

DAM ≠ MRM

QUELLES DIFFÉRENCES ?

Définition

Le Digital Asset Management aide les entreprises à organiser, stocker, partager et diffuser toutes sortes de médias sur différents canaux



Le Marketing Resource Management décrit une série de différentes technologies et processus autour de la création et de l'organisation des ressources marketing

Un seul référentiel pour vos contenus
(Single Source of Truth)

Gestion des métadonnées et de la taxonomie

Gestion des droits et autorisations en fonction des rôles

Workflows d'édition et de collaboration simples

Templates personnalisables et fonctions de localisation*

Contextualisation et diffusion dynamique*

Fonctions avancées de suivi et d'analyse*

Fonctionnalités



Planification stratégique et financière

Gestion du budget et des emplois du temps

Automatisation des processus de création

Planification média et suivi de l'exécution

Centralisation des workflows internes et externes

Coordination des actions

Gestion de la marque et de la production de contenus

Simplification du cycle de vie du contenu à chaque étape

Restez maître de la conformité légale

Renforcez vos canaux de vente

Délivrez la meilleure expérience client

Évoluez vers une maturité des contenus digitaux

Bénéfices



Simplification du plan marketing et des opérations

Contrôle des dépenses et budgets marketing

Amélioration de la collaboration avec les collaborateurs internes et externes

Mesure du ROI marketing

Le meilleur pour ?



La gestion du stockage des contenus

Le marketing distribué

Une meilleure productivité

La gestion de marque

Le marketing omnicanal

Le content scoring

La planification et l'organisation marketing

La gestion de la performance

La gestion de projet

La budgétisation

*lorsqu'il est associé à des modules tels que le Wedia Distributed Marketing Management et le Digital Experience Management