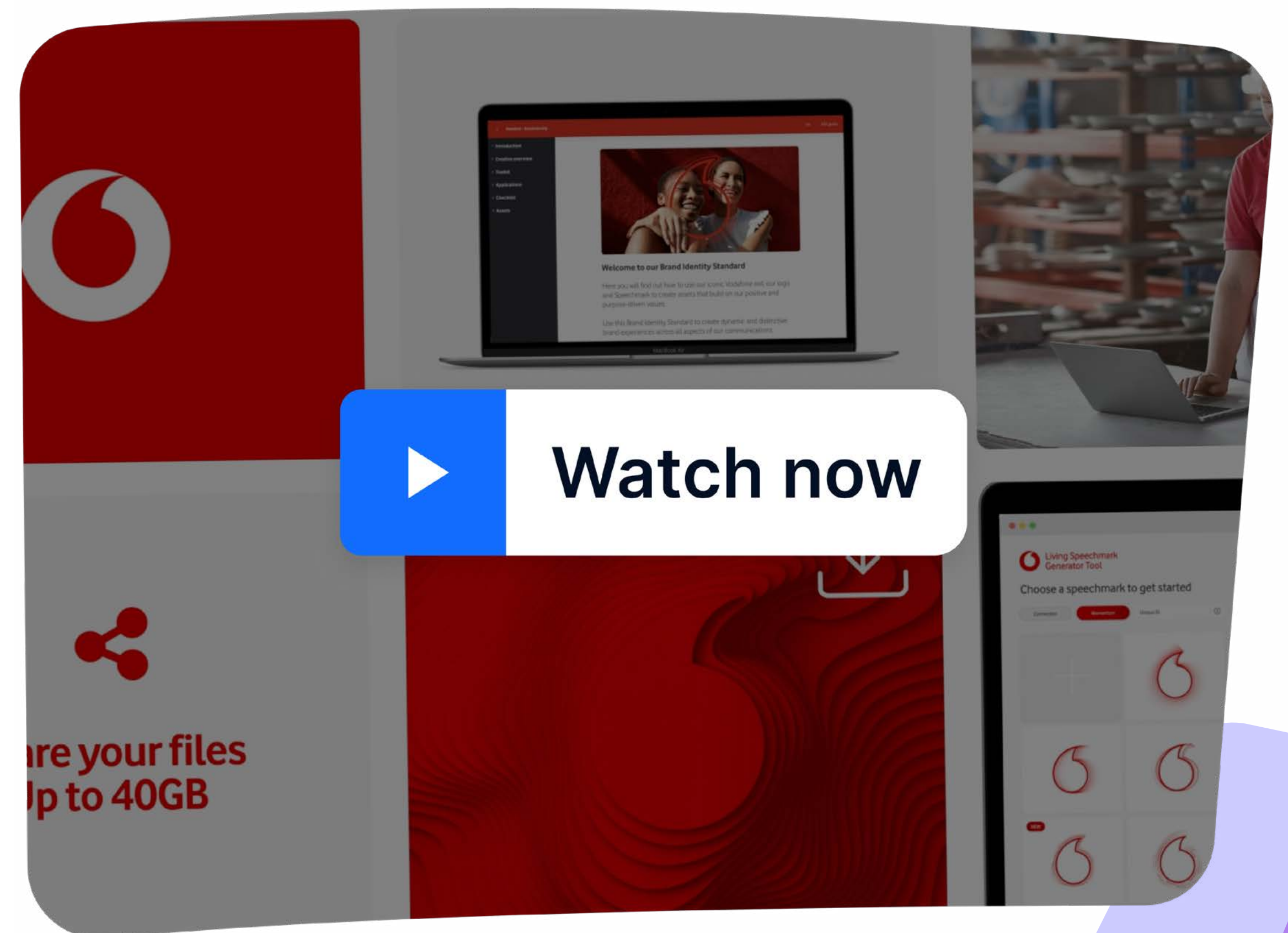
« Bynder a vraiment un temps d'avance. La solution propose des outils qui augmentent l'efficacité de nos équipes et nous aident à atteindre notre objectif de garantir la cohérence de notre marque à travers le monde. »

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

Forte adoption immédiate

Vodafone Group est ainsi parvenu à implémenter Bynder dans les six mois annoncés : une prouesse incroyable pour une entreprise aussi vaste et complexe. Afin de garantir un fort taux d'adoption dès les débuts du lancement, Vodafone a organisé un évènement spécial présentant les fonctionnalités de Bynder aux équipes.

Depuis, l'adoption par les utilisateurs n'a cessé de grandir et de s'étendre à de plus en plus d'équipes, avec des retours favorables à l'échelle de l'entreprise tout entière.



Vidéo promotionnelle interne pour le lancement de Bynder



À propos de Bynder

Bynder va bien au-delà de la gestion des contenus multimédias. Notre plateforme de digital asset management assistée par l'IA permet aux équipes de maîtriser la demande croissante de contenu, de collaboration créative et de canaux de communication avec succès.

Bynder assiste plus de 1,7 million d'utilisateurs à l'échelle de 4 000 entreprises, dont Spotify, Puma, Five Guys et Icelandair. Fondée en 2013, Bynder compte désormais huit bureaux implantés aux quatre coins du monde, notamment aux Pays-Bas, aux États-Unis, en Espagne, au Royaume-Uni, en Australie et aux Émirats arabes unis.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur notre site www.bynder.fr.