

Elegir el DAM adecuado en 2023

5 pasos para seleccionar una plataforma de
Digital Asset Management

Agenda

Introducción	02
1. Digital Asset Management y su función	04
2. Entender sus retos - Lo que se sabe y lo que no se sabe	06
3. Evaluación de las necesidades de DAM	07
4. Funciones de la Digital Asset Management	09
5. Su viaje DAM	12
Glosario	15

Introducción

En la última década, la cantidad de contenido digital que las empresas operan y mantienen ha crecido exponencialmente. Esto ha creado un conjunto nuevo y único de desafíos que las empresas deben enfrentar y abordar.

Administrar y operar contenido digital, denominado **operaciones de contenido**, implica alinear diferentes partes interesadas, equipos dispares, procesos comerciales y pilas de tecnología. Si añadimos el cambio reciente al trabajo remoto, la complejidad de la gestión y las operaciones de contenido digital, se ha ampliado aún más.

Las plataformas de Digital Asset Management (DAM) nacieron para resolver estos desafíos de contenido: abstraer la complejidad de la alineación al **proporcionar una plataforma que actúa como Hub para todo el contenido digital**. Sin embargo, no todos los DAM nacen iguales. Hay una lista en constante expansión de soluciones DAM en este mercado en auge, cada una con una oferta matizada. Navegar por estas diversas ofertas es un desafío en sí mismo, pero hay algunos pasos que pueden seguir para que este proceso sea más fácil y, en última instancia, más exitoso.

Este documento técnico tiene como objetivo ayudarlo a comprender sus desafíos actuales (en relación con su contenido y procesos digitales), **definir sus requisitos de DAM, diferenciar entre ofertas y aprender las mejores prácticas para la implementación de su DAM elegido**.



1. Digital Asset Management y su función

Antes de discutir los requisitos, las recomendaciones y el conjunto de características, primero centrémonos con la definición de una plataforma de Digital Asset Management. Gartner proporciona la siguiente definición:

“ Una plataforma de gestión de activos digitales (DAM) almacena, gestiona y renderiza contenidos multimedia, como texto, gráficos, fotos, vídeo y audio. Un DAM puede venderse como una licencia de software o como un servicio alojado.

Normalmente, los sistemas DAM están pensados para dar soporte a un amplio abanico de agentes -desde creativos especializados a productores generalistas, pasando por funciones más operativas y administrativas- tanto dentro como fuera de una organización, incluyendo a menudo agencias y socios de canal.

”

DAM actúa como depósito central y hub para la colección de activos digitales de una empresa. Es parte integral de todo el ciclo de vida del contenido, incluida la carga, la gestión, la colaboración y la distribución exitosa.



¿Quién usa DAM?

A partir de nuestra investigación y análisis de la industria de casos de uso de clientes del mundo real, ha quedado claro que hay 2 tipos principales de usuarios de DAM: **técnicos** y **no técnicos**.

Las siguientes son sus características:

Usuarios técnicos



- Los roles suelen incluir:
 - Desarrolladores Backend, Frontend, Fullstack y Web
 - Ingenieros de software
- Responsables de crear conexiones con sistemas de terceros que interactúan con el DAM, como los sistemas PIM y CMS
- A menudo prefieren el acceso a las API para gestionar el ciclo de vida de los medios de comunicación, lo que se conoce como "headless DAM".

Usuarios no técnicos



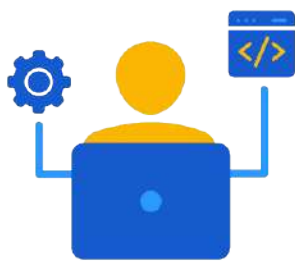
- Los roles suelen incluir:
 - Equipos de contenido, marketing y SEO
 - Equipos de comercio electrónico
- A menudo se requiere la colaboración en los medios de comunicación
- Responsable de asegurar que el contenido correcto se entregue en un formato amigable con el SEO a los canales de los clientes
- Prefieren una interfaz gráfica para gestionar los medios de comunicación

2 tipos de DAMS: Headless vs Collaborative

A lo largo de la última década, han surgido más retos en varios niveles relacionados con la gestión de contenidos digitales. Con tipos de contenido cada vez más diversos que implican diferentes herramientas, canales y la interacción de equipos técnicos y no técnicos a lo largo de su ciclo de vida, el Digital Asset Management ha evolucionado para adaptarse a estas necesidades.

Hoy en día, los DAM ocupan un lugar importante en el ecosistema MarTech en empresas de todos los tamaños y sectores. Existen dos tipos de DAM para satisfacer las diferentes necesidades de las empresas, que se describen a continuación.

Headless DAM



- **No hay interfaz de usuario**, se comunica y comparte el contenido con las aplicaciones de back-end a través **de las API en una red en la nube**
- Arquitectura **desacoplada**
- La implementación **requiere conocimientos técnicos**
- Admite la compartición de contenidos **omnicanal y multiplataforma**
- Personalizable y flexible, **agnóstica** al front-end
- **Integraciones de terceros fáciles y seguras** con **mínimas interrupciones** en el desarrollo
- Típicamente para desarrolladores y propietarios de productos

Collaborative DAM



- Disfruta de las características de Headless DAM
- **+**
- **Front-office de Asset Hub** para usuarios internos
- Marca **personalizable de Asset Hub**
- **Vistas de usuario personalizables** con **control de acceso basado en roles**
- Flujos de trabajo de operaciones de contenido (aprobación, caducidad)
- Seguimiento del historial de activos
- Acceso restringido a la carga mientras se permite compartir activos con usuarios externos
- Típicamente para vendedores y diseñadores

Ambos DAMs vienen con características ligeramente diferentes, pero sus principales atributos están destinados a apoyar a sus usuarios objetivo y este documento es una guía para saber cuál es el que mejor se adapta a las necesidades de su organización.

2. Entender sus desafíos - Lo sabido y lo desconocido

Es probable que ya sea consciente de los retos que supone la gestión de los activos multimedia en una organización con múltiples ubicaciones, con múltiples equipos que necesitan activos multimedia para realizar sus tareas.

Sin embargo, también es primordial establecer una visión holística de los retos de su organización; no todos son obvios. Las empresas suelen enfrentarse a uno o varios de los siguientes retos principales, clasificados en tres categorías:



Colaboración y gestión

- Navegar por flujos de trabajo de contenidos complejos (entre el 10 y el 30% del tiempo creativo se dedica a buscar activos);
- Garantizar interacciones óptimas con equipos distribuidos y remotos;
- Garantizar el cumplimiento de los derechos de los contenidos y las leyes de privacidad pertinentes, por ejemplo, el GDPR;
- Ahorrar tiempo mediante la automatización de las tareas diarias.



Velocidad y Tiempo de ejecución

- Hacer que los Activos Digitales respondan al tipo de cliente o prospecto final;
- Garantizar la velocidad óptima de entrega de los Activos Digitales a cada ubicación geográfica del cliente o prospecto;
- Ahorrar tiempo y esfuerzo manual en la transformación y optimización de los activos digitales.



Conversión y Experiencia digital

- Mejorar el SEO técnico e impulsar el tráfico web entrante;
- Garantizar que todos los medios se muestren correctamente para lograr una experiencia de usuario óptima y la conversión de clientes potenciales;
- Obtener visibilidad sobre el rendimiento de los activos digitales y las oportunidades de mejora.

Las empresas optan por utilizar plataformas de Digital Asset Management (DAM) para abstraerse de estos retos técnicos y dar rienda suelta al poder del contenido visual para ser más competitivas y aumentar las cuotas de mercado. Los DAMs ayudan a **fomentar la colaboración, acelerar el tiempo de ejecución y el rendimiento de los proyectos** - en última instancia, enriquecer las experiencias de los clientes y prospectos, con contenido optimizado que llega a sus puntos finales más rápido que nunca. Antes de identificar las necesidades y crear listas de requisitos, es esencial dedicar tiempo a comprender realmente los retos a los que se enfrenta su organización en relación con la gestión de activos digitales.

Debe ser una iniciativa de todas las partes interesadas e incluir representantes de las divisiones de IT, Marketing, Gestión de Proyectos, Digital y Creativa. Una vez que entienda sus retos, podrá empezar a elaborar sus requisitos. La siguiente sección le ayudará a hacerlo.

3. Evaluación de sus requerimientos de DAM

Este documento le ayuda a evaluar fácilmente sus necesidades analizando las dos facetas de los requerimientos DAM: la no funcional y la funcional.

A) Requerimiento no funcionales

Se trata de criterios fundamentales que marcarán la diferencia en la experiencia digital entre dos soluciones que, teóricamente, ofrecen el mismo conjunto de características y precios.

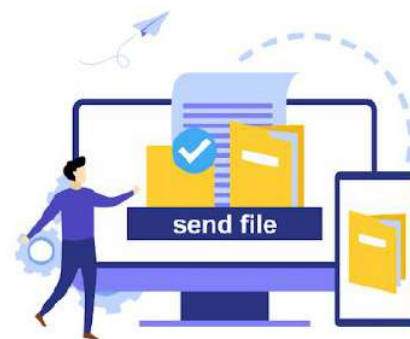


Experiencia del usuario

El DAM forma parte del día a día de los equipos que interactúan con muchos activos en línea, y puede contribuir, o impedir, la eficiencia de los procesos globales. La experiencia digital positiva es uno de los elementos decisivos que impulsan la adopción de un sistema DAM por parte del usuario final, lo que a la larga impulsará la eficiencia y la productividad de varios equipos. **Elegir el DAM adecuado es seleccionar la plataforma que su equipo adoptará con facilidad.**

Rendimiento

Las soluciones de Digital Asset Management suelen soportar cargas pesadas y simultáneas en todo el mundo. Entre todos los sistemas DAM, aconsejamos optar por sistemas basados en la nube, distribuidos y dinámicamente escalables, que son los que más garantizan el rendimiento. **Su sistema DAM debe manejar los volúmenes de activos que pretende procesar, al instante.**



Seguridad y cumplimiento

Al elegir un proveedor de DAM, asegúrese de que ofrece un cumplimiento inmediato de las normas de seguridad incluidas en sus políticas internas, así como de sus necesidades de seguridad y escalabilidad. Más que comprar una solución, **elija el equipo que mejor escuche sus casos de uso y requisitos para ofrecerle respuestas a medida** (disponibilidad de soporte, servicios profesionales, acuerdos de nivel de servicio, soporte lingüístico, soporte de migración, etc.)



B) Requerimientos funcionales

En general, los requerimientos funcionales de DAM son técnicos o empresariales, según la unidad de negocio de que se trate.

Los requisitos del equipo de **IT** hacen hincapié principalmente en las facilidades de integración y la escalabilidad de la infraestructura, manteniendo un buen rendimiento. Su principal objetivo es la eficiencia y el ahorro de costes. Por su parte, los equipos de **Marketing y Producto** se centran más en acelerar el Time to Fulfilment y garantizar la calidad de los activos digitales. Su principal objetivo: el rendimiento y el aumento de los ingresos. Por último, las expectativas de los equipos de **Contenido y Diseño** en el DAM se centran en agilizar el proceso creativo mientras se recuperan, editan y aprueban los archivos. Su principal objetivo: la productividad.

Los requisitos funcionales pueden dividirse en tres niveles según [la publicación de Gartner](#) sobre casos de uso de DAM:

Básico	Intermedio	Avanzado
 <ul style="list-style-type: none">• Despliegue de la división;• Etiquetar y almacenar los activos terminados;• Buscar y descargar activos;• Transformaciones de activos simples	 <ul style="list-style-type: none">• Despliegue regional;• Apoyo al trabajo creativo;• Flujos de trabajo de revisión y aprobación definidos;• Portal de la marca para usuarios externos;• Integración con otras tecnologías de marketing;• Análisis de producción	 <ul style="list-style-type: none">• Despliegue global;• Integraciones con los procesos y sistemas empresariales principales;• Distribución de contenidos multicanal;• Cumplimiento de marketing de autoservicio;• Análisis del rendimiento;• Automatización impulsada por la IA para los activos propios

El nivel básico suele corresponder a **pequeñas empresas** con procesos internos relativamente sencillos y bajos volúmenes de activos. El nivel intermedio se refiere a **empresas de tamaño medio** en las que los activos multimedia son una parte fundamental; a menudo manejan muchos activos multimedia y tienen más de 10 personas que interactúan con ellos a diario. El **nivel avanzado** se refiere a empresas y plataformas de gran volumen, que tratan con millones de elementos visuales que son fundamentales para la actividad empresarial. Su proyecto es lo suficientemente amplio como para involucrar a varios terceros, lo que puede crear complejidad en la gestión del proyecto.

Después de definir los requerimientos no funcionales de DAM críticos para su negocio, le sugerimos que **complete una hoja de trabajo personalizada** para ayudar a **refinar las funcionalidades de DAM basadas en sus casos de uso únicos**: [Formulario de evaluación DAM](#).

4. Funciones del Digital Asset Management

Una vez que haya respondido a la lista de preguntas anteriores, ya está listo para elegir el DAM adecuado para resolver los retos de su negocio y optimizar sus flujos de trabajo. Esta sección divide las características del DAM en dos categorías: **características principales** y **características avanzadas**.

Características principales:

En primer lugar, asegúrese de que su solución DAM comprueba las **5 características principales** de DAM. En la mayoría de los casos, las características que se mencionan a continuación son clave para implementar con éxito un DAM dentro de sus equipos y organización.

En segundo lugar, como se mencionó anteriormente, su experiencia DAM no se detiene en **las características básicas; está destinado a resolver otros problemas en torno a las colaboraciones internas y externas, integraciones únicas, monitoreo de activos y rendimiento**.



1. Servicio de carga

Importe uno o varios activos (imágenes, audio, documentos y vídeo) manualmente a través de un widget de carga, una consola de administración, o programáticamente a través de la API para centralizar sus activos en un eje central.



2. Gestión de archivos

Organice los activos por proyecto, carpeta y un conjunto de metadatos que incluyen etiquetas automáticas para mejorar la experiencia de búsqueda y evitar los duplicados.



3. Transformación de los medios de comunicación

Cree nuevas versiones (recorte, marca de agua, cambio de tamaño, etc.) de sus imágenes con un widget del Editor dedicado o utilizando una transformación de URL dinámica. Transcodifique el vídeo para permitir la transmisión adaptativa en sus aplicaciones web.



4. Gestión de la plataforma DAM

Configure los permisos basados en el rol del usuario para restringir el acceso a la biblioteca y al panel de control de los proyectos a personas específicas.

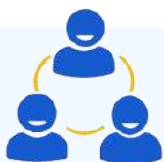


5. Compresión de medios adaptable

La optimización de los medios de comunicación sobre la marcha, la compresión y la distribución de la CDN (red de entrega de contenidos) proporcionan medios de comunicación rápidos y sensibles a todos los dispositivos en todo el mundo.

Características avanzadas:

Aquí es donde las **6 funciones mejoradas de DAM**, incluidas las intermedias y las avanzadas entran en juego.



1. Colaboración en equipo

Aumente la eficiencia del trabajo en equipo aplicando su flujo de trabajo de aprobación interna en su DAM, siguiendo los pasos de validación y añadiendo anotaciones específicas en el contenido de cada activo.



2. Compartir activos con usuarios externos

Agilice el proceso de colaboración con usuarios externos. Comparta activos de su DAM con terceros o permita que estos terceros carguen archivos en carpetas específicas.



3. Integración de flujos de trabajo

Ahorra tiempo automatizando tareas en el DAM basadas en algoritmos y reglas de inteligencia artificial, por ejemplo, el reconocimiento de marcas de agua y la eliminación del fondo.

Caso de uso:

Su agencia de diseño comparte las imágenes de la nueva colección de productos con el equipo de marketing de su organización. Una vez que la agencia de diseño sube la nueva imagen de paquete, es posible que necesite algunas ediciones antes de que se publique en los distintos canales. Su equipo de Marketing será notificado y podrá comentar o hacer anotaciones para cada imagen en el DAM para evitar la pérdida de información a través del correo electrónico. A continuación, la imagen está lista para que la apruebe su jefe de producto, para que se optimice sobre la marcha y, finalmente, se publique en varios canales.

Caso de uso:

Su Marketplace federa a cientos de vendedores de todo el mundo, distribuyendo millones de productos a través de la plataforma. Para estructurar un catálogo tan extenso, su equipo de productos necesita reunir todas las imágenes de los productos en un solo lugar. Sus vendedores pueden cargar fácilmente sus últimos contenidos en una carpeta dedicada a su marca a través de una sencilla plataforma de arrastrar y soltar. Para mejorar la seguridad, este cargador externo puede limitarse por tiempo o restringirse con una contraseña.

Caso de uso:

Su periódico en línea recopila miles de imágenes al mes que proceden de diversas fuentes (reporteros, fotógrafos oficiales, archivos libres, lectores, etc.). Las integraciones de flujos de trabajo pueden ayudar a unificar y armonizar estos visuales marcando las imágenes demasiado grandes y redimensionándolas automáticamente, avisando si la fotografía es de baja calidad, detectando las caras para automatizar el recorte o alertando sobre la caducidad de los derechos de autor.



4. Seguridad de los datos

Asegúrese de que su DAM cumple con su política interna de procesamiento de datos. Las plataformas DAM pueden replicar sus datos entre varios centros de datos y proveedores para limitar el riesgo de pérdida.



5. Multi-tenancy

Gane en eficiencia mientras trabaja en varios proyectos utilizando una única solución DAM multi-usuario.



6. Monitorización de usuarios reales

Gane en rendimiento con esta potente función y ofrezca información sobre cada activo de producción percibido en el extremo del usuario. La monitorización de usuarios en tiempo real le permite detectar rápidamente los problemas y evitar que la experiencia del usuario y las conversiones se vean afectadas.

Caso de uso:

Su agencia digital proporciona alojamiento web, desarrollo, diseño y marketing para varios proyectos. Desde los equipos técnicos hasta los de diseño, es posible que tenga que incorporar a cientos de usuarios al DAM para que colaboren en cada proyecto y mantenerlos herméticos entre sí. La clave está en el multi-tenancy: puedes crear nuevos proyectos e incorporar a los colaboradores adecuados del equipo de tu agencia y del cliente desde tu cuenta de Agencia Digital.

Caso de uso:

Si su organización sigue una política de seguridad sólida, por ejemplo, el GDPR para las empresas de la UE, deberá reflejar este conjunto de normas en su DAM. Dado que el Escudo de Privacidad UE-EE.UU. ya no está activo, su DPO se asegurará de que todos los datos personales procesados por el DAM no salgan de la UE, lo que puede asegurarse confiando en proveedores de almacenamiento locales. Además, es posible que necesite niveles de seguridad más altos en lo que respecta a la accesibilidad (SSO, MFA), la protección de datos (replicación del almacenamiento en la nube, uso compartido protegido por contraseña) o los activos de producción (listas blancas de dominios, firma de URL, alias de URL).

Caso de uso:

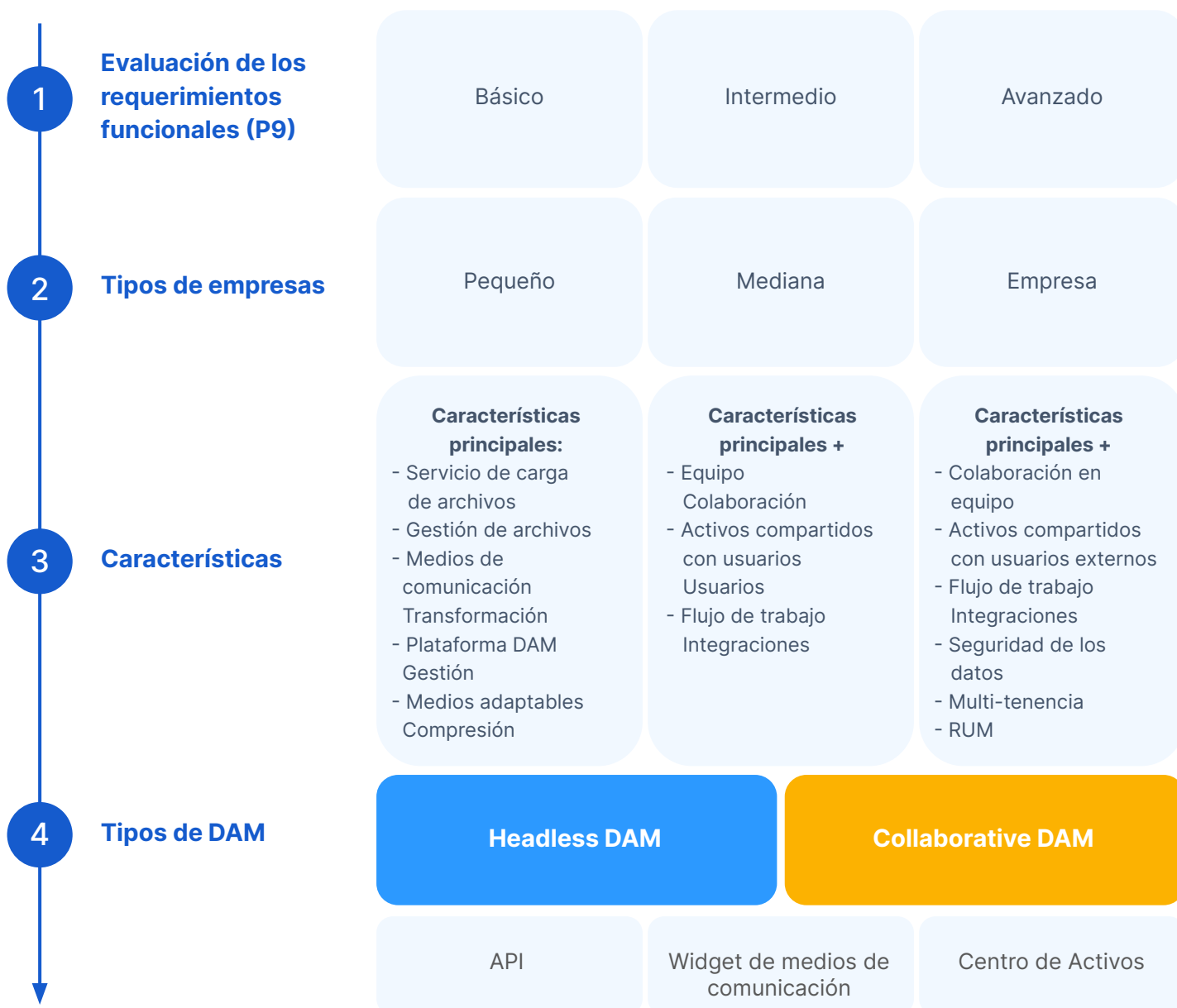
Su Chief Performance Officer (CPO) sabe que los activos digitales tienen un fuerte impacto en el rendimiento de todo el proyecto, por ejemplo, las imágenes representan una media del 70% del tiempo de carga de una página. Las soluciones DAM pueden proporcionar información valiosa relacionada con la visualización de los activos en la producción, en todo el mundo. Su CPO reúne estos datos de DAM para comprender el origen del tráfico (navegadores, dispositivos, ubicaciones), controlar la calidad de lo que se entrega realmente al usuario final (TTFB, FCP, FMP) y recibir alertas si los tiempos de carga son lentos o si se producen errores.

5. Su experiencia DAM

Su empresa es especial, y también debería serlo su DAM

Como cada organización tiene casos de uso únicos, es esencial evaluar los requisitos de su empresa, tener en cuenta el tipo de negocio, averiguar qué características necesitará en su DAM y el nivel de control.

Hemos resumido lo que hemos tratado en los 4 pasos de esta tabla para que puedas encontrar una solución DAM fiable y segura que se adapte al entorno de tu empresa.



Garantizar el éxito del DAM

Mantener los activos digitales organizados y accesibles para los miembros del equipo adecuados es clave para prosperar en un panorama digital recién establecido.

Aquí están los 3 pasos de su viaje DAM que debe considerar para asegurar el éxito a largo plazo de su DAM:



1. Creación de guía de implementación

Cree una hoja de ruta que resuelva sus necesidades actuales que no están incluidas en la solución ahora mismo. **Su hoja de ruta DAM debe estar alineada con la estrategia global de contenidos de su organización.** Puede utilizar el [formulario de evaluación DAM](#) de forma regular para observar cómo evolucionan sus necesidades con el tiempo.

La adopción del DAM requiere una planificación cuidadosa, un campeón interno y casos de uso predefinidos para empezar. Para medir el éxito de la adopción se necesitan KPI. Su hoja de ruta puede incluir pasos de adaptación para todo su equipo con una fecha límite clara en la que toda la solución debe estar completamente implementada.

2. Creación de un ecosistema de operaciones de contenidos

El ecosistema de las operaciones de contenido requiere la aplicación de directrices detalladas cuando se trata de trabajos de marketing y gestión de activos.

Después de definir un ciclo de vida para una pieza de contenido que entre en contacto con su marca, el siguiente paso es formar a su equipo. Asegúrese de dar a su equipo una comprensión clara de dónde y cómo pueden acceder a los activos de la marca deseados y cómo pueden cargar los suyos propios. Establezca el acceso de los usuarios en función del perfil específico de su equipo y asigne al administrador del DAM una función definida.



3. Determinar el Retorno sobre la Inversión (ROI)

Establecer los criterios de ROI de un despliegue exitoso de DAM le da un marco esencial para la planificación estratégica y la validación de una compra de DAM. Una posible medida del ROI sería el aumento de los ingresos conseguido gracias a la mejora de la productividad y la eficiencia de los empleados mediante el DAM y las nuevas fuentes de ingresos.

Además, recuerde incluir una lista de cosas relacionadas con la reducción de costes, como el tiempo que dedican sus equipos de tecnología/diseño a la edición y búsqueda de activos, el ancho de banda que se ahorra gracias a la optimización de los activos de producción, o los costes de almacenamiento en la nube al crear menos duplicados, etc.



El resultado de su experiencia DAM depende en gran medida del proveedor que elija. Para los tres pasos necesitarás un gran apoyo de su equipo de implementación.

Acelere sus operaciones de contenido. Ofrezca experiencias digitales rápidas y atractivas.

Al observar el cambio acelerado hacia lo digital, nuestro equipo notó una tendencia real a desencadenar la colaboración a distancia y en tiempo real en torno a las operaciones de contenido. Esto viene acompañado de una creciente densidad de activos visuales que tienden a ser extensos, ricos y omnichannel.

A medida que las experiencias digitales se vuelven más maduras, también se vuelven más complejas y a menudo dependen de múltiples plataformas (CMS, alojamiento, pago, logística, análisis, etc.).

La visión de Scaleflex es la siguiente: mantener el ritmo y adaptarse a estos tiempos tan rápidos. El DAM que elija tiene que ser **lo más agnóstico posible**, para evitar cualquier fricción mientras se integra con las plataformas de su organización.

En Scaleflex, **la escalabilidad** y **la flexibilidad** forman parte de nuestro ADN.

Más información sobre la plataforma de [Digital Asset Management Scaleflex Filerobot](#).

Acerca de Scaleflex

Scaleflex es una empresa B2B SaaS líder a nivel mundial que desarrolla las soluciones más potentes y escalables de Digital Asset Management y Aceleración de Medios. Nuestra misión es cargar, almacenar, organizar, optimizar, publicar y acelerar todos los activos multimedia (imágenes, vídeos, archivos estáticos como archivos JS y CSS, etc.) para sitios web o aplicaciones móviles.

Con más de 2.000 millones de activos de marca al mes bajo gestión, Scaleflex ayuda a más de 1.000 organizaciones, entre las que se encuentran Michelin, St Gobain, Toom, Printemps, WhiteStuff, SeLogger, Knight Frank, Sotheby's Realty y varias empresas de SaaS a ofrecer experiencias más atractivas y personalizadas a sus clientes en todo el mundo.

Para más información, visite scaleflex.com.

Glosario

Activos digitales – imágenes, vídeos, PDF, CSS, JS y otros medios utilizados en sitios web, aplicaciones móviles o cualquier otro tipo de contenido digital producido por una empresa.

Digital Asset Management – el proceso integral de gestión de Activos Digitales; desde la carga hasta la edición y optimización. Esta gestión se extiende a varios equipos y departamentos en las diferentes etapas del ciclo de vida de los activos digitales.

Plataforma de Digital Asset Management (DAM) – una plataforma de software, normalmente basada en SaaS, diseñada específicamente para abordar cada aspecto de la Gestión de Activos Digitales, en cada etapa del ciclo de vida de los Activos Digitales.

Rendimiento del proyecto – eficiencia del proyecto calculada como el número de elementos de trabajo completados por una unidad de tiempo específica (por ejemplo, días o semanas).

Tiempo de realización – la medida de la productividad calculada como el tiempo que tarda el contenido de marketing en llegar a su audiencia/canal de destino.

Trabajo en proceso – un activo digital que aún se encuentra en proceso creativo.