

De complete gids voor **DAM**

/ Alles wat je moet
weten over Digital
Asset Management

Marvia

Introductie

Heb je moeite met het vinden van de juiste bestanden? Ben je gefrustreerd dat je niet weet hoe bepaalde bestanden heten, in welke folder ze staan of zelfs in welk systeem? Staan verschillende versies van bestanden, foto's of logo's verspreid over mappen in het hele bedrijf? Als dit je bekend voorkomt, ben je op het juiste adres.

Waarschijnlijk heeft je merk te dealen met een sneller groeiende vraag naar assets dan ooit tevoren. Digitale assets zijn overal in het bedrijf nodig, niet alleen op de marketingafdeling. Het toenemende belang van een consistente huisstijl over alle kanalen, teams, kantoren, partners en andere stakeholders, is mede veroorzaker van deze toenemende vraag.

Deze groeiende vraag naar content binnen de huisstijl heeft ervoor gezorgd dat marketeers steeds meer tijd verliezen aan contentcreatie, wat hen afleidt van strategisch en creatief werk. Uit een **onderzoek van Workfront** blijkt zelfs dat marketeers nog maar 19% van hun tijd besteden aan hun primaire taken. De andere tijd gaat naar activiteiten zoals content verzoeken van collega's en het organiseren, up-to-date houden van assets en iedereen die met het merk te maken heeft, informeren over deze assets.

Misschien gebruikt jouw merk al een cloud-based mediabibliotheek, wat een goede eerste stap is in vergelijking met offline mediabibliotheken. Hoe dan ook, het is waarschijnlijk nog steeds een doolhof aan folders en een collectie van verouderde bestanden. En dan hebben we het nog niet eens over de gedateerde bestanden die worden bewaard in privé bibliotheken. Deze asset chaos kost niet alleen veel tijd, het kan ook merk inconsistentie veroorzaken en zal uiteindelijk je merk beschadigen.

Als je het zat bent om tijd te verspillen aan het oneindig zoeken naar merkbestanden en het spelen van de huisstijlpolitie, kan een DAM systeem de juiste oplossing zijn voor al je problemen die ontstaan bij het organiseren van je merkbestanden, content distributie en merkconsistentie. De hoofdvraag is; past een DAM bij jouw bedrijf en waar moet je op letten als je een DAM kiest?

In deze gids helpen we je antwoord geven op deze vragen door je meer te leren over:

- **Wat DAM is**
- **De voordelen van DAM**
- **DAM basisbegrippen en -functionaliteiten**
- **De stappen om een DAM te kiezen**
- **De stappen bij het implementeren van DAM**

Contents

1. Wat is DAM?

Voor wie is het en wat zijn de verschillen tussen DAM en andere oplossingen?

2. DAM voordelen

3. The wereld van DAM

DAM woordenboek, moderne DAM functies en de toekomst van DAM

4. Een DAM kiezen

Bepaal de scope en kies een aanbieder

5. Een DAM implementeren

De stappen voor een DAM implementatie

6. Over Marvia

Is Marvia's DAM de juiste voor jouw merk?

Wat is DAM?

Wat is Digital Asset Management?

Digital Asset Management (DAM) is een cloud-based systeem waarmee organisaties eenvoudig digitale assets kunnen opslaan, organiseren, vinden en delen.

DAM is een uitgebreide mediabibliotheek dat een oplossing aanbiedt voor bedrijven die veel digitale assets hebben en worstelen met het organiseren, up-to-date houden van deze assets en iedereen die bij het merk betrokken is, gecontroleerd toegang tot deze bestanden te geven.

Toch is een DAM meer dan alleen een media-bibliotheek: het is een huis voor je merk. DAM systemen automatiseren het organisatieproces voor je bestanden, wat het merken, hun teams en partners versterkt in het gebruiken van de juiste materialen. Door het aanbieden van een **gestructureerde en gebruiksvriendelijke** mappenstructuur, kan een DAM het proces van navigeren door bestanden vergemakkelijken.

Om te begrijpen wat een DAM precies doet, en waar het verschil ligt met andere mediabibliotheken, is het allereerst van belang om het verschil tussen bestanden en assets te begrijpen. Hoewel deze termen door elkaar worden gebruikt, verschillen ze daadwerkelijk. Bestanden kunnen assets worden maar assets zijn veel meer dan gewone bestanden: bestanden kunnen alleen assets worden, wanneer metadata wordt toegevoegd waardoor ze vindbaar zijn.

Daarnaast zijn alleen assets **schaalbaar** en beschikbaar in **meerdere versies**. Dit is waar DAM systemen zichzelf onderscheiden van andere oplossingen; DAM systemen zijn ontworpen voor digitale assets, waar offline en cloud mediabibliotheken zijn ontworpen voor bestandsopslag.

Wie heeft DAM nodig?

Het antwoord op deze vraag is simpel: elk bedrijf of organisatie die brand assets moet organiseren, kan een DAM gebruiken.

Hoewel DAM's voornamelijk zijn ontworpen voor en worden gebruikt door marketeers, zien we een groeiende vraag naar bedrijfsbrede gebruikte DAM's voor verschillende afdelingen, teams, locaties, winkels of filialen.

DAM's zijn niet alleen nuttig voor bedrijven die hun merk consistent willen laten zijn binnen het bedrijf en bestanden willen delen met directe collega's, maar ook voor bedrijven die externe partijen of stakeholders hebben die met hun merk werken, bijvoorbeeld resellers en partners.

Sectoren die DAM gebruiken

Hieronder vind je een overzicht van branches die vaak gebruik maken van DAM-systemen.



Retail & Consumentenmarkt



Educatie



Horeca



Automotive



Gezondheidszorg



Goede doelen en Non-profit



Vrije tijd, Reizen en Toerisme



Industrie en Productie



Sport



Politieke organisaties

Heb ik DAM nodig?

Misschien gebruik je al een andere oplossing voor bestandsopslag en vraag je je af wat de toegevoegde waarde van DAM is. In het onderstaande overzicht vind je de verschillen tussen shared drives, online cloudopslag en DAM systemen.

	Shared drives	Online cloud storage (Dropbox etc.)	Digital Asset Management
Bestandsopslag	✓	✓	✓
Mappenstructuur	✓	✓	✓
File preview	Basis	Basis	Geavanceerd
Zoekfunctie	Basis	Basis	Geavanceerd
Toegangsrechten		Basis	Geavanceerd
Delen		Basis	Geavanceerd
Integraties			✓
Bestandsconversie			✓
Bestandsbewerking			✓
Analytics			✓
Versiebeheer			✓
Workflows			✓

DAM Voordelen

Wat zijn de voordelen van DAM?

Tijd- en kostenbesparend

Met een DAM vinden gebruikers in een mum van tijd de bestanden die ze zoeken. DAM's zijn bovendien web-based, dus kan je op elk apparaat inloggen en toegang krijgen tot alle materialen. Doordat assets veel sneller worden gevonden, verkort je de time-to-market en bespaart je geld.

Behoud van merkconsistentie

Met DAM beheer je alle merkbestanden vanuit één centraal punt. Doordat je kan bepalen welke bestanden worden getoond en wie toegang heeft, zullen medewerkers nooit meer verouderde of onjuiste bestanden gebruiken. DAM zorgt voor merkconsistentie, wat de naamsbekendheid ten goede komt.

Beveiligde omgeving

Tegenwoordig groeit de bedreiging van hackers, waardoor het nog belangrijker wordt om alle digitale merkbestanden en informatie achter één veilige bron te beschermen. De meeste DAM's hebben cloud-beveiliging en toegangsrechten, waardoor bedreigingsrisicos worden geminimaliseerd.

Boost efficiëntie met analytics

Met DAM's kan je gebruikersactiviteit analyseren waardoor het gemakkelijk is om inzichten te krijgen over hoe gebruikers met je merk werken en welke middelen ze gebruiken. Hierdoor kan je de juiste gebruikers activeren en weet je welke assets nodig zijn en welke niet.



85%
Vindt assets sneller



80%
Meer hergebruik van assets



15%
Jaarlijks bespaarde uren

De wereld van DAM

Let's talk DAM

Als je nieuw bent in deze DAM-wereld, zie je misschien onbekende termen. Daarom geven we je een korte update van veelvoorkomende DAM-termen.

Brand Portal

Dit is de thuisbasis voor je merk. De Brand Portal is een cloud-based online opslagcentrum waar gebruikers kunnen inloggen en alles over het merk kunnen vinden. Naast de DAM die in een Brand Portal staat, zijn hier vaak ook de merkrichtlijnen en templates te vinden.

API

Application Programming Interface (API) is een software interface dat het mogelijk maakt om twee applicaties met elkaar "te laten praten", zodat integraties met andere (software) leveranciers zoals CRM systemen, PIM en Adobe mogelijk is.

Software-as-a-Service (SaaS)

SaaS is een software distributie model waarin een serviceprovider de applicaties host voor klanten en online beschikbaar maakt. De meeste DAM's zijn SaaS-based omdat het veel voordelen biedt in vergelijking met traditionele, interne oplossingen.

Admin

Admin kan twee dingen betekenen. Ten eerste, de persoon die verantwoordelijk is voor de DAM, uitgebreide rechten heeft en toegang heeft tot de achterkant van de Brand Portal. Deze achterkant is de tweede definitie van admin; de plek waar de DAM gelocerd is en beheerd wordt.

Taxonomie

Taxonomie verwijst naar het classificeren en ordenen van assets. Er moet een taxonomiestructuur worden opgezet om digitale activa te zoeken en te vinden.

Metadata

Metadata betekent data over data. Met andere woorden, metadata zijn de details over bestanden. Dit kan van alles zijn: van bestandsgrootte tot foto's.

Tags en tagging

Tags zijn de extra labels die je aan assets geeft; informatie die nog niet is opgenomen in de metadata.

Moderne DAM features

DAM's zijn het afgelopen decennium heel erg snel ontwikkeld. Waar DAM een paar jaar geleden nog gewoon een mediabibliotheek was, hebben de meeste DAM's nu zeer uitgebreide functies.

De volgende functies kunnen niet gemist worden in een DAM:

Smart Search

Deze uitgebreide zoekfunctie maakt gebruik van metadata en tagging waardoor assets makkelijk en snel te vinden zijn.

File preview

Hiermee kan je een voorbeeld van bestanden bekijken voordat je ze opent of downloadt, inclusief videos.

Open upload

Laat gebruikers en niet-gebruikers assets uploaden naar de DAM zonder in te loggen.

Version control

Hiermee beheer je eenvoudig verschillende bestandsversies.



barista making cappuccino.jpg	
Properties	
File size	1.36 MB
Added	11-06-2020 17:05
Width	4016
Height	5020
DPI X	72
DPI Y	72
Colorspace	sRGB
Tags	barista cafe coffee bar latteart
Metadata	
Channel	Online , Web , Social Media
Campaign	A , D
Target audience	Students
Origin	Lifestyle Shoot

Workflows

Hiermee kan je goedkeuringen instellen voor bestanden. Bijvoorbeeld wanneer gebruikers toestemming moeten vragen voordat ze een asset kunnen downloaden.

Gerelateerde items

Deze functie toont assets die aan elkaar gerelateerd zijn.

Delen

Deel gemakkelijk bestanden met anderen via download links, email of eigen collecties.

Analytics

Met analytics is het mogelijk om gebruikersactiviteit en asset downloads te analyseren.

Gebruikers- en bestandsrechten

Maak gebruikersgroepen aan en bepaal wie toegang heeft tot welke assets. In de DAM kunnen ook beeldrechten (fotograaf of licentie) worden ingesteld.

Auto-convert

Hiermee kan je verschillende bestandsformaten kiezen om te downloaden.



[Download PNG](#)

[Download JPG](#)

De toekomst van DAM

Door snelle technologische ontwikkelingen komen er ook snel nieuwe DAM-trends en -functies bij.

Onderstaande DAM-ontwikkelingen staan momenteel nog in de kinderschoenen en zullen in de nabije toekomst de standaard worden.

Artificial Intelligence (AI)

Machines worden langzaam beter in het begrijpen en voorspellen van menselijk gedrag. AI kan zeer nuttig zijn omdat het DAM's in staat stelt om automatisch inhoud aan de juiste mensen te presenteren. Recognition, crowdsourcing en auto-tag zijn enkele van de AI-functies die grote DAM-trends zullen worden.

Apps

Omdat DAM's web-based zijn, zijn digitale assets nu al toegankelijk op mobiele apparaten. Gezien het feit dat we in een mobiel tijdperk leven, komen er ook steeds

meer DAM's als apps beschikbaar. De mogelijkheid om een eigen DAM of merk-app te hebben is uitermate relevant voor merken, omdat hun gebruikers op deze manier altijd en overal toegang hebben tot digitale assets, ook als ze geen computer in de buurt hebben.

DAM als datatool

DAM's zijn nu al de thuisbasis van merken omdat ze de bron voor alle merkmaterialen zijn. Maar DAM's worden langzaam ook de plek voor gebruikers- en bestandsanalyses. De meeste DAM's hebben al analysefuncties, waardoor ze inzicht kunnen krijgen in gebruikersactiviteit en het gebruik van assets kunnen analyseren. Dit wordt momenteel door veel DAM-spelers verder ontwikkeld zodat DAM's kunnen functioneren als een alles-in-één merk- en datatool.

Een DAM kiezen

Maak een scope

Nu je alles weet over DAM, is het tijd voor de volgende stap. Voordat je een DAM leverancier kiest, is het essentieel om een duidelijk overzicht te hebben van je behoeften en wensen. We hebben alle acties die nodig zijn op een rij gezet.

1. Definieer bedrijfsdoelen

Het is belangrijk om duidelijke doelen te stellen voordat je een DAM kiest; wat wil je bereiken met een DAM, en wanneer moet dit bereikt zijn? Om deze vragen te beantwoorden, is het essentieel om bij de basis te beginnen: Waar staat je bedrijf vandaag en wat zijn de plannen voor de toekomst?

2. Identificeer gebruikers en stakeholders

Voordat je een DAM selecteert, is het essentieel om te weten wie er met de DAM gaat werken. Naast de gebruikelijke stakeholders zoals management, IT en marketing, zijn er nog vele andere belanghebbenden. Interne stakeholders zoals andere afdelingen en externe stakeholders zoals mediapartners, fotografen of resellers mogen niet worden vergeten. Maak een overzicht van het aantal gebruikers, verdeel ze in groepen en praat met ze

om erachter te komen welke eisen ze individueel hebben. Rekening houden met hun wensen zal het project versnellen en zorgen voor een betrouwbare scope.

3. Bereken het aantal assets

Na het gebruikersoverzicht is het vervolgens van belang te berekenen hoeveel assets geëxporteerd moeten worden naar de DAM. Hiervoor is het essentieel om te weten hoe content en assets in de toekomst zullen groeien.

4. Bereken het budget

DAM's kunnen een aanzienlijke economische impact hebben op je bedrijf. Naast het maand- of jaarabonnement rekenen de meeste DAM-leveranciers aankoop- of implementatiekosten. Daarnaast is er personeel nodig om het project uit te voeren, wat ook in de budgetberekening moet worden opgenomen.

Kies een aanbieder

Als je de scope hebt vastgesteld, kun je bepalen welk soort DAM je nodig hebt: welke functies en integraties zijn nodig voor je DAM.

1. Maak een lijst met gewenste functies en integraties

Welke functies heeft je DAM nodig? De bedrijfsdoelen, gebruikers- en assettypes vormen de basis voor deze lijst. Bepaal de huidige obstakels waar jouw gebruikers tegenaan lopen en stel jezelf de volgende vragen:

- Heb je alleen een DAM nodig voor het organiseren van assets, of heb je een uitgebreider systeem nodig voor **brand management**?
- Wil je integreren met **bestaande systemen** of **externe stakeholders**?
- Welke **functionaliteiten** mis je momenteel?
- Wat zijn je **beveiligingseisen**?
- Wil je dat de DAM **branded** is?

Categoriseer je verlanglijstje in functies die must-haves en nice-to-haves zijn

2. Vergelijk aanbieders

Nu kan je eindelijk een lijst maken van aanbieders die aan je behoeften voldoen. Als je aanbieders hebt gevonden die elk vakje aanvinken, is het belangrijk om verder te kijken dan alleen het functionele.

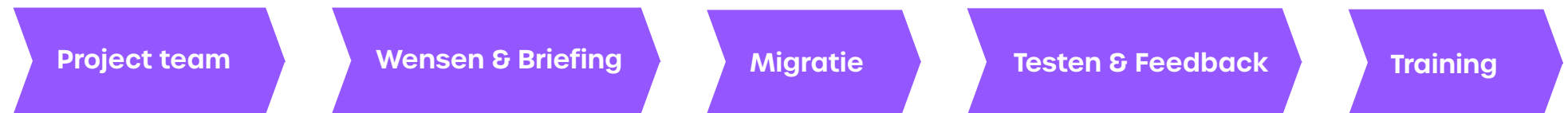
Naast features en budget is het essentieel om te weten welke andere factoren relevant zijn voor jouw bedrijf. Denk aan, implementatieplanning, klantenservice, gebruikerstraining en de ervaring van de aanbieder met andere bedrijven in dezelfde branche. Bovendien is dit een bedrijf waar je (hopelijk) de komende jaren mee zal samenwerken, dus een culturele fit is ook erg belangrijk.

Daarnaast is een demo aanvragen essentieel om te zien of de DAM werkt voor jouw merk. Check ook software review websites (bijv. G2 en Capterra), vraag naar factsheets, implementatieplanning en andere relevante documenten.

DAM Implementieren

Implementatiestappen

Yes! Je hebt een DAM gekozen. Nadat je hebt besproken welke functies en integraties nodig zijn, is het tijd om voor te bereiden op de implementatie.



1. Maak een DAM (project)team

De eerste stap in een succesvolle implementatie is het creëren van een DAM-projectteam. Het succes van elke technologie-implementatie komt en gaat met de mensen die aan het project werken. Het is het beste om collega's aan boord te hebben van management, IT, marketing en, indien relevant, een eindgebruiker.

Nadat je het d(re)am-team hebt gekozen, is het van belang de rollen en verantwoordelijkheden van alle personen voor het project te definiëren om misverstanden te voorkomen.

2. Definieer wensen en maak briefing

Nadat je een DAM-team hebt geselecteerd, is het tijd om concrete wensen voor je DAM te definiëren. Dingen waar je aan moet denken voordat de implementatie kan beginnen, zijn:

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| — Branding | — Gebruikersgroepen |
| — Hiërarchie | — Mappen |
| — Asset types | — Rechten |

Het customer success team van jouw aanbieder zal een document delen met alle informatie die ze nodig hebben.

3. (Voorbereiden op) de migratie

We zullen eerlijk zijn; de asset migratiefase kan lastig zijn. Maar een taxonomie en zoekwoordstrategie is de sleutel tot een vlotte migratie. Bovendien geeft deze fase je de kans om je bibliotheek goed op te schonen. Migreer dus alleen de benodigde assets.

4. Testen & feedback

Zodra de eerste versie van de DAM klaar is, is het tijd om te testen. Neem hier de tijd voor. Nadat je projectteam de DAM eerst heeft getest, is het aan te raden om een kleine gebruikersgroep selecteren om feedback van

eindgebruikers te verzamelen en het systeem te verbeteren voordat je doorgaat naar de volgende stap.

5. Informeer en train gebruikers

Je kunt een perfect geïmplementeerde en georganiseerde DAM hebben; het is niets waard als je gebruikers niet weten hoe ze het moeten gebruiken. Een DAM-implementatie stopt dus niet wanneer deze technisch klaar is. Het opleiden en trainen van gebruikers is waarschijnlijk de meest cruciale stap bij het implementeren van DAM.



“Onderschat de trainingsfase niet. De sleutel tot een succesvolle DAM-implementatie is het selecteren van een sterk DAM-projectteam en voldoende tijd nemen voor het trainen van alle admins en eindgebruikers. Een goed begin is het halve werk.”

Maarten Peters / Customer Success Manager @ Marvia

Over Marvia

Is Marvia de DAM voor jou?

Overweeg je Marvia als jouw DAM-oplossing?
We geven je een overzicht van onze beste
DAM-functies

Marvia top DAM features:

- Smart Search
- File Preview
- Open Upload
- Gerelateerde Items
- Versiebeheer
- Workflows
- Analytics

Open upload



Add more files
3 Files - 2.1 GB Remaining

Marvia_logo_01_2400RGB Colour.png	45.7 KB
Device - Urbane Demi Bold.otf	45.4 KB
Marvia_logo_01_RGB Colour.ai	55.3 KB

Upload files without logging in

Add files by dragging them on the page
or [click here to upload](#).



 Send files

Voordelen van Marvia

Uitstekend customer success programma

Marvia staat bekend om haar snelle onboarding, persoonlijke en betrouwbare serviceteam en haar uitstekende customer success programma.

Integraties

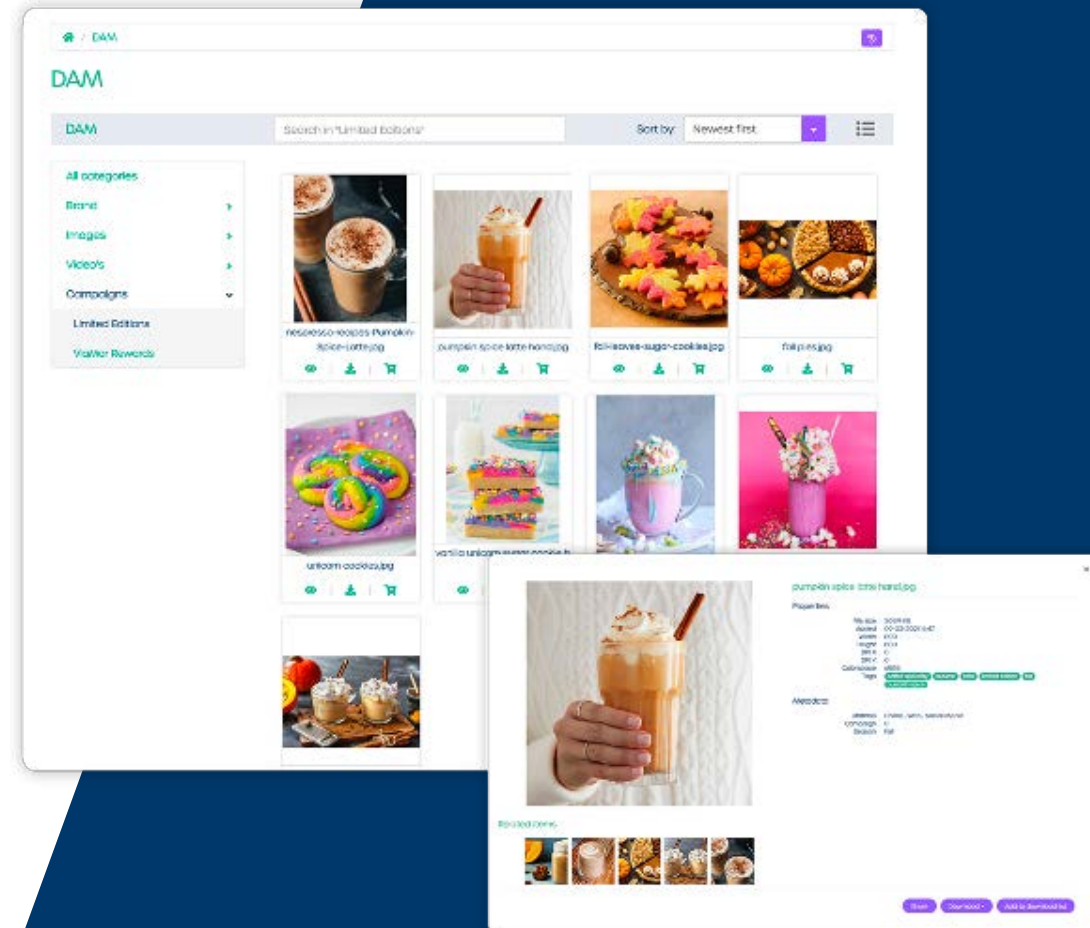
Marvia kan via API verbinding maken met de meeste derde partijen.

Op maat gemaakte portal

Elk deel van de DAM kan volgens de huisstijl gemaakt worden.

Alles-in-1 oplossing

DAM is slechts een van de producten die wij aanbieden. Als je op zoek bent naar een complete Brand Management oplossing, raden we je aan ook onze **Branded Templates** en **Digitale Huisstijlgids** te bekijken. Hiermee bewaar je alles van je merk in één interactieve omgeving.





“Marvia heeft ons veel verlichting gebracht. De DAM wordt niet alleen als mediadatabase gebruikt, maar is de centrale bron voor al onze partners geworden om aan de slag te kunnen met ons merk. Ze hoeven niet meer voor elk bestand te mailen of bellen waardoor ik me weer kan focussen op campagnes en contentcreatie..”

Dennis / Marketing & e-Commerce Manager bij Duux

[Lees volledig klantverhaal](#)



Over Marvia

Marvia maakt merken succesvoller door tools aan te bieden waarmee ze grip houden op hun merk en lokale marketing activiteiten.

Onze software helpt toonaangevende merken in meer dan 90 landen met het maximaliseren van productiviteit en merkconsistentie.

Ontdek meer over Marvia en onze oplossingen op www.getmarvia.com

Wil je zien wat Marvia voor jouw merk kan doen? Vraag dan een gratis demo aan.

Gratis demo