

# La meilleure gestion des actifs numériques en 2023

5 étapes pour choisir une plateforme de gestion des actifs numériques

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	02
<b>1. La gestion des actifs numériques et son rôle</b> .....	04
<b>2. Une analyse approfondie de vos défis</b> .....	06
<b>3. Évaluation de vos besoins en matière de gestion des actifs numériques</b> .....	07
<b>4. Fonctionnalités de la gestion des actifs numériques</b> .....	09
<b>5. Votre parcours en matière de gestion des actifs numériques</b> .....	12
<b>Glossaire</b> .....	15

# Introduction

Ces dix dernières années, la quantité de contenu numérique que les entreprises exploitent et entretiennent a connu une croissance exponentielle. Cela a créé un éventail nouveau et unique de défis que les entreprises doivent affronter et relever.

La gestion et l'exploitation du contenu numérique (appelées **opérations de contenu**) impliquent l'alignement de différentes parties prenantes, d'équipes disparates, de processus opérationnels et de piles technologiques. Si l'on ajoute à cela le passage récent au télétravail, la complexité de la gestion et de l'exploitation du contenu numérique n'en est que plus grande.

Les plateformes de Gestion des Actifs Numériques (DAM) ont été créées pour résoudre ces problèmes de contenu. Elles permettent d'abstraire la complexité de l'alignement en **fournissant une plateforme qui sert de source unique de vérité pour tout le contenu numérique**. Cependant, aucune solution de gestion des actifs numériques ne ressemble à une autre. La liste des offres sur ce marché en pleine expansion ne cesse de s'allonger. Chaque offre tente de se démarquer. Parcourir ces différentes offres est un défi en soi. Pourtant, il existe certaines mesures que vous pouvez prendre pour rendre ce processus plus facile et, en fin de compte, plus fructueux.

Ce livre blanc a pour but de vous aider à comprendre vos défis actuels (en relation avec votre contenu et vos processus numériques), **à définir vos besoins en matière de gestion des actifs numériques, à différencier les offres et à apprendre les meilleures pratiques pour le déploiement de la gestion des actifs numériques que vous avez choisie.**



# 1. La gestion des actifs numériques et son rôle

Avant d'examiner les exigences, les recommandations et l'ensemble des fonctionnalités, concentrons-nous d'abord sur la définition d'une plateforme de gestion des actifs numériques. Gartner fournit la définition suivante :

“ Une plateforme de gestion des actifs numériques (DAM) stocke, gère et restitue des contenus multimédias enrichis, notamment du texte, des graphiques, des photos, des vidéos et de l'audio. Une solution de gestion des actifs numériques peut être vendue sous forme de licence logicielle ou de service hébergé.

En général, les systèmes de gestion des actifs numériques sont destinés à soutenir un large éventail d'acteurs, de la création spécialisée à la production générale, en passant par des rôles plus opérationnels et administratifs à l'intérieur et à l'extérieur d'une organisation, incluant souvent des agences et des partenaires de distribution. ”

La gestion des actifs numériques fait office de dépôt central et de source unique de vérité pour la collection d'actifs numériques d'une entreprise. Elle fait partie intégrante de l'ensemble du cycle de vie du contenu, incluant l'importation, la gestion, la collaboration et la distribution réussie.



## Qui utilise la gestion des actifs numériques ?

Nos recherches sur le secteur et notre analyse des cas d'utilisation réels des clients soulignent deux types principaux d'utilisateurs de la gestion des actifs numériques : *les utilisateurs techniques* et *les utilisateurs non techniques*.

Leurs caractéristiques sont les suivantes :

### Utilisateurs techniques



- Les profils incluent souvent :
  - o Les développeurs back-end, front-end et web full-stack
  - o Les ingénieurs logiciels
- Ils sont responsables de l'établissement de connexions avec des systèmes tiers qui interagissent avec la gestion des actifs numériques, tels que les systèmes PIM et CMS.
- Ils préfèrent souvent l'accès aux API pour gérer le cycle de vie des médias (on parle alors de « gestion des actifs numériques sans tête »).

### Utilisateurs non techniques



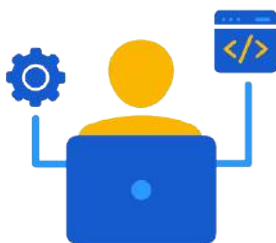
- Les profils incluent souvent :
  - o Les équipes chargées du contenu, du marketing et du référencement (SEO)
  - o Les équipes de commerce électronique
- La collaboration sur les médias est souvent requise.
- Ils sont chargés de veiller à ce que le contenu correct soit diffusé dans un format adapté au référencement sur les canaux des clients.
- Ils préfèrent une interface graphique pour gérer les médias.

## 2 types de solutions de gestion des actifs numériques : Headless et collaboratif

Ces dix dernières années, de nouveaux défis ont émergé à différents niveaux liés à la gestion du contenu numérique. La gestion des actifs numériques a évolué pour répondre à la diversité croissante des types de contenus impliquant différents outils, canaux et l'interaction d'équipes techniques et non techniques tout au long de leur cycle de vie.

Aujourd'hui, la gestion des actifs numériques est un élément important de l'écosystème MarTech pour les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs. Il existe deux types de gestion des actifs numériques pour répondre à des besoins commerciaux différents, décrits ci-dessous.

### DAM headless



- **Pas d'interface utilisateur**, communication et partage du contenu avec des applications back-end via **des API dans un réseau en cloud**
- **Architecture** découplée
- La mise en œuvre **nécessite des compétences techniques**
- Prise en charge du partage de contenu **omnicanal** et multiplateforme
- Personnalisable et flexible, **agnostique au niveau du front-end**
- **Intégrations tierces faciles et sécurisées** avec des perturbations minimales du développement
- Généralement destiné aux développeurs et aux propriétaires de produits

### DAM collaboratif



- Tirez parti de la gestion des actifs numériques Headless
- **+**
- **Front-office Asset Hub** pour les utilisateurs internes
- Image de marque d'Asset Hub **personnalisable**
- Vues utilisateur **personnalisables avec contrôle d'accès basé sur les profils**
- Flux de travail des opérations de contenu (approbation, expiration)
- Suivi de l'historique des actifs
- Accès restreint au téléchargement tout en permettant le partage des actifs avec des utilisateurs externes
- Destiné aux spécialistes du marketing et aux concepteurs

Les deux solutions de gestion des actifs numériques présentent des caractéristiques légèrement différentes, mais leurs principaux attributs sont destinés à soutenir leurs utilisateurs cibles. Ce livre blanc est là pour vous guider dans le choix de celui qui répond le mieux aux besoins de votre organisation.

## 2. Une analyse approfondie de vos défis

Vous avez probablement déjà envisagé les défis que représente la gestion des actifs médiatiques dans une organisation multisite, avec plusieurs équipes ayant besoin d'actifs médiatiques pour accomplir leurs tâches.

Toutefois, il est important d'avoir une vue d'ensemble des défis de votre organisation, car tous ne sont pas évidents. Les entreprises sont généralement confrontées à un ou plusieurs des principaux défis suivants, classés en trois catégories :



### Collaboration et gestion

- Naviguer dans des flux de travail de contenu complexes (10 à 30 % du temps de création est consacré à la recherche de ressources)
- Assurer des interactions optimales avec des équipes distribuées et éloignées
- Assurer la conformité avec les droits sur les contenus et les lois pertinentes sur la confidentialité, par exemple, le RGPD
- Gagner du temps en automatisant les tâches quotidiennes



### Vitesse et délai d'exécution

- Faire en sorte que les ressources numériques soient adaptées au type de terminal du client ou du prospect
- Assurer une vitesse optimale de livraison des ressources numériques à chaque emplacement géographique du client ou du prospect
- Économiser du temps et des efforts manuels pour transformer et optimiser les ressources numériques



### Conversion et expérience numérique

- Améliorer le référencement technique et générer du trafic Web
- S'assurer que tous les médias sont affichés correctement pour une expérience utilisateur et une conversion de prospects optimales
- Obtenir une visibilité sur les performances des actifs numériques et les possibilités d'amélioration

Les entreprises choisissent d'utiliser des plateformes de gestion des actifs numériques (DAM) pour faire abstraction de ces défis techniques et libérer la puissance du contenu visuel afin d'être plus compétitives et d'accroître leurs parts de marché. Les solutions de gestion des actifs numériques **favorisent la collaboration**, accélèrent les délais d'exécution **et** la réalisation des projets, ce qui permet d'enrichir l'expérience des clients et des prospects, grâce à un contenu optimisé qui atteint les points finaux plus rapidement que jamais. Avant d'identifier les besoins et de créer des listes d'exigences, il est essentiel de prendre le temps de bien comprendre les défis auxquels votre organisation est confrontée en matière de gestion des actifs numériques.

Cette **initiative** doit être multipartite et inclure des représentants des divisions informatique, marketing, gestion de projet, numérique et créative. Une fois que vous avez identifié et compris vos défis, vous pouvez alors commencer à élaborer vos exigences. La section suivante vous y aidera.

### 3. Évaluation de vos besoins en matière de gestion des actifs numériques

Ce livre blanc vous aide à évaluer facilement vos besoins en analysant les deux facettes des besoins en matière de gestion des actifs numériques : non fonctionnels et fonctionnels.

#### A) Besoins non fonctionnels

Ce sont des critères fondamentaux qui feront la différence en matière d'expérience numérique entre deux solutions qui, théoriquement, offrent le même ensemble de fonctionnalités et le même prix.

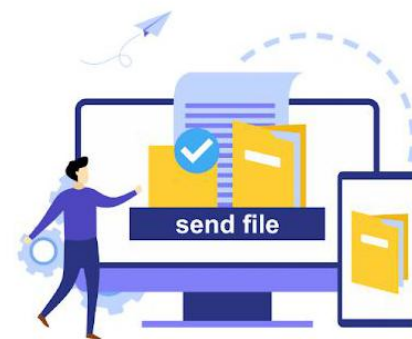


#### Expérience utilisateur

La gestion des actifs numériques fait partie de la vie quotidienne des équipes qui interagissent avec de nombreux actifs en ligne, et peut contribuer, ou empêcher, l'efficacité des processus globaux. Une expérience numérique positive est l'un des éléments décisifs pour l'adoption par l'utilisateur final d'un système de gestion des actifs numériques, qui se traduira par une efficacité et une productivité accrues au sein des équipes. **Choisir la bonne solution de gestion des actifs numériques signifie choisir la plateforme que votre équipe adoptera sans problème.**

#### Performance

Les solutions de gestion des actifs numériques sont généralement confrontées à de lourdes charges simultanées dans le monde entier. Parmi tous les systèmes de gestion des actifs numériques, nous recommandons les systèmes basés sur le cloud, distribués et dynamiquement évolutifs qui sont les mieux à même de garantir les performances. **Votre système de gestion des actifs numériques doit gérer les volumes d'actifs que vous avez l'intention de traiter, instantanément.**



#### Sécurité et conformité

Lorsque vous choisissez un fournisseur de gestion des actifs numériques, assurez-vous que ce dernier offre une conformité prête à l'emploi avec les normes de sécurité incluses dans vos politiques internes et vos besoins en matière de sécurité et d'évolutivité. Au-delà de l'achat d'une solution, **choisissez l'équipe qui sera la plus à l'écoute de vos cas d'utilisation et de vos besoins pour vous apporter des réponses adaptées** (disponibilité du support, services professionnels, SLA, assistance linguistique, assistance de migration, etc.).



### B) Besoins fonctionnels

D'une manière générale, les exigences fonctionnelles de la gestion des actifs numériques sont soit techniques, soit commerciales, en fonction de l'unité commerciale concernée.

**Les exigences de** l'équipe informatique portent principalement sur la facilité d'intégration et l'évolutivité de l'infrastructure tout en maintenant de bonnes performances. Leur objectif principal est l'efficacité et la réduction des coûts. Les **équipes marketing et produit**, quant à elles, se concentrent davantage sur l'accélération du délai d'exécution et la garantie de la qualité des actifs numériques. Leur objectif principal est la performance et l'augmentation des revenus. Enfin, les attentes des **équipes de contenu et de conception** en matière de gestion des actifs numériques sont axées sur la rationalisation du processus créatif lors de la récupération, de l'édition et de l'approbation des fichiers. Leur objectif principal est la productivité.

Les exigences fonctionnelles peuvent être divisées en trois niveaux selon la [publication des cas d'utilisation de la gestion des actifs numériques de Gartner](#) :

#### Basique



- Déploiement divisionnaire
- Étiqueter et stocker les actifs finis
- Rechercher et télécharger des actifs
- Transformations d'actifs simples

#### Intermédiaire



- Déploiement régional
- Soutien au travail créatif
- Flux de travail définis pour la révision et l'approbation
- Portail de la marque pour les utilisateurs externes
- Intégration avec d'autres technologies de marketing
- Analyse de la production

#### Avancé



- Déploiement mondial
- Intégrations avec les processus et systèmes de base de l'entreprise
- Distribution de contenu multicanal
- Exécution du marketing en libre-service
- Analyse des performances
- Automatisation pilotée par l'IA pour les actifs détenus

Le niveau basique concerne généralement **les petites entreprises** dont les processus internes sont relativement simples et les volumes d'actifs faibles. Le niveau intermédiaire concerne **les entreprises de taille moyenne** dont les actifs médias constituent un élément central. Elles traitent souvent un grand nombre d'actifs médias et comptent plus de 10 personnes qui interagissent avec elles quotidiennement. Le niveau avancé concerne **les entreprises et les plateformes à fort volume**, qui traitent des millions de visuels essentiels à l'activité de l'entreprise. Leur projet est suffisamment vaste pour impliquer plusieurs tiers, ce qui peut rendre la gestion du projet complexe.

Après avoir défini les exigences non fonctionnelles de votre gestion des actifs numériques critiques pour l'entreprise, nous vous suggérons de **remplir une feuille de travail personnalisée** pour vous aider à affiner la **fonctionnalité de votre système** en fonction de vos cas d'utilisation uniques : [Formulaire d'évaluation de la gestion des actifs numériques](#).

## 4. Fonctionnalités de la gestion des actifs numériques

Après avoir répondu à la liste de questions ci-dessus, vous êtes maintenant prêt à choisir la bonne gestion des actifs numériques pour résoudre vos défis commerciaux et optimiser vos flux de travail. Cette section divise les fonctionnalités de la gestion des actifs numériques en deux catégories : **les fonctionnalités de base et les fonctionnalités avancées**.

### Fonctionnalités de base :

Tout d'abord, assurez-vous que votre solution gestion des actifs numériques vérifie les **5 fonctionnalités de base de la gestion des actifs numériques**. Dans la plupart des cas, les fonctionnalités ci-dessous sont essentielles à la mise en œuvre réussie d'une solution de gestion des actifs numériques au sein de vos équipes et de votre organisation.

Deuxièmement, comme mentionné précédemment, votre parcours de gestion des actifs numériques ne s'arrête pas aux fonctionnalités de base. Il vise à résoudre d'autres problèmes autour **des collaborations internes et externes, des intégrations uniques, du suivi des actifs** et des performances.



#### 1. Facilité d'importation

Importez un ou plusieurs actifs (images, audio, documents et vidéo) manuellement via un widget de téléchargement, une console d'administration ou par programmation via l'API pour centraliser vos actifs dans un pôle central.



#### 2. Gestion des fichiers

Organisez les actifs par projet, par dossier et par un ensemble de métadonnées comprenant des balises automatiques pour améliorer l'expérience de recherche et éviter les doublons.



#### 3. Transformation des médias

Créez de nouvelles versions (recadrage, filigrane, redimensionnement, etc.) de vos images à l'aide d'un widget éditeur dédié ou en utilisant une transformation dynamique de l'URL. Transcodez des vidéos pour permettre un streaming adaptatif sur vos applications Web.



#### 4. Gestion de la plateforme de gestion des actifs numériques

Configurez des autorisations basées sur le profil de l'utilisateur pour limiter l'accès à la bibliothèque et au tableau de bord des projets à des personnes spécifiques.



#### 5. Compression adaptative des médias

L'optimisation des médias à la volée, la compression et la distribution CDN (réseau de diffusion de contenu) permettent de diffuser des médias de façon rapide et réactive sur tous les appareils du monde entier.

### Fonctionnalités avancées :

C'est à ce stade que les **6 fonctions améliorées de la gestion des actifs numériques**, y compris les fonctions intermédiaires et avancées, sont utilisées.



#### 1. Collaboration d'équipe

Augmentez l'efficacité de votre travail d'équipe en appliquant votre flux d'approbation interne à votre gestion des actifs numériques, en suivant les étapes de validation et en ajoutant des annotations spécifiques au contenu de chaque actif.



#### 2. Partage des actifs avec des utilisateurs externes

Rationalisez le processus de collaboration avec les utilisateurs externes. Partagez les actifs de votre gestion des actifs numériques avec des tiers ou permettez à ces derniers de télécharger des fichiers dans des dossiers spécifiques.



#### 3. Intégrations de flux de travail

Gagnez du temps en automatisant les tâches dans la gestion des actifs numériques sur la base d'algorithmes et de règles d'intelligence artificielle, par exemple, la reconnaissance des filigranes et la suppression de l'arrière-plan.

#### Cas d'usage :

Votre agence de graphisme partage les visuels de la collection de nouveaux produits avec l'équipe marketing de votre organisation. Une fois que l'agence de graphisme a téléchargé le nouveau packshot, il peut requérir quelques modifications avant d'être diffusé sur les différents canaux. Votre équipe marketing en est informée et peut commenter ou annoter chaque image dans la gestion des actifs numériques pour éviter de perdre des informations par e-mail. L'image est alors prête à être approuvée par votre chef de produit, à être optimisée à la volée et enfin publiée sur plusieurs canaux.

#### Cas d'usage :

Votre Marketplace fédère des centaines de vendeurs dans le monde entier, distribuant des millions de produits sur la plateforme. Afin de structurer un catalogue aussi vaste, votre équipe produit a besoin de rassembler toutes les images des produits en un seul endroit. Vos vendeurs peuvent facilement télécharger leur dernier contenu dans un dossier dédié à leur marque grâce à une simple plateforme de glisser-déposer. Pour une sécurité accrue, cet outil de téléchargement externe peut être limité dans le temps ou restreint par un mot de passe.

#### Cas d'usage :

Votre journal en ligne recueille chaque mois des milliers de visuels provenant de diverses sources (journalistes, photographes officiels, stocks gratuits, lecteurs, etc.) Les intégrations de flux de travail peuvent aider à unifier et à harmoniser ces visuels en signalant les images trop grandes et en les redimensionnant automatiquement, en avertissant si la photo est de mauvaise qualité, en détectant les visages pour automatiser le recadrage, ou en alertant sur l'expiration des droits d'auteur.



### 4. Sécurité des données

Assurez-vous que votre gestion des actifs numériques est conforme à votre politique interne de traitement des données.

Les plateformes de gestion des actifs numériques peuvent répliquer vos données entre plusieurs centres de données et fournisseurs afin de limiter les risques de perte.

#### Cas d'usage :

Votre agence numérique assure l'hébergement, le développement, la conception et le marketing de plusieurs projets. Des équipes techniques aux équipes de conception, vous pourriez avoir besoin d'intégrer des centaines d'utilisateurs dans la gestion des actifs numériques pour collaborer à chaque projet tout en les gardant hermétiques les uns aux autres. La clé est le multi-tenant. Vous pouvez créer de nouveaux projets et intégrer les bons collaborateurs de l'équipe de votre agence et de votre client à partir de votre compte d'agence numérique.



### 5. Multi-tenancy

Gagnez en efficacité tout en travaillant sur plusieurs projets en utilisant une seule solution gestion des actifs numériques multi-tenant.

#### Cas d'usage :

Si votre organisation suit une politique de sécurité forte, par exemple, le RGPD pour les entreprises de l'UE, vous devrez refléter cet ensemble de règles dans votre gestion des actifs numériques. Le bouclier de protection des données UE-États-Unis n'étant plus actif, votre DPD veillera à ce que toutes les données personnelles traitées par la gestion des actifs numériques ne quittent pas l'UE, ce qui peut être sécurisé en s'appuyant sur des fournisseurs de stockage locaux. Par ailleurs, vous pouvez exiger des niveaux de sécurité plus élevés en ce qui concerne l'accessibilité (SSO, MFA), la protection des données (réplication du stockage en cloud, partage protégé par mot de passe) ou les actifs de production (liste blanche de domaines, signature d'URL, alias d'URL).



### 6. Contrôle des utilisateurs réels

Gagnez en performance avec cette puissante fonctionnalité et donnez un aperçu de chaque actif de production perçu du côté de l'utilisateur. Le contrôle de l'utilisateur réel vous permet de détecter rapidement les problèmes et d'éviter tout impact sur l'UX et les conversions.

#### Cas d'usage :

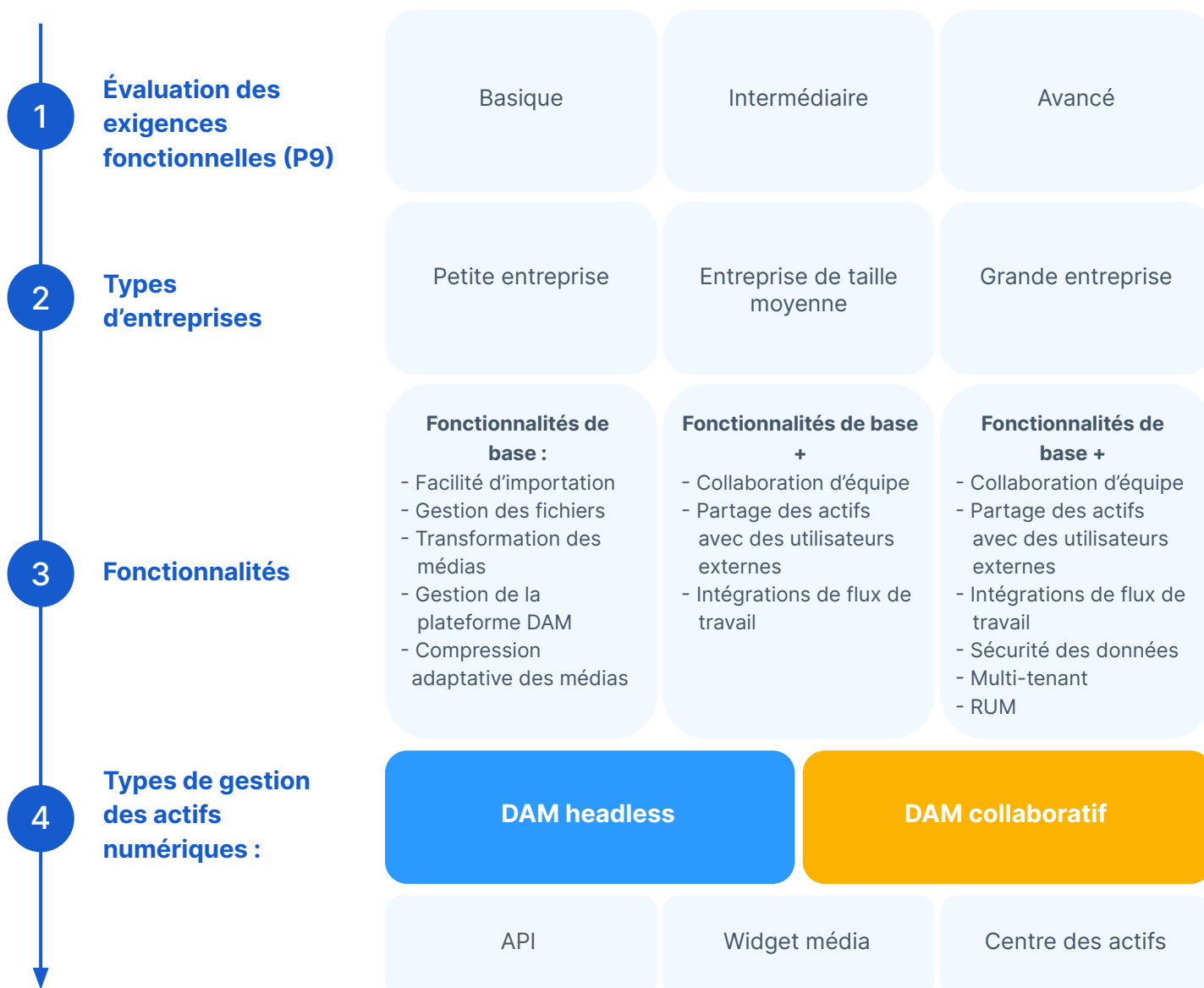
Votre directeur de la performance sait que les actifs numériques ont un impact énorme sur la performance de l'ensemble du projet. Par exemple, les images représentent en moyenne 70 % du temps de chargement des pages. Les solutions de gestion des actifs numériques peuvent fournir des informations précieuses sur l'affichage des ressources dans la production, partout dans le monde. Votre directeur de la performance rassemble ces données de gestion des actifs numériques pour comprendre d'où vient le trafic (navigateurs, appareils, emplacements), surveiller la qualité de ce qui est effectivement livré à l'utilisateur final (TTFB, FCP, FMP), et être alerté si les temps de chargement sont lents ou si des erreurs se produisent.

# 5. Votre parcours en matière de gestion des actifs numériques

## Votre entreprise est spéciale, votre gestion des actifs numériques doit l'être aussi.

Chaque organisation ayant des cas d'utilisation uniques, il est essentiel d'évaluer les besoins de votre entreprise, de prendre en compte le type d'activité, de déterminer les fonctionnalités dont vous aurez besoin dans votre gestion des ressources numériques et le niveau de contrôle.

Nous avons résumé les 4 étapes dans ce tableau afin que vous puissiez trouver une solution de gestion des actifs numériques fiable et sécurisée qui s'adaptera à votre environnement professionnel.



## Assurer le succès de la solution de gestion des actifs numériques

Il est essentiel de garder les actifs numériques organisés et accessibles aux bons membres de l'équipe pour prospérer dans un environnement numérique nouvellement établi.

Voici les 3 étapes de votre parcours de gestion des actifs numériques à prendre en compte pour une réussite à long terme dans la gestion des actifs numériques :



### 1. Création d'une feuille de route de mise en œuvre

Créez une feuille de route qui répond à vos besoins actuels qui ne sont pas inclus dans la solution pour le moment. **Votre feuille de route de gestion des ressources numériques doit être alignée sur la stratégie de contenu globale de votre organisation.** Vous pouvez utiliser régulièrement le [formulaire d'évaluation de la gestion des ressources numériques](#) pour voir comment vos besoins évoluent au fil du temps. L'adoption d'une solution de gestion des actifs numériques nécessite une planification minutieuse, un champion interne et des cas d'usage prédéfinis pour bien commencer. Des indicateurs clés de performance sont nécessaires pour mesurer le succès de l'adoption de la solution. Votre feuille de route peut inclure des étapes d'adaptation pour l'ensemble de votre équipe, avec une date limite claire à laquelle l'ensemble de la solution doit être entièrement mise en œuvre.

### 2. Création d'un écosystème d'opérations de contenu

L'écosystème des opérations de contenu nécessite la mise en œuvre de directives détaillées en ce qui concerne le travail de marketing et la gestion des actifs. Après avoir défini un cycle de vie pour un élément de contenu qui entre en contact avec votre marque, l'étape suivante consiste à former votre équipe. Assurez-vous que votre équipe comprenne clairement où et comment elle peut accéder aux actifs de marque souhaités et comment elle peut importer les siens. Établissez l'accès des utilisateurs en fonction de leur profil spécifique au sein de votre équipe, et donnez à votre administrateur gestion des actifs numériques un rôle bien défini.



### 3. Détermination du retour sur investissement

L'établissement des critères de retour sur investissement pour un déploiement réussi de la gestion des actifs numériques vous donne un cadre essentiel pour la planification stratégique et la validation d'un achat de gestion des actifs numériques. Une mesure possible du retour sur investissement serait l'augmentation des revenus obtenue en améliorant la productivité et l'efficacité des employés grâce à la gestion des actifs numériques et aux nouvelles sources de revenus.

En outre, il ne faut pas oublier d'inclure une liste d'éléments liés à la réduction des coûts, comme le temps passé par vos équipes techniques/de conception à éditer et à rechercher des actifs, la bande passante économisée par vos actifs de production optimisés, ou les coûts de stockage sur le cloud en créant moins de doublons, etc.



L'issue de votre parcours de gestion des actifs numériques dépend fortement du fournisseur que vous choisissez. Pour ces trois étapes, vous aurez besoin d'un soutien considérable de la part de son équipe de mise en œuvre.

# Accélérez vos opérations de contenu. Proposez rapidement des expériences numériques de qualité.

En observant le passage accéléré au numérique, notre équipe a constaté une réelle tendance à déclencher la collaboration à distance et en temps réel autour des opérations de contenu. Cela s'accompagne d'une densité croissante d'actifs visuels qui tendent à être étendus, riches et omnicanaux.

À mesure que les expériences numériques deviennent plus matures, elles deviennent également plus complexes et s'appuient souvent sur de multiples plateformes (CMS, hébergement, paiement, logistique, analyse, etc.).

La vision de Scaleflex est la suivante : suivre le rythme et s'adapter à cette époque en pleine évolution. La solution de gestion des actifs numériques que vous choisissez doit être **aussi agnostique que possible**, afin d'**éviter toute difficulté** lors de l'intégration aux plateformes de votre organisation.

Chez Scaleflex, l'évolutivité **et la** flexibilité font partie de notre ADN.

Découvrez la plateforme de [gestion des actifs numériques Scaleflex](#)

## À propos de Scaleflex

Scaleflex est une société SaaS B2B leader mondial qui développe les solutions de gestion des actifs numériques et d'accélération des médias les plus puissantes et évolutives. Notre mission est de charger, stocker, organiser, optimiser, publier et accélérer tous les actifs médias (images, vidéos, fichiers statiques tels que les fichiers JS et CSS, etc.) pour les sites Web ou les applications mobiles.

Avec plus de 2 milliards d'actifs de marque par mois sous gestion, Scaleflex aide plus de 1 000 organisations, dont Michelin, St Gobain, Toom, Printemps, WhiteStuff, SeLogger, Knight Frank, Sotheby's Realty et diverses sociétés SaaS à offrir des expériences plus engageantes et personnalisées à leurs clients dans le monde entier. Pour plus d'informations, visitez [scaleflex.com](https://scaleflex.com).

## Glossaire

**Actifs numériques** – images, vidéos, PDF, CSS, JS et autres médias utilisés sur des sites Web, des applications mobiles ou tout autre type de contenu numérique produit par une entreprise.

**Gestion des actifs numériques** – le processus de bout en bout de la gestion des actifs numériques, du téléchargement à l'optimisation en passant par la modification. Cette gestion s'étend à plusieurs équipes et départements à différentes étapes du cycle de vie des ressources numériques.

**Plateforme de gestion des actifs numériques (gestion des actifs numériques)** – une plateforme logicielle, généralement basée sur le modèle SaaS, spécialement conçue pour traiter chaque aspect de la gestion des actifs numériques, à chaque étape du cycle de vie d'un actif numérique.

**Rendement du projet** – efficacité du projet calculée comme le nombre d'éléments de travail achevés par unité de temps spécifique (par exemple, jours ou semaines).

**Délai d'exécution** – mesure de la productivité calculée comme le temps nécessaire pour que le contenu marketing atteigne son public/canal de destination.

**Travail en cours** – un actif numérique qui est encore dans le processus de création.