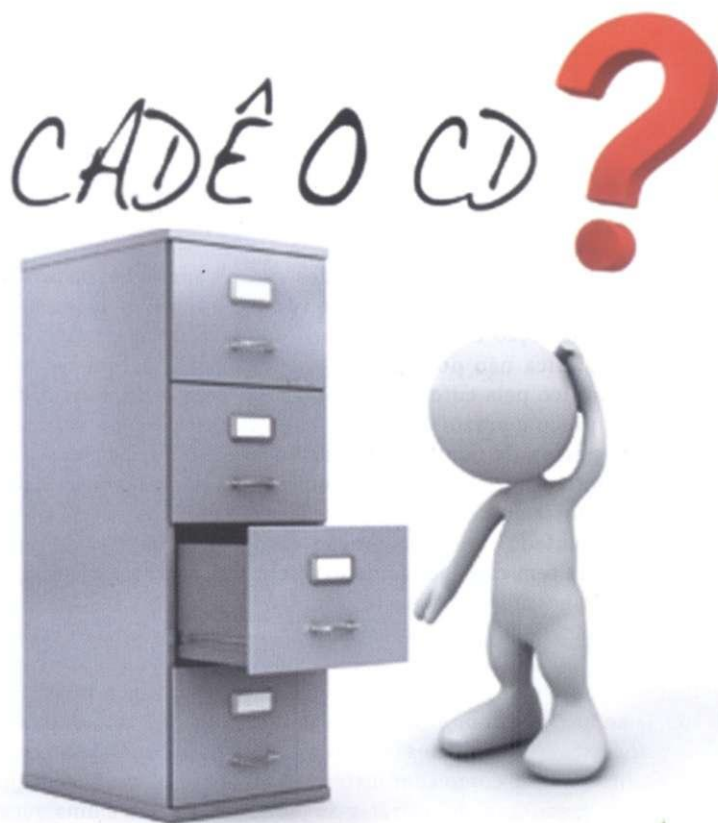


A Gestão do Banco de Ativos Digitais com uma ferramenta inteligente



A adoção do Digital Asset Management pode resolver os seus problemas

“Cadê o CD?” - Meu Deus, quantas vezes já escutamos isto e não se tinha a resposta? “Sei lá”, um montão de vezes, com certeza. Quantos processos já foram acionados pela utilização indevida, seja por estar fora da validade de uso ou por algum outro motivo de contrato? Pois bem seus problemas acabaram! A nova forma de gerenciamento dos Ativos Digitais, Digital Asset Management, é uma ferramenta de gestão de arquivos capaz de se ajustar às mais diversas necessidades de workflow. Com recursos que incluem gestão de contrato de direitos de uso, arquivamento de jobs realizados (fotos, filmes, jingles e artes finalizadas), enfim, tudo que se refere a patrimônio digital, além de bancos de imagens de referências que ajudam os criativos, compartilhamento de arquivos, tudo através de um navegador de internet padrão, uma plataforma de software voltada para a otimização dos processos e gestão de materiais de marketing, ou seja, um novo conceito de gestão inteligente e eficiente.

A gestão dos ativos das empresas sempre foi muito complexa, e, por mais organizadas que elas fossem, muitas vezes o resgate de um ativo consumia muito tempo e nem sempre atendia a demanda no tempo necessário, e que, por urgência,

muitas vezes levava-se à decisão para um retrabalho de um patrimônio já existente. Olha o prejuízo!

Quando se escuta falar na ferramenta “Banco de Ativos Digitais”, a princípio, parece um bicho de sete cabeças, mas logo percebemos que é muito simples. Podemos fazer uma analogia com aqueles arquivos de aço que eram utilizados para guardar as informações, onde via de regra eram arquivadas na ordem alfabética. Se as informações fossem bem arquivadas, fácil seria a sua localização. Com a nova tecnologia acontece a mesma coisa, quanto mais organizado for, mais fácil será localizar as informações desejadas. E tem mais, ela vai muito além da simples organização para reaproveitamento destes Ativos: ela garante uma maior sincronia entre todas as áreas envolvidas, uma vez que todos, com os devidos privilégios, terão acesso a um Ativo devidamente atualizado, que funciona como um armário virtual.

Existem dois pontos fundamentais para que esta ferramenta funcione bem:

- Primeiro: A participação do contratante (cliente) é fundamental, pois é ele quem vai utilizar a ferramenta, e por isso precisa saber do encontrar os ativos. Ninguém melhor que o cliente para saber quais são os filtros intuitivos para encontrar seus

ativos. Por isso, o upload do Banco de Ativos é uma função direta do cliente e não do fornecedor. É preciso deixar a preguiça de lado e inserir o máximo de filtros no ato do upload de cada informação para facilitar a sua busca, de forma que todas as pessoas, em todos os níveis de privilégios, possam encontrá-lo de forma simples.

- Segundo: Outro ponto fundamental é a equipe de suporte técnico do fornecedor que é responsável pela saúde do Banco de Ativos. Garantia de sigilo das informações e organização e atualização dos ativos. A estrutura de suporte é peça chave na escolha do fornecedor, por isso, não há espaço para empresas aventureiras neste setor.

Na próxima edição falaremos um pouco de como o fluxo de informação pode evoluir na relação entre as agências de publicidade e seus clientes, na relação do fornecedor e clientes diretos ou tudo misturado, e um pouco de como cada ferramenta pode ajudar no desenvolvimento de campanhas da criação até a sua produção. Até lá!



*Edson Aguado é consultor gráfico e professor de Produção Gráfica na Universidade Estácio de Sá (RJ).

Para falar com o autor, escreva para: edsonaguado@hotmail.com