

Jeu, set et match. Babolat opte pour une gestion des médias d'exception avec Cloudinary.

Remplacement de 17 solutions de stockage par une seule plateforme DAM

Élimination des inefficacités du workflow grâce à l'automatisation

Lancement rapide d'un site de marque dans 8 pays

Depuis plus d'un siècle, **Babolat** est l'un des leaders de la vente de fournitures de sports de raquette aux entreprises en France et dans le monde entier. Mais lorsque l'entreprise a planifié la refonte de son site de marque pour lancer son activité d'e-commerce destinée aux particuliers, elle savait que cette transformation numérique ne pourrait aboutir sans une solution DAM robuste. Babolat a choisi Cloudinary pour son approche moderne du DAM (Digital Asset Management), ses fonctionnalités de transformation dynamique des images et des vidéos ainsi que sa réactivité mobile — trois facteurs essentiels pour le positionnement de la marque sur le marché des particuliers.

“

Cloudinary nous offre une plateforme unique pour toutes les équipes qui manipulent les médias et nous permet de tirer parti d'un environnement plus étroitement intégré. La possibilité de gérer l'ensemble du cycle de vie des médias, de la création à la diffusion, ainsi que son intégration transparente avec notre plateforme d'e-commerce et notre système PIM offrent des avantages considérables. Ces caractéristiques ont permis à Cloudinary de se démarquer des solutions concurrentes qui se concentrent sur le stockage et le partage des médias.”

— **Guillaume Sérodon**, Digital Project Manager, Babolat



INDUSTRY

Articles de sport

SIZE

201 à 500 collaborateurs

HEADQUARTERS

Lyon, France



L'ENTREPRISE

Babolat

Basée à Lyon, Babolat est la plus ancienne marque internationale spécialisée dans les sports de raquette. Ses produits sont utilisés par les meilleurs joueurs au monde. Depuis son invention du premier cordage en boyau naturel pour raquettes de tennis en 1875, Babolat poursuit sa longue tradition d'innovation au service des joueurs et du jeu en étoffant continuellement sa gamme d'articles de sports de raquette. Aujourd'hui, Babolat propose des équipements pour tous les amateurs de tennis, de badminton et de padel.

LE DÉFI

Offrir des Expériences d'E-commerce Riches en Médias à l'échelle Mondiale

Après plus d'un siècle de vente B2B, Babolat s'est lancé dans un projet ambitieux : l'extension de son modèle existant pour y intégrer des fonctionnalités e-commerce de vente directe au consommateur. Prévoyant de lancer un nouveau site de marque dans huit pays d'Asie et d'Europe en 2020 et aux États-Unis en 2021, Babolat s'est attaché à concevoir un écosystème d'e-commerce axé sur un site Web riche en images présentant ses produits et sa marque, allié à des vidéos mettant en scène les joueurs de haut niveau qui utilisent ses équipements.

Sachant qu'elle allait devoir gérer divers types de contenus (images de produits, vidéos de joueurs et éléments de marque), l'équipe de Babolat a étudié les diverses solutions DAM du marché dans le but de se doter d'une gestion efficace, avec une bibliothèque centralisée et la possibilité de partager facilement les médias avec les équipes externes. Cependant, tandis qu'elle explorait les options disponibles, elle s'est également rendu compte qu'elle avait besoin d'un moyen de transformer et optimiser les médias, et de les diffuser facilement à l'intention de son public cible dans le monde entier, indépendamment du type de terminal sur lequel le contenu est visualisé et de la bande passante disponible. Par ailleurs, la solution sélectionnée devait fonctionner avec les déploiements existants, notamment le PIM d'Akeneo, Salesforce Commerce Cloud et d'autres systèmes.



“En tant qu'acteur important du secteur sportif, nous avons la possibilité de laisser libre cours à notre créativité par un usage intensif d'éléments visuels et vidéo. Les médias sont essentiels pour nous différencier de nos concurrents auprès des amateurs de sports de raquette.”

— **Émilien Chareyron**, Digital and E-commerce Program Manager, Babolat

LA SOLUTION CLOUDINARY

Implémentation et Intégration en Toute Simplicité

Babolat a choisi Cloudinary en raison de ses nombreuses fonctionnalités. Outre l'hébergement des images et vidéos de Babolat, l'intégration de Cloudinary avec les réseaux de distribution de contenu (CDN) assure des performances optimales pour cette société internationale implantée sur quatre continents. La possibilité d'utiliser l'automatisation basée sur les URL a également permis à l'équipe Web de manipuler et optimiser les images à la volée, pour une plus grande réactivité mobile.



“Nous disposions déjà plus de 50 outils différents remplissant diverses fonctions, donc simplifier notre workflow semblait une évidence. Cloudinary nous offre une plateforme unique pour toutes les équipes qui manipulent les médias et nous permet de tirer parti d'une pile technologique plus étroitement intégrée. La possibilité de gérer l'ensemble du cycle de vie des médias, de la création à la diffusion, ainsi que son intégration transparente avec notre plateforme d'e-commerce et notre système PIM offrent des avantages considérables. Ces caractéristiques ont permis à Cloudinary de se démarquer des solutions concurrentes qui se concentrent sur le stockage et le partage des médias.”

— **Guillaume Sérodon**, Digital Project Manager, Babolat

Babolat a déjà implémenté deux de ses cas d'utilisation initiaux de Cloudinary, dans le cadre de la préparation au lancement de son site Web. Le premier est lié aux images produit (p. ex. les photos de raquettes) pour lesquelles l'équipe a développé un workflow spécifique. Les images sont stockées dans l'outil de collaboration SharePoint de l'entreprise, puis transférées vers Cloudinary, où des métadonnées personnalisées sont ajoutées pour l'intégration au système Akeneo PIM avant la publication dans les catalogues numériques. Le deuxième cas d'utilisation concerne la diffusion des médias marketing qui sont créés et gérés dans le DAM Cloudinary. Babolat utilise les fonctionnalités de transformation basée sur les URL de Cloudinary pour s'assurer que chaque image est diffusée dans le bon format, la bonne résolution et la bonne qualité pour chaque utilisateur, ce qui permet à l'équipe de lancer le contenu de son site Web plus rapidement tout en s'assurant que l'expérience du client reste optimale.

En outre, ce processus permet à l'équipe de recadrer les images, de manipuler la vidéo et d'ajouter des mentions légales ou des surimpressions de texte avec des paramètres de manipulation simples. Babolat tire également parti de l'automatisation de Cloudinary.



“Environ 90 % des tâches de recadrage et de redimensionnement sont automatisées, ce qui nous permet d'économiser un temps et des ressources considérables.”

— **Guillaume Sérodon**, Digital Project Manager, Babolat

Les avantages de l'automatisation de Cloudinary sont incontestables: plus de 5 000 médias produit sont désormais associés aux informations produit pertinentes et diffusés sous forme d'expériences attrayantes et réactives. Elle a également permis à Babolat de réussir les audits Google PageSpeed Insights en matière de formats de médias et de délais de diffusion, et d'atteindre des performances moyennes de 94 %.

RÉSULTAT

Intégration Transparente et Évolutivité Assurée

La facilité d'implémentation et d'utilisation de Cloudinary a permis à Babolat de respecter son calendrier de lancement d'un nouveau site Web et de préparer son entrée sur le marché américain en 2021, seulement six mois après avoir adopté la plateforme DAM de Cloudinary.



“Au début, nous pensions que Cloudinary était trop lourd et trop compliqué pour notre projet. Mais comme la solution est hébergée dans le cloud, qu'elle prend en charge l'intégration par API avec de nombreuses autres applications, notamment Salesforce Commerce Cloud, qu'elle dispose d'une interface conviviale et qu'elle offre des innovations de pointe, elle a été facile à implémenter et répond à toutes nos attentes, et bien au-delà.”

— **Guillaume Sérodon**, Digital Project Manager, Babolat

“Nous avons encore une feuille de route gigantesque et nous voulons que Cloudinary en soit un élément central, conclut M. Chareyron. L'offre de services à 360 degrés de Cloudinary nous fournit ce dont nous avons besoin pour continuer à gérer notre site d'e-commerce. En même temps, elle nous permet de collaborer efficacement avec les distributeurs du côté B2B en leur offrant la solution nécessaire pour tirer pleinement parti de notre contenu multimédia.”

Grâce à Cloudinary, la gestion du cycle de vie des médias de Babolat a considérablement évolué. L'entreprise se réjouit maintenant d'élargir le champ d'application interne de la plateforme à la collaboration et au partage, en plus des aspects actuels que sont le stockage et la diffusion. Au-delà de l'équipe Web qui utilise Cloudinary pour le déploiement du site Web international, Émilien Chareyron prévoit que les équipes de communication et marketing de Babolat pourront elles aussi utiliser Cloudinary pour gérer le workflow et diffuser les médias à tous les amoureux de la marque dans le monde entier: les collaborateurs, les distributeurs, les détaillants et, bien sûr, les clients.

About Cloudinary

Cloudinary's end-to-end solution makes it easy to upload, store, manage, manipulate and deliver images and videos, efficiently and effectively. Cloudinary has quickly become the de facto solution used by web and mobile application developers at major companies around the world to streamline image and video management and deliver an optimal end-user experience. Among Cloudinary users are Conde Nast, Bleacher Report, Forbes, Wired, TED, Under Armour, Lululemon, Whole Foods and many others.

For more information, visit www.cloudinary.com or follow on [Twitter](#)