



Diese Fallstudie wurde in Zusammenarbeit mit einem Kunden von SDL (jetzt ein Unternehmen von RWS Holdings plc) entwickelt



Nielsen setzt auf einen 360-Grad-Ansatz bei der Customer Experience

Lösungen:

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

Bei der Umsetzung einer effektiven Globalisierungsstrategie, die für zufriedene Kunden auf der ganzen Welt sorgt, verlässt sich Nielsen auf Lösungen von RWS.

Das globale Performance Management-Unternehmen Nielsen wandte sich an RWS, um seine anspruchsvollen Ziele für eine ansprechende Customer Experience zu erreichen. Mehr als ein Jahrzehnt später ist die gemeinsame Partnerschaft stärker als je zuvor. Das Unternehmen konnte Jahr für Jahr Zeit- und Kosteneinsparungen verzeichnen und gleichzeitig seinen Kunden in über 100 Ländern erstklassige Erfahrungen bieten.

Verwaltung von globalen Produkteinführungen mit Fokussierung auf lokale Märkte

Nielsen bietet seinen Kunden umfassende Einblicke in die Interessen und Kaufgewohnheiten der Verbraucher. So erfahren beispielsweise Medien- und Werbeagenturen, wie Multimedia-Inhalte konsumiert werden. Auf Grundlage dieser Einblicke können Unternehmen Kaufrends zur Förderung eines gewinnbringenden Wachstums ausschöpfen.

Nielsen wandte sich ursprünglich mit dem Wunsch an RWS, die Übersetzungs- und Lokalisierungsprozesse für digitalen Content in Kundenportalen und auf Unternehmenswebsites zu straffen. Jede Woche wurden Hunderte von Dateien verschickt, und stets liefen mehrere Projekte gleichzeitig. Schon allein in Anbetracht der enormen Menge an Aufträgen war klar, dass automatisierte Workflows eingeführt werden mussten.

„Customer Experience ist nicht damit erledigt, dass ein Kunde sich an ein Produkt oder eine Dienstleistung gewöhnt hat. Es geht um viel mehr: Durch eine kontinuierliche Feedback-Schleife gewinnen wir Einblicke, die wir für die Gestaltung der nächsten Generation oder Initiative verwerten.“

Bruno Herrmann
Nielsen

Zur Bewältigung der steigenden Anforderungen musste Nielsen die Lokalisierung der Bedienoberflächen, Dokumentation, E-Learning-Inhalte und Umfragen für die unternehmenseigenen Produkte und Dienstleistungen zentral verwalten. Nur so konnte die termin- und kundengerechte Bereitstellung der Produkte gewährleistet werden, die im Mittelpunkt des 360-Grad-Ansatzes für die Customer Experience stand.

Bruno Herrmann, Director of Globalization bei Nielsen, erklärt: „Die Customer Experience reicht von Produktdesign und -entwicklung bis hin zur Messung der Effektivität unserer Lösungen und Inhalte auf dem Markt. Dieser ganzheitliche und endlose Vorgang trägt maßgeblich zum Erfolg bei.“

Zentralisierte Übersetzung und Lokalisierung in bis zu 64 Sprachen

RWS Translation Management ermöglichte die Zentralisierung des Übersetzungs- und Lokalisierungsprozesses für alle diese Inhalte in bis zu 64 Sprachen. Mit Translation Management automatisiert und beschleunigt Nielsen globale Aufgaben, behält dadurch mehr Kontrolle über die Inhalte und steigert gleichzeitig die Produktivität.

„Wir können heute weitaus mehr Inhalte wiederverwenden, erzielen eine höhere Konsistenz und können nicht zuletzt Rollen und Aufgaben weitaus übersichtlicher zuweisen“, so Bruno Herrmann.

Mit RWS als Übersetzungs- und Lokalisierungsdienstleister konnte Bruno Herrmann darüber hinaus noch weitere Vorteile ausschöpfen. „RWS verfügt mit einer globalen Präsenz und umfassenden internen Ressourcen über die Kapazität zur Abwicklung umfangreicher Auftragsvolumen bei minimalen Bearbeitungszeiten. Diese Skalierbarkeit ist für Unternehmen wie das unsere ein enormer Vorteil.“

Dank dieser Skalierbarkeit konnte Bruno Herrmanns Team den Projektdurchsatz erhöhen – und zwar um 750 % in den vergangenen fünf Jahren. Wir liefern nun mehr als 98 % der Projekte vor dem anvisierten Termin oder fristgerecht – RWS macht's möglich.



„Zuvor wurden Hilfe-Dateien von verschiedenen Personen mit verschiedenen Tools an verschiedenen Standorten erstellt. Durch die Straffung und zentrale Verwaltung des Erstellungsprozesses können wir Zeit und Kosten sparen, die Lokalisierung vereinfachen und die Erfahrung für unsere Kunden verbessern.“

Bruno Herrmann
Nielsen

Ein strukturierter Ansatz für Hilfe-Dateien

Mit Niensens Entwicklung von rein Europa-basierten Tätigkeiten hin zu globalen Aufgabenfeldern ging die Integration weiterer Lösungen von RWS einher. Die technische Redaktion verwendete für Technik- und Marketinginhalte eine Vielzahl von Tools zur Inhaltserstellung.

Außerdem sollte die Anbindung an und die Integration in die Lokalisierungsprozesse optimiert werden. Nielsen wünschte sich eine Lösung, die diesen Anforderungen gerecht wird und sich mühelos in das Übersetzungsmanagement-System integrieren lässt. Durch die Entscheidung für Tridion Docs zur zentralen Verwaltung und Straffung der Erstellung, Übersetzung und Lokalisierung von Hilfe-Dateien konnte Nielsen die fragmentierten Verfahren effizient zusammenführen. Tridion Docs fungierte als zentrale Schnittstelle für Redakteure und Produktverantwortliche. Durch die einheitliche Wissensquelle und systematische Vorgehensweise wurde die Effizienz deutlich verbessert.

Dazu Bruno Herrmann: „Zuvor wurden Hilfe-Dateien von verschiedenen Personen mit verschiedenen Tools an verschiedenen Standorten erstellt. Durch die Straffung und zentrale Verwaltung des Erstellungsprozesses können wir Zeit und Kosten sparen, die Lokalisierung vereinfachen und die Erfahrung für unsere Kunden verbessern.“

Nielsen setzt nun DITA XML ein, um den Inhalt von der Formatierung zu trennen und dadurch modulare, wiederverwendbare Inhalte zu erstellen. Tridion Docs ermöglicht es Autoren, sich ganz auf ihre eigentlichen Aufgaben zu konzentrieren und somit produktiver zu arbeiten. Technische Redakteure entwerfen Ausgangstexte nun in einem geregelten und einheitlichen Verfahren und können diese dann in Formaten wie PDF und CHM bereitstellen.

Nahtlose Integration und Produkttests

Die Integration von Tridion Docs und Translation Management war für Nielsen eine attraktive Lösung. Durch die Workflows zwischen den beiden Systemen werden organisierte Inhalte automatisch zur Übersetzung und Lokalisierung weitergeleitet. Damit entfallen mehrere Schritte zur Übertragung von Ausgangsdateien, und die Bereitstellung in einem einheitlichen, lokalisierungsstauglichen Format optimiert den Übersetzungsprozess. Nielsen hat inzwischen weitere Lösungen von RWS in die Intranet-Plattform und in proprietäre Programme integriert.

Bruno Herrmann dazu: „Wir sind sehr zufrieden. Das RWS Professional Services-Team führte die Implementierung zuverlässig und reibungslos durch und ermittelte in Zusammenarbeit mit unseren technischen Teams die beste und kostengünstigste Vorgehensweise.“

Weil die Lösung extern durch RWS verwaltet wird, musste Nielsen keine eigenen Ressourcen bereitstellen und konnte RWS als Erweiterung der eigenen Betriebsabläufe einsetzen. Durch die enge Zusammenarbeit wurde die erforderliche Skalierbarkeit erzielt, und gleichzeitig können Mitarbeiter von Nielsen nun effizienter arbeiten.

Nielsen setzt auf einen 360-Grad-Ansatz bei der Customer Experience

RWS war für Nielsen auch ein unverzichtbarer Testpartner bei der Planung und Zertifizierung von Produkten für neue Märkte wie China. „Wir konnten das Testlabor von RWS in den USA und weitere Fachressourcen nutzen, um wichtige Produkte im Hinblick auf Sprache, Funktion und Design zu testen und zu zertifizieren“, so Bruno Herrmann.

Inhalt und Kosten im Griff

„Der wahre Wert der Zusammenarbeit mit RWS besteht in der zentralen Kontrolle, dem Kostenmanagement und der Effektivität der Inhalte.“ Bruno Herrmann weiter: „Die Technologie von RWS trägt maßgeblich zur zentralen Verwaltung von Inhalten bei und beschert uns Einsparungen von 40 bis 100 % im Hinblick auf den Kosten- und Zeitaufwand.“ Allein in den vergangenen fünf Jahren hat Nielsen nach eigenen Berechnungen mehr als 2 Millionen US-Dollar eingespart – dank der erfolgreichen Partnerschaft mit RWS.

Durch die Verwendung eines Translation Memorys innerhalb des Übersetzungsmanagement-Systems von RWS hat Nielsen eine unternehmensweite Datenbank der bereits übersetzten Wörter und Ausdrücke erstellt. So wurde die Wiederverwendung von Inhalten von 20 auf 80 % erhöht. Die Globalisierungs- und Lokalisierungsteams übersetzen jetzt über 31 Millionen Wörter pro Jahr – eine Steigerung von 1.500 % in den letzten fünf Jahren.

Das zentrale Content Management gewährleistet mit absoluter Zuverlässigkeit, dass Inhalte für alle gewünschten Regionen lokalisiert werden. Tridion Docs sorgt für die strukturierte Organisation der Hilfe-Inhalte, sodass Nielsen seine Investitionen und Trainings in bis zu 31 Sprachen optimieren konnte. Mitarbeiter können sich so auf wertschöpfende Tätigkeiten konzentrieren, anstatt durch fragmentierte Inhalte behindert zu werden.

Umfassende Customer Experience

Nielsen setzt den Schwerpunkt gezielt auf Customer Experience und engagiert sich ganz für die Erfüllung des Markenversprechens. Dazu Bruno Herrmann: „Die Customer Experience ist nicht damit erledigt, dass ein Kunde sich an ein Produkt oder eine Dienstleistung gewöhnt hat. Es geht um viel mehr: Durch eine kontinuierliche Feedback-Schleife gewinnen wir Einblicke, die wir für die Gestaltung der nächsten Generation oder Initiative verwerten.“

Bruno Herrmann schließt: „In den letzten Jahren der Zusammenarbeit ist mir der zukunftsorientierte Ansatz von RWS sehr positiv aufgefallen. RWS zeichnet sich durch ein starkes Innovationsstreben sowie durch partnerschaftliche Planung für die kommenden Jahre aus – und dabei geht es um eine hervorragende Customer Experience.“



Ergebnisse

- Zentralisierter Übersetzungs- und Lokalisierungs-Workflow für bis zu 64 Sprachen
- 40 bis 100 % weniger Zeitaufwand, sodass Mitarbeiter effizienter eingesetzt werden können
- Wiederverwendung von 20–80 % der Inhalte durch Translation Memory und Structured Content
- Um 50 % höhere inhaltliche Qualität und Konsistenz
- Steigerung des Projektdurchsatzes um 750 % in fünf Jahren
- 98 % der Projekte fristgerecht oder sogar vor dem anvisierten Termin geliefert
- 31,6 Millionen übersetzte Wörter pro Jahr – ein Anstieg von 1.500 % über fünf Jahre
- Kosteneinsparungen von 2 Mio. US-Dollar über fünf Jahre dank Steigerung der Prozesseffizienz
- Höhere Qualität der Inhalte, mehr Konsistenz
- Verbesserte, ganzheitliche Customer Experience in allen Phasen
- Visuelle Softwarelokalisierung mit RWS Passolo

Weitere Kundenberichte finden Sie unter:

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

Über RWS

RWS Holdings plc ist der weltweit führende Anbieter für technologiefähige Sprachdienstleistungen, Content Management und schutzrechtliche Dienstleistungen. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Vernetzung mit Menschen auf der ganzen Welt und bei der Entwicklung neuer Ideen, indem wir geschäftskritische Inhalte in großem Umfang kommunizieren und den Schutz und die Umsetzung ihrer Innovationen ermöglichen.

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, mit Menschen überall auf der Welt effektiv zu interagieren, indem wir ihre Herausforderungen in Bezug auf Sprache, Inhalte und Marktzugang durch unsere kollektive globale Intelligenz, unsere umfassende Fachkompetenz und intelligente Technologie lösen.

Zu unsere Kunden zählen 90 der globalen Top 100 Marken, alle 10 führenden Pharmaunternehmen und rund die Hälfte der 20 weltweit führenden Patentanmelder. Unser Kundenstamm erstreckt sich über Europa, Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika in den Bereichen Technologie, Pharmazie, Medizin, Recht, Chemie, Automobilindustrie, Behörden und Telekommunikation, die wir über Niederlassungen auf fünf Kontinenten bedienen.

RWS, gegründet 1958, mit Hauptsitz in Großbritannien ist am AIM, dem selbstregulierten Markt der Londoner Börse, notiert (RWS.L).

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.rws.com/de.

© Alle Rechte vorbehalten. Die hierin enthaltenen Informationen sind vertraulich und geschützte Informationen der RWS Group*.
* RWS Group bezeichnet RWS Holdings plc im Auftrag und im Namen seiner verbundenen Unternehmen und Tochtergesellschaften.