



Cette étude de cas a été développée avec un client de SDL, qui fait désormais partie de RWS Holdings plc.



## Nielsen adopte une approche à 360 degrés de l'expérience client

### Composants de la solution :

- Tridion® Docs
- Antenna House Formatter
- Translation Management
- Passolo®

### Nielsen s'appuie sur les solutions intégrées de RWS pour élaborer une stratégie d'internationalisation efficace lui permettant de fidéliser ses clients du monde entier.

La société internationale de gestion des performances Nielsen, qui cherchait un partenaire commercial dynamique pour l'aider à atteindre ses objectifs ambitieux en matière d'expérience client, a choisi de faire appel à RWS. Après plus de dix ans d'existence, ce partenariat est plus solide que jamais. La société a pu constater un gain de temps et des économies année après année, tout en assurant à ses clients dans plus de 100 pays une expérience incomparable.

### Gérer les lancements de produits à l'international en tenant compte des besoins sur les marchés locaux

Nielsen fournit à ses clients des informations complètes sur ce que les consommateurs regardent et achètent. Ses clients comprennent des organismes de médias et de publicité intéressés par des mesures de la consommation de contenu multimédia à travers divers périphériques. Ces informations permettent aux entreprises d'exploiter les tendances d'achat et de les utiliser pour profiter d'une croissance rentable.

Lorsque Nielsen choisit RWS la première fois, l'une des exigences clés était de rationaliser les processus de traduction et de localisation autour de son contenu numérique, comme les portails clients et les sites Web de l'entreprise. Avec des centaines de fichiers transmis au cours d'une semaine normale et de nombreux projets en parallèle, il était clair que l'entreprise devait introduire des processus automatisés pour gérer le volume des tâches.

**« Certaines personnes croient que l'expérience client se termine lorsqu'un client est à l'aise pour utiliser un produit ou un service. Ce n'est pas le cas. En établissant une boucle continue, vous pouvez toujours encourager les retours et livrer "plus", de sorte que votre prochaine version ou initiative puisse être développée davantage et vienne améliorer votre offre. »**

**Bruno Herrmann**  
Nielsen

Pour répondre à de nouveaux besoins, Nielsen cherchait aussi une solution pour gérer de manière centralisée la localisation des interfaces utilisateur, de la documentation, des supports de formation en ligne et des enquêtes liés à ses produits et services. Il s'agissait là d'une étape importante afin de veiller à ce que les produits soient déployés à temps en étant appréciés par les clients. Cette solution a été au cœur de l'approche à 360 degrés de l'expérience client de Nielsen.

Comme l'explique Bruno Herrmann, Directeur de la mondialisation chez Nielsen : « L'expérience client débute aux étapes de conception et développement du produit et se poursuit jusque dans la mesure de l'efficacité de vos solutions et de votre contenu sur le marché. C'est un parcours holistique, qui ne s'achève jamais et que vous devez toujours garder à l'esprit si vous voulez réussir. »

### Traduction et localisation centralisées en 64 langues

RWS Translation Management s'est imposé comme l'outil idéal pour centraliser les processus de localisation et de traduction de ces contenus jusqu'en 64 langues. Nielsen est maintenant en mesure de mieux maîtriser son contenu multilingue tout en améliorant sa productivité parce que Translation Management automatise et accélère les tâches globales.

« Aujourd'hui encore, nous avons un effet de levier plus grand sur le contenu récupéré et ré-adapté, un niveau plus élevé de cohérence et, atout final mais non des moindres, une répartition plus claire des rôles et des responsabilités », ajoute Bruno Herrmann.

En utilisant RWS comme son principal fournisseur de services de localisation et de traduction, Bruno Herrmann a également constaté des avantages supplémentaires. « RWS possède une empreinte internationale unique et un large éventail de ressources internes et peut absorber de larges volumes de travail avec des délais d'exécution réduits au minimum. Une telle adaptabilité constitue un avantage de taille pour une société comme la nôtre. »

C'est cette évolutivité qui a aidé l'équipe de Bruno Herrmann à augmenter le rendement de ses projets de 750 % dans les cinq dernières années. Plus de 98 % de nos projets sont maintenant livrés soit en avance, soit à la date de livraison prévue grâce au soutien de RWS.



**« Auparavant, la création de fichiers d'aide par différentes personnes, avec différents outils et dans différents lieux était un casse-tête. En améliorant le processus de création et en adoptant une gestion plus centralisée, nous générons des avantages au niveau de l'effectivité du coût et du temps, nous permettons des améliorations au niveau de la localisation et nous offrons finalement une meilleure expérience à nos clients ».**

**Bruno Herrmann**  
Nielsen

### Une approche structurée des fichiers d'aide

Les exigences sont passées d'opérations principalement axées sur l'Europe à un centre opérationnel qui gère les besoins pour le monde entier. Et avec cela, il y a aussi eu la nécessité d'intégrer d'autres produits RWS. Les équipes de rédaction technique travaillaient à l'aide de plusieurs outils de création de contenu pour la création du contenu marketing et technique.

En outre, une connexion plus lisse et l'intégration des processus de localisation devenaient nécessaires. Nielsen recherchait une solution qui puisse relever ces défis tout en permettant une intégration facile avec ses systèmes de gestion de la traduction. Pour gérer centralement et rationaliser la création, la traduction et la localisation des fichiers d'aide de ses produits, Nielsen a choisi d'abandonner les processus fragmentés précédemment utilisés au profit de Tridion Docs. Tridion Docs offre un point d'accès central aux rédacteurs techniques et responsables produit et leur fournit une source unique d'informations et une approche unifiée qui ont considérablement renforcé leur efficacité.

Comme Bruno Herrmann l'explique : « Auparavant, la création de fichiers d'aide par différentes personnes, avec différents outils et dans différents lieux était un casse-tête. En améliorant le processus de création et en adoptant une gestion plus centralisée, nous générons des avantages au niveau de l'effectivité du coût et du temps, nous permettons des améliorations au niveau de la localisation et nous offrons finalement une meilleure expérience à nos clients ».

Nielsen fait maintenant l'expérience de la puissance de DITA XML pour séparer le contenu du format et créer des contenus plus modulaires et réutilisables. Tridion Docs permet aux créateurs de contenu d'être plus productifs en leur permettant de se concentrer sur les tâches essentielles. Ainsi, les rédacteurs techniques peuvent produire du contenu d'une manière contrôlée et cohérente tout en disposant d'une sortie vers des formats tels que le PDF et le CHM.

### Intégration transparente et tests de produits

L'intégration de Tridion Docs et Translation Management devenait une proposition très attrayante pour Nielsen. Les flux de travail entre les deux systèmes permettent à des contenus organisés d'être automatiquement acheminés pour la traduction et la localisation. Plusieurs étapes relatives à l'obtention des fichiers source ont ainsi pu disparaître du processus, tout en assurant des traductions plus fluides et uniformes grâce à un format facilitant la localisation. Depuis lors, les solutions RWS sont allées encore plus loin, pour s'intégrer avec la plateforme intranet de Nielsen et d'autres outils propriétaires.

Bruno Herrmann reprend : « Cela a été une expérience formidable de pouvoir compter sur l'équipe des services professionnels de RWS pour une mise en œuvre en douceur. Leurs consultations avec nos équipes techniques ont permis de trouver la meilleure approche et la voie plus rentable. »

Avec sa solution gérée par RWS hors site, Nielsen a été en mesure de surmonter des problèmes dus à des contraintes de ressources internes et embrasser RWS comme une extension de ses propres opérations. La nature collaborative de la relation a permis l'évolutivité qui lui était nécessaire et a fait en sorte que certains professionnels puissent se concentrer sur des activités à valeur ajoutée.

## Nielsen adopte une approche à 360 degrés de l'expérience client

RWS a également été un partenaire de test crucial pour Nielsen lors de la planification et de la certification de produits pour de nouveaux marchés comme la Chine. « Avec le laboratoire de tests de RWS aux États-Unis et des ressources dédiées, nous avons pu tester et certifier des produits clés avec succès sur des bases à la fois linguistiques, fonctionnelles et conceptuelles », indique Bruno Herrmann.

### Contenu et contrôle des coûts

« Pour nous, la vraie valeur du partenariat avec RWS se résume à un contrôle centralisé, la gestion des coûts et l'efficacité du contenu. » Il ajoute encore : « L'utilisation de la technologie de RWS a joué un rôle essentiel dans la gestion centralisée de notre contenu. Cela a induit des économies considérables en termes de temps et d'argent, de l'ordre de 40 à 100 %. » Rien que sur les cinq dernières années, Nielsen estime avoir économisé plus de 2 millions de dollars grâce à son partenariat avec RWS.

À l'aide de la mémoire de traduction au sein du système de gestion de la traduction de RWS, Nielsen a créé une base de données à l'échelle de l'entreprise qui conserve la trace des mots et expressions déjà utilisés, ce qui a permis de faire passer la réutilisation du contenu de 20 % à jusqu'à 80 %. Les équipes de localisation et de globalisation traduisent désormais plus de 31 millions de mots chaque année, ce qui constitue une augmentation de 1 500 % au cours des cinq dernières années.

L'approche gérée centralement pour le contenu offre 100 % de certitude que le contenu est localisé dans chaque région où il est nécessaire. Et grâce à l'amélioration de l'organisation et de la structure de l'aide en ligne avec Tridion Docs, l'entreprise a optimisé ses investissements et efforts de formation dans jusqu'à 31 langues. Tout cela permet au personnel de se concentrer sur des tâches plus rentables que de recomposer le puzzle de contenu fragmenté.

### L'expérience client globale

Nielsen se préoccupe énormément de l'expérience du client et s'efforce constamment d'améliorer sa capacité de respecter les promesses de la marque. Bruno Herrmann ajoute encore : « Certaines personnes croient que l'expérience client se termine lorsqu'un client est à l'aise pour utiliser un produit ou un service. Ce n'est pas le cas. En établissant une boucle continue, vous pouvez toujours encourager les retours et livrer "plus", de sorte que votre prochaine version ou initiative puisse être développée davantage et vienne améliorer votre offre. »

Bruno Herrmann conclut : « Au cours des années passées à travailler avec RWS, j'ai toujours vu la société penser à l'avenir. Ils veulent toujours innover et, au-delà de cela, ils veulent anticiper sur ce qui va se passer dans les prochaines années pour leur partenaire - et c'est une expérience client géniale. »



### Résultats

- Un processus de localisation et traduction centralisé gérant jusqu'à 64 langues dans le monde
- Des économies de temps entre 40 et 100 %, permettant au personnel de réorienter ses efforts
- Une réutilisation de 20 à 80 % de contenu par le biais de mémoires de traduction et la conception de contenu structuré
- Une augmentation de 50 % de la qualité du contenu et de la cohérence
- Un débit de projets en augmentation de 750 % en cinq ans
- 98 % des projets livrés à temps ou en avance sur le délai prévu
- 31,6 millions de mots traduits chaque année, ce qui représente une augmentation de 1 500 % sur cinq ans
- Des économies de 2 millions de dollars en cinq ans réalisées grâce à l'efficacité des processus
- Des niveaux plus élevés de qualité et de cohérence du contenu
- Une expérience client globale améliorée tout au long du parcours
- Localisation graphique des logiciels avec RWS Passolo

## Découvrez d'autres témoignages de nos clients

[rws.com/fr/customers](https://www.rws.com/fr/customers)

### À propos de RWS

RWS Holdings plc est le premier fournisseur mondial de services linguistiques, de gestion de contenu et de propriété intellectuelle basés sur la technologie. Nous vous aidons à communiquer et à inspirer le monde entier en diffusant des contenus stratégiques adaptés à vos marchés et en vous permettant de protéger et d'exploiter vos innovations.

Notre objectif est de vous aider à interagir efficacement avec vos clients partout dans le monde en résolvant vos problèmes linguistiques, de contenu et d'accès au marché grâce à notre intelligence globale collective, notre expertise approfondie et notre technologie intelligente.

Parmi nos clients, nous comptons 90 des 100 plus grandes marques mondiales, les 10 plus importantes entreprises pharmaceutiques et environ la moitié des 20 plus grands déposants de brevets dans le monde. Nous répondons aux besoins de notre clientèle, basée en Europe, Asie-Pacifique, Amérique du Nord et Amérique du Sud, et opérant dans les secteurs technologique, pharmaceutique, médical, juridique, chimique, automobile, public et des télécommunications, grâce à nos bureaux répartis sur cinq continents.

Fondée en 1958 et basée au Royaume-Uni, la société RWS est cotée en bourse à l'AIM, le marché réglementé de la Bourse de Londres (RWS.L).

Pour de plus amples informations, consultez : [www.rws.com/fr](https://www.rws.com/fr).

© Tous droits réservés. Les informations contenues dans le présent document sont considérées comme confidentielles et sont la propriété du groupe RWS\*.

\*Le groupe RWS désigne RWS Holdings PLC pour et au nom de ses filiales et sociétés affiliées.