



Este caso de estudio se desarrolló con un cliente de SDL, que ahora es parte de RWS Holdings plc



Nielsen adopta un enfoque de 360 grados en la experiencia de los clientes

Elementos de la solución:

- Tridion® Docs
- Antenna House Formatter
- Gestión de traducción
- Passolo®

Nielsen confía en las soluciones de RWS para ofrecer una estrategia de globalización eficaz que retenga la fidelidad de los clientes en todo el mundo.

Nielsen, empresa de gestión de rendimiento mundial, buscaba un socio empresarial dinámico para cumplir sus ambiciosos objetivos de experiencia global del cliente y recurrió a RWS. Más de una década después, su colaboración es más sólida que nunca. Año tras año, la empresa ve cómo aumenta la eficacia en el tiempo y los costes, al tiempo que la experiencia que ofrece a sus clientes en más de 100 países es insuperable.

Gestión de lanzamientos de productos globales con hincapié en los mercados locales

Nielsen ofrece a los clientes perspectivas completas de lo que los consumidores ven y compran. Entre sus clientes se incluyen medios de comunicación y publicidad, interesados en medir el consumo de contenidos multimedia en los dispositivos. Estas perspectivas permiten a las empresas aprovechar las tendencias de compra y utilizarlas para impulsar un crecimiento rentable.

La primera vez que Nielsen colaboró con RWS, era necesario optimizar los procesos de traducción y localización de sus contenidos digitales, como portales de clientes y sitios web corporativos. Debido a los cientos de archivos por semana y los numerosos proyectos en curso, estaba claro que para gestionar el gran volumen, la empresa necesitaba automatizar los flujos de trabajo.

«Algunas personas piensan que la experiencia del cliente finaliza cuando se usa con normalidad un producto o servicio. Y no es así. Crear un bucle continuo te ayuda a fomentar el envío de comentarios y ofrecer 'más' para que los próximos proyectos puedan desarrollarse aún más y mejorar tu oferta».

Bruno Herrmann
Nielsen

A medida que sus necesidades aumentaban, Nielsen también necesitaba gestionar la localización de las interfaces de usuario, la documentación, el contenido de aprendizaje virtual y las encuestas para sus propios productos y servicios. Era una buena forma de garantizar que los productos llegaban a tiempo y los clientes daban el visto bueno, y fue esencial en los principios del nuevo enfoque de Nielsen en la experiencia del cliente.

Como explica Bruno Herrmann, director de globalización de Nielsen, «la experiencia de los clientes comienza en las fases de diseño y desarrollo de productos, y continua en la medición de la eficacia de estos productos en el mercado. Es una interminable travesía holística que debes tener siempre en cuenta si quieres tener éxito».

Localización y traducción centralizadas en hasta 64 idiomas

RWS Translation Management fue clave para centralizar los procesos de traducción y localización de todo este contenido en 64 idiomas. Gracias a que Translation Management automatiza y agiliza las tareas globales, Nielsen es capaz de obtener un mayor control del idioma de sus contenidos, a la vez que mejora la productividad.

«Todavía hoy tenemos una gran tasa de reutilización y reorientación de contenidos, un alto nivel de coherencia y, por último pero no menos importante, una clara organización de puestos y responsabilidades», añade Bruno Herrmann.

Bruno Herrmann ve más beneficios en el uso de RWS como su principal proveedor de servicios de traducción y localización. «RWS tiene una presencia internacional inigualable y una amplia gama de recursos internos con la capacidad de abarcar grandes volúmenes de trabajo con tiempos de entrega mínimos. El hecho de que pueda hacerse cargo de proyectos de esa envergadura es una gran ventaja para una empresa como la nuestra».

Es esta ventaja la que ha ayudado al equipo de Bruno Herrmann a aumentar su rendimiento en los proyectos en un 750 % en los últimos cinco años. Con el apoyo de RWS, ahora entregamos más del 98 % de sus proyectos antes de lo previsto o a tiempo.



«Antes nos preocupaba mucho que los archivos de ayuda los crearan personas distintas, usando herramientas distintas en ubicaciones distintas. Al mejorar el proceso de creación y gestionarlo de forma centralizada, la empresa ahorra tiempo y dinero, hace mejoras en la localización, y ofrece una mejor experiencia a nuestros clientes».

Bruno Herrmann
Nielsen

Un enfoque estructurado para los archivos de ayuda

Como se ha pasado de operaciones europeas a gestionar las necesidades a nivel global, ha aumentado la necesidad de integrar otras ofertas de RWS. Los equipos de redacción técnica usaban herramientas de edición para crear contenido técnico y de marketing.

Además, era necesaria una conexión e integración más fluidas de los procesos de localización. Nielsen buscaba una solución que pudiera abordar estos cambios e integrarse fácilmente con su sistema de gestión de la traducción. Nielsen optó por usar Tridion Docs para gestionar de forma centralizada y optimizar la creación, traducción y localización de los archivos de ayuda de los productos, eliminando así las prácticas fragmentadas del pasado. Tridion Docs sirvió de ubicación central para ofrecer a los redactores técnicos y jefes de producto una única fuente y un enfoque unificado que aumentaron notablemente la eficiencia.

Como explica Bruno Herrmann, «antes nos preocupaba mucho que los archivos de ayuda los crearan personas distintas, usando herramientas distintas en ubicaciones distintas. Al mejorar el proceso de creación y gestionarlo de forma centralizada, la empresa ahorra tiempo y dinero, hace mejoras en la localización, y ofrece una mejor experiencia a nuestros clientes».

Nielsen aprovecha ahora la potencia de DITA XML para separar el contenido del formato, y crear contenidos más modulares y reutilizables. Tridion Docs permite a los creadores de contenido ser más productivos, lo que les permite centrarse en las tareas básicas. De esta forma, los redactores técnicos pueden crear contenido de origen de manera controlada y coherente para después pasarlo a formatos como PDF o CHM.

Integración perfecta y pruebas de productos

La integración de Tridion Docs y Translation Management era una propuesta atractiva para Nielsen. Los flujos de trabajo entre los dos sistemas permiten redirigir automáticamente el contenido organizado para su traducción y localización. Esto eliminó varios pasos relacionados con la transacción de archivos de origen y garantizaba traducciones más sencillas mediante el uso de un formato coherente y listo para la localización. Desde entonces, las soluciones de RWS tienen una mayor integración en la plataforma de intranet de Nielsen y otras de sus herramientas.

Bruno Herrmann comenta: «ha sido una gran experiencia para nosotros poder contar con los servicios profesionales de RWS para facilitar la implementación y asesorar a nuestros equipos técnicos para encontrar el mejor enfoque y el camino más rentable».

Con su solución gestionada desde fuera por RWS, Nielsen fue capaz de superar los problemas de escasez de recursos internos y considerar RWS como una extensión de la propia empresa. La naturaleza colaborativa de la relación ha creado la escalabilidad que necesitaba y los medios para asegurar que algunos recursos puedan dedicarse a actividades de valor añadido.

Nielsen adopta un enfoque de 360 grados en la experiencia de los clientes

RWS también ha sido un socio de pruebas crucial para Nielsen en la planificación y certificación de productos en nuevos mercados como China. «Con el laboratorio de pruebas de RWS en EE. UU. y recursos dedicados, hemos sido capaces de probar y certificar con éxito productos clave, desde una perspectiva funcional y lingüística», afirma Bruno Herrmann.

Contenidos y control de costes

«Para nosotros, el verdadero valor de la asociación con RWS radica en el control central, la gestión de gastos y la eficacia del contenido», afirma Bruno Herrmann, que continúa: «El uso de la tecnología de RWS ha desempeñado un papel fundamental en la gestión centralizada del contenido, y nos ha permitido generar grandes beneficios de entre un 40 y un 100 % en cuanto al ahorro de costes y de tiempo». En los últimos cinco años, Nielsen calcula que ha ahorrado más de 2 millones de USD gracias a la asociación con RWS.

Mediante el uso de memorias de traducción en el sistema de gestión de traducción de RWS, Nielsen ha creado una base de datos para toda la empresa que recuerda palabras y frases traducidas anteriormente, lo que permite la reutilización de contenido de un 20 % hasta un 80 %. Los equipos de localización y globalización traducen ahora más de 31 millones de palabras al año, un aumento del 1500 % en los últimos cinco años.

El enfoque de gestión centralizada garantiza con un 100 % de efectividad que el contenido se localiza en cada región correspondiente. Y, a través de una mejor organización estructurada de los contenidos de ayuda con Tridion Docs, la empresa ha optimizado sus inversiones y los esfuerzos de formación en 31 idiomas. Se ha optimizado el uso del tiempo del personal, permitiendo que se concentre en tareas más productivas, en lugar de darle sentido a contenidos fragmentados.

La experiencia general del cliente

Nielsen se centra mucho en la experiencia del cliente y se esfuerza constantemente para mejorar su credibilidad. Bruno Herrmann añade: «algunas personas piensan que la experiencia del cliente finaliza cuando se usa con normalidad un producto o servicio. Y no es así. Crear un bucle continuo te ayuda a fomentar el envío de comentarios y ofrecer 'más' para que los próximos proyectos puedan desarrollarse aún más y mejorar tu oferta».

Bruno Herrmann concluye: «en los últimos años he estado trabajando con RWS, y siempre he visto a la empresa pensando en el futuro. Siempre quieren innovar, y más allá de eso quieren anticiparse en lo que les suceda a sus socios en los próximos años - esa es una gran experiencia para el cliente».



