

LIONBRIDGE



2020 年熱門趨勢： 不可不知的資訊

資料向來非常重要，而在 2020 年，它更是決定性的關鍵。
以下是最重要的三大趨勢。

1

資料隱私

2

資料安全性

3

優質內容創作

這些看似都很簡單，其實不然。歡迎深入了解您該改變哪些做法。

本白皮書將帶您了解：

保障隱私資料安全的政策

防範網路犯罪的做法

利用內容缺口在搜尋引擎最佳化 (SEO) 上獲得成功

本白皮書包含以下重要概念：

您的 LSP 應秉持的八大資料保護原則

確認 LSP 採用網路資安最佳實務做法的 5 大問題

多語言 SEO 內容創作的注意事項



以往,大眾普遍認為資料是公司分析或技術團隊的責任,但如今情況不再是如此。

在地化專業人員、安全性團隊與內容創作者都需要處理資料,而且這項責任的範疇也不僅止於此。

在 2020 年, 貴公司的成功關鍵, 將深繫於您跟合作夥伴處理資料的方式。因此, 挑選合作的語言服務供應商 (LSP) 將比以往更為重要。

挑選 LSP 一事十分重要的因素如下:

1

隨著多種資料保護法的實施, 包括新的「加州消費者隱私保護法」(California Consumer Privacy Act), 您的 LSP 必須遵守法規, 才能確保您的良好聲譽。

2

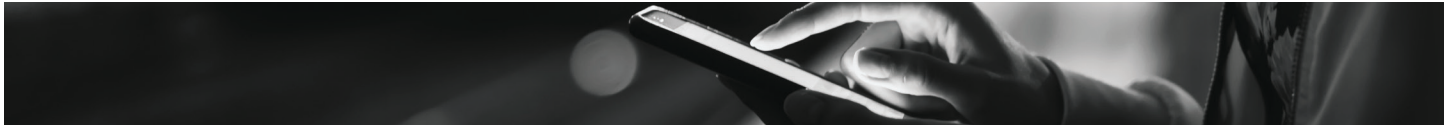
有鑑於網路存在著資安漏洞, LSP 是否投入專屬資源來降低網路攻擊的風險, 也將成為挑選合作對象時的考量重點。

3

Google 最新的 BERT 搜尋演算法要求使用者, 必須採用更縝密的內容創作方法。

如果您的 LSP 不曾與您討論這三個問題, 可能會讓貴公司陷入非常不利的情況, 甚至可能在無意間違反法律。

請繼續閱讀, 了解如何面對不斷變化的商務局勢, 以最佳方式處理資料。



資料隱私與您的語言服務供應商

隨著隱私權法規日漸增多， 您需要更仔細地審視您的語言服務供應商

您知道您的語言服務供應商 (LSP) 在隱私方面的公司文化嗎？如果不知道，最好趕快著手了解。美國各地以及全球的隱私相關規範日益增多，只要您的 LSP 在資料處理上有任何不符法規的地方，就形同您在法遵上出了差錯。

莫衷一是、要求不一的法規：公司該如何因應？

目前有超過 100 個國家/地區設有法律保護資料與隱私權 (資料來源：[聯合國貿易暨發展會議](#))，而且數目正不斷增加。巴西以及其他十幾個國家/地區，就正在研擬法律處理相關問題。在美國，[加州的隱私權法](#)，也就是加州消費者隱私保護法 (California Consumer Privacy Act)，亦已於 2020 年 1 月 1 日正式生效。在美國營運的全球公司除了必須遵守這些新規範外，也要遵循既有的規範，例如一般資料保護規範 (GDPR) 等。在 2018 年 5 月正式上路的 GDPR，就賦予歐盟 (E.U.) 公民更多對個人資訊的掌控權。

Lionbridge 資訊安全長 Douglas Graham 便指出，2020 年的一個大趨勢，就是不管是一般性還是 LSP 範疇內的隱私問題，都將會在全球獲得深切重視。之所以會有這許多立法行動，根本原因就是世人認為資訊有過度分享的問題。因此，美國其他各州應該會追隨加州的腳步立法，同時也將有更多公司企業必須受隱私法律所規範。公司及其 LSP 都必須要遵循這些新訂法律，然而，如何恪守這些莫衷一是、要求不一的法規，也將會是個嚴峻的挑戰。如何解決這個問題？就是從適用於貴公司的法律中，選擇限制最為嚴格的規範為法遵標準。

您的 LSP 會如何處理您的資料？

個人是隱私的核心所在。所謂的個人身分資訊，包括了個人的全名及其他資訊，像是生日、身分證字號或駕照等。LSP 應該要能妥善處理這些個人資訊，而且既不會出乎當事人之意料，也不會違反法律規定。

請了解對方是否公開透明；您的 LSP 應該要能提出清楚的指導方針，說明他們對資料的處理方式，並聲明絕對不會將資料移作他用。值得信賴的 LSP 不會將翻譯資料用於其他用途，例如向翻譯文件內所列的個人行銷。至於那些願意免費或低價提供翻譯服務的 LSP，則應多加小心注意。

確認您沒有在洽談時，在隱私權益上做任何讓步，以免 LSP 將您的資料用於其他用途。您可以與 LSP 簽訂內含隱私條款的合約，確保對方能以符合您要求規格的方式處理貴公司的資料。

誰應該在意資料外洩的問題？

任何公司與企業只要有客戶，就一定會收集隱私資訊。如果要將這類資料傳送給 LSP，最好能夠了解對方會如何處理資料。因為您的 LSP 萬一洩漏了您的資料，即使這是直接由您造成的過失，您仍舊可能得負起相關責任，更重要的是後果往往相當嚴重。

以美國而言，根據美國的聯邦及各州法律，洩漏個人身分資料可能遭致罰款，金額更可能高達每州 1 百萬美元之多。如果無法遵循歐盟的 GDPR 政策，可能招致公司蒙受最高 10% 的毛利損失。

如果高額罰款還沒讓您有所警惕，請想想其他的損失，例如更嚴格的監管與審查作業，還有客戶對您失去信任。因此，請務必確保貴公司辛苦建立的所有成就，不會因為 LSP 而毀於一旦。

您的 LSP 應該如何處理敏感資料?

與 LSP 合作時,最好的做法是先評估是否真的需要將可辨識個人身分的資訊傳給對方。因為資料的副本數目越多,就越容易遭到濫用,或不小心與非必要的人士分享。可能的話請刪去個人身分資訊,或是除去可辨別身分的元素。如果您必須將隱私資訊傳送給 LSP,請確認廠商充分了解如何處理這類資料,並與對方簽約、要求保護此類資訊。

以下提供幾種最佳實務做法:

- 如果無法刪除敏感資料,應使用安全的檔案傳輸協定進行傳送,此資訊也應該存放在 LSP 的安全伺服器上。
- 可能的話,LSP 應該先將隱私資訊刪除,再把檔案傳送給相關人員進行翻譯。
- 如果無法加以刪除,您的 LSP 應該確保僅與取得授權的個人分享這些資訊。
- 在特定情況下,您的 LSP 應該使用具有安全措施的房間。員工將可在這個實體空間內工作,但不得使用手機、電話或紙張,也無法刪除任何資訊。
- 在極少數情況下,LSP 應派遣員工到客戶現場工作,確保資訊絕對不會離開客戶的公司。

除了上述做法外,完善的安全性方案對保護資訊隱私也非常重要。因為安全為隱私之本,所以您的 LSP 如果沒有安全措施,就無法保障隱私。

工作完成後,資料該怎麼辦?

在某些情況下,LSP 必須保存資料一段特定時間,但不能永久儲存。您應該設法了解 LSP 會保存哪些資料及保存的原因。請仔細留意這些資料是否包含可供辨識個人隱私的資訊。為提升翻譯工作的速度與效率,有時我們會將經常重覆使用的詞彙與片語建立成詞彙表,也就是所謂的翻譯記憶庫。請注意,個人身分辨識資訊不能包含在翻譯記憶庫中。



要訣:

留意 LSP 處理敏感資料的做法

如何判斷您的 LSP 擁有重視隱私的文化?

您的 LSP 重視隱私嗎?也就是說,LSP 的核心行為及其員工是否重視隱私及安全性。

您可以從一些蛛絲馬跡,判斷對方是否有這樣的企業文化,例如:

- 投入財務資源,支援隱私保護措施
- 設有隱私保護方案,並會持續評估與改進
- 提供員工隱私流程的相關教育與訓練

更重要的是,您的合作夥伴應該指派一名高階管理者專責並全職督導這些事務。畢竟,隱私權法律持續發展,LSP 後續所擔負的法律義務也日趨複雜,持續關注與後續追蹤絕不是簡單的任務。為了維護貴公司長遠的聲譽,避免因違反法規而釀成財務損失,請務必事先仔細調查 LSP 的隱私權政策與實務做法。

您 LSP 應秉持的八大資料保護原則

1. 資料的收集與處理必須正當且合法。
2. 資料的收集與處理必須完全符合所聲明的用途。
3. 必須證明所收集的資料適足以用於所需用途、與用途相關,同時僅限於該用途。
4. 資料必須保持正確、完整並為最新資料。
5. 待所聲明的用途過期後,必須將資料銷毀。
6. 資料的處理必須尊重資料當事人的權利。
7. 必須採用適當的組織與技術措施來保障資料安全。
8. 除非擁有合法機制的許可,否則禁止傳輸資料。



網路資安與翻譯資料

為何您應該從 2020 年起重視資料的安全保護

在挑選 LSP 時，通常會馬上想到幾個問題：翻譯要花多少錢？多快可以收到最後的產品？翻譯的成果品質好嗎？這些疑慮都非常重要；然而，另一個同樣重要、甚至更關鍵的考量，就是判斷 LSP 會採用哪些方法來保障您資料的安全。如果不去了解 LSP 的資料安全措施，您就得承受失去智慧財產權、公司機密或其他高度敏感資料的風險。這類資訊一旦公諸於世，或落入惡意人士手中，往往會為公司帶來難以預估的嚴重後果。

使用免費線上翻譯應用程式會有什麼問題？

想用免費的線上翻譯工具來處理貴公司的資料嗎？請務必三思，尤其是如果您的資料涉及敏感或隱私資訊的話，更要小心留意。請記住一句老話：使用不用錢的產品，等於把「自己」賣給了那項產品。以上述這個做法而言，您輸入免費工具的所有資料，都會屬於對方所有。

已經有許多案例警告我們，將資料交給免費的第三方應用程式，往往會導致失去資料的掌控權。舉例來說，石油公司 Statoil 在 2017 年就得到了慘痛的教訓：他們使用的某個免費線上應用程式，在未告知 Statoil 的情況下，將員工的個人身分資料載入 Google Search 中。

將翻譯專案交給專業的 LSP，是確保資料安全非常好的第一步。但您也必須注意，並非所有 LSP 都致力於網路資安與資料保護。您必須事先做好調查，並提出適切的問題。

翻譯生命週期

您如何傳送要翻譯的素材？

客戶會以多種方式傳送資料給 LSP。在傳送時，應該要滿足以下三個條件：

1. 不應有任何人能夠竊取資料。
2. 應該將資料上傳到只有授權人士才能存取的地方。
3. 資料不應能夠複製或拷貝。

LSP 與客戶應該一同決定資料的傳送方法。對於高度敏感的資料，LSP 有責任提供包含安全入口網站或網站的選項。這種傳送方式可以避免資料在傳輸期間遭到攔截，而這類網站也應該妥善設計，確保資料一旦傳送到入口網站後，內部不會遭到入侵。客戶則有責任使用這個入口網站，並避免要求 LSP 用不安全的方式接收資料。

一旦資料傳送到這個入口網站後，就應該以多層級的控制方式來保護資料的安全，例如強式驗證、規則式存取管理，或是能與客戶的存取管理系統整合。重點是限制網站存取權，只讓經常處理專案的人使用，並確保儲存的資料不會輕易為他人取得。盡量減少處理資料的人數，也有助於將安全性風險降至最低。

如何完成翻譯作業？

譯者群應該使用憑證登入才能存取資料，在獲准處理資料時，也必須在入口網站內工作。對於高度敏感的資料，LSP 的伺服器必須要能追蹤記錄譯者的作業歷程，並使用特殊的工具。使用翻譯管理軟體等資源，則可防範他人從入口網站搬動資料。此外，對於屬於最高機密的資料，應將其劃分成小片段再提供給譯者，確保不會揭露完整的內容。

最理想的譯者工作環境，是資料均保留在 LSP 系統內，並受到 LSP 內部的安全性架構保護。視資料的敏感程度及所需的保障而定，系統可以將不同層級的安全功能應用在翻譯模式上。

翻譯成果要如何回傳給您？

LSP 應該使用與接收資料相同的方式，將完成的翻譯傳送給您。如果是敏感資料，必須透過安全的入口網站回傳。請確認資料已加密並採用安全措施。

哪些政策與標準能保護資料安全？

您 LSP 的流程，對保護您的資料至關重要。例如，會接觸您資料的人通常是語言專家，但他們對安全性往往沒有全盤的了解。請確認 LSP 會告知語言專家資料保護的重要性，並要求他們遵守 LSP 訂定的安全性政策。此外，LSP 的員工也應該接受訓練，了解如何以安全的方式處理資料。最後，請詢問 LSP 您專案的中繼資料是否有加以隱匿，營運團隊在流程中是否會以代號來指稱專案？沒有的話，就應該要這麼做。

專責的 IT 與安全性團隊應該要使用什麼工具？

公司若要將資料託付給 LSP 處理，就應該要知道所選廠商是否有自己維護的 IT 系統，以及能否處理意外的安全違規事件。LSP 是否使用例如安全意外與事件管理工具等專業技術？這種工具能近乎即時地偵測惡意入侵事件，使安全性專業人員能夠及時因應處理。此外，LSP 是否設有弱點管理系統，能找出伺服器和其他資產中的弱點？

只要了解 LSP 是否設有專責的 IT 與安全性團隊，您就能有效地評估對方的相關能力。由於這類團隊的運作需要投注不少資源，因此不是每個 LSP 都有能力設置。



要訣：

慎防使用免費的線上翻譯應用程式

LSP 的最佳實務做法如何有助將資料的安全風險降至最低？

雖然不太可能完全杜絕所有外部和內部的安全威脅，然而只要能專心致力於資料安全保護，並選擇採用網路資安最佳實務做法的 LSP，就能消除許多不安與疑慮。

挑選 LSP 時，您應該諮詢公司安全性團隊的意見。而 LSP 也應該要能夠暢談他們在保障資料安全方面的流程、做法和策略。最要緊的是您的 LSP 應該要信守承諾，將他們對您在安全性方面的責任詳述於與您簽訂的合約中。

確認 LSP 採用網路資安最佳實務做法的 5 大提問

1. 你們是否有一名資訊安全長，專責並全職監管資料保護事務？
2. 你們是否有專責的安全性團隊？該團隊的組織架構為何？
3. 你們是否對會你們的應用程式和系統進行滲透測試？
4. 你們是否訂有完善的存取控管政策？
5. 你們是否會對員工和譯者進行資料安全性的訓練？

2020 年起的多語言 SEO 內容創作

翻譯減少、創譯增加， 在地市場內容創作才是王道

哪種類型的線上內容能觸及您的目標客群？

在過去，您的內容即使平凡無奇是在倉促之下寫成，或許仍然可以在搜尋結果中有不錯的排名；但現在起，您必須重新思考這樣的做法。從 2020 年起，以全球化公司為代表的各大公司與企業，都需要針對各個市場創製優質內容，才能取得最佳的搜尋引擎排名結果。以下為您說明具體做法

所謂優質內容，是指您選擇撰寫的主題，以及您選擇用來表達概念的翻譯或資料創作方法。這兩種考量，都是觸及目標對象的關鍵。此外您想接觸的客群通常不會專門搜尋貴公司的資訊，所以您在創作時也必須講求策略，讓您的內容在線上查詢的結果中名列前茅。

為何搜尋引擎最佳化 (SEO) 的策略現在會有轉變？

Google 的新演算法 **BERT**，正是公司企業必須創作優質內容來最佳化搜尋引擎結果的幕後推手。BERT 是 Bidirectional Encoder Representations from Transformers 的縮寫，意指「來自轉換器的雙向編碼器表示量」，是 Google 為了因應日漸增加的語音搜尋以及越來越長的查詢，而於 2019 年 10 月推出的演算法。BERT 不但能理解較長的問題，更重要的是它還能理解字詞「之間」的關係，因此能更聰明地判斷搜尋的脈絡。

所有英文中的短詞，像是 its、in、and 等，搜尋引擎現在都能用來判斷搜尋意圖。也就是說，Google 這個更加精密複雜的演算法，將不再提高那些單純塞入許多關鍵字的內容的排名。同樣地，內容的文法如果不正確，排名也會因此降低，因為 Google 很可能會改為選擇那些系統認為與搜尋意圖更為相關的內容。雖然 Google 一開始是針對英文查詢推行 BERT，但這個演算法現已支援全球 70 種語言。此外，他們也已開始使用一種 BERT 模型，來改善全球的精選摘要 (Featured Snippet，亦即是回答搜尋問題的內容摘要)。

內容構思：該從哪裡開始著手？

在研擬內容創作策略時，請隨時以客戶為出發點，找出他們想知道的資訊。

Brendan Walsh 是 Lionbridge 的全球搜尋主題專家，經常為全球品牌訓練其員工，協助他們達成卓越的 SEO 成果。對此，Walsh 也提供了以下這些要訣：

- 針對想進軍的各個目標地區，使用 Google 研究當地的熱門搜尋問題，了解人們最常查詢什麼事情。
- 將這些問題列出來，並加以分門別類。
- 利用這些分類來構思您部落格、社群媒體貼文或網站的內容。

在多個市場營運的公司應該有個體認，那就是即使是同一個主題，也往往會因為市場差異而產生許多不同的結果。

舉例來說，假設有家公司針對電動車進行研究，他們可能會發現，洛杉磯的消費者在意的是排放標準，而魁北克的人則想知道車子在寒冷天氣時的行車效能。也就是說，同樣的主題會因市場不同而產生很不一樣的查詢問題，進而決定了您在不同地區的內容方向。

**「根據資料針對市場創作內容至關重要，
這麼做才能確保內容與目標對象息息相關，
並最終讓您獲致所欲達成的成效。」**

Brendan Walsh
Lionbridge 全球搜尋主題專家



如何達成多語言 SEO 的目標？

與專注經營一個在地區域的公司相比，營運範圍遍及全球、必須與多種語言互動的組織，面臨的挑戰無疑更為艱鉅。有鑑於優質內容對搜尋引擎最佳化是如此重要，Walsh 認為這些組織應該盡量以各個語言創作內容，來回應不同市場的使用者查詢。而根據資料為在地市場創作內容，可說是成功的金科玉律。不過他也表示，還有一些其他實用的方法，也很適合納入這個解決方案中。

另一個有助提高成效的做法便是**創譯**，這個流程能夠針對目標語言和市場重新創作內容，同時也能保留原文的創意與情感訴求。最後，儘管翻譯的需求可能會減少，但它仍有用武之地。說到底，全球公司可能會混用這些方法來滿足他們的需求。Lionbridge 提供在地市場評估服務，能找出最佳的在地市場內容創作、創譯與翻譯組合，協助您以最具成本效益的做法，獲致最成功的 **SEO 成果**。

在建立內容創作策略時，最大的機會在哪裡？

在目前這個充滿各式各樣內容的資訊汪洋中，該如何凸顯自身、引起注意，是個令人望之生畏的大哉問。畢竟，**語音搜尋**只會有一個贏家，也就是個人助理選擇回答問題的那一個項目；就算是文字搜尋，要是沒辦法擠入搜尋結果的前五名，點擊率也會大幅滑落。

在擬定您的內容創作策略時，不妨參考以下的統計數據。根據 Unbabel.com，雖然英文佔所有線上內容的 55%，但全球只有 20% 的人說英文，更只有 5% 的人自認英文為母語。也就是說，非英文的內容有很大的缺口。

非英文內容不但有很大的缺口，既有內容的品質也不理想。這主要是因為它們大部分是直接翻譯自英文，而不是針對市場而創製。因此，全球公司若能投注心力為非英文市場創製優質的內容，將可大幅提升深深觸及並打動目標客群的機會。

若無法跟上變化的腳步，會有什麼風險？

現在，既然已經了解有些工具能協助您創作優質內容，並充分發揮您**多語言 SEO**的成效，請務必運用這些方法。如果無法跟著趨勢變化來提升內容，您將會失去來自在地潛在客戶的流量，他們也會更著重於在地市場。從我們與客戶合作的經驗來看，只要您願意創作值得一讀的內容，人們也會很樂意使用。

打造迎合 BERT 要求的多語言 SEO：

內容創作的注意事項



- **要**根據資料創製能讓目標客群覺得實用的內容。
- **要**善用對英文以外語言的內容需求。
- **要**針對在地客群的喜好，創製迎合他們需求的內容；要清楚知道運用翻譯、創譯和重新創作的時機。



- **不要**讓內容在文法上有任何不一致的地方，BERT 會辨識出這些不一致之處，因而降低您的排名。
- **不要**單純地在內容中塞入許多關鍵字；這種策略已經過時，早已不再適用 Google 精密複雜的演算法。
- **不要**只是將專為另一個地區創製的內容拿來翻譯，這麼做很可能無法打動目標客群。

要訣：

想要達到多語言 SEO 的目標，就應該為各個語言創製優質內容





今年我們會持續密切關注這些趨勢,還有其他新興的趨勢。
我們認為,新的頒布的法律規範、不斷演進的演算法及市場中的其
他發展,都是我們協助合作夥伴邁向成功的良機。

如果您對自己的特定需求有任何疑問,
我們很樂意隨時為您解答。

歡迎透過以下頁面,立即聯絡我們並展開合作:
lionbridge.com/get-in-touch

關於 Lionbridge

Lionbridge 與眾多品牌攜手合作, 致力在全球各地達成「通情達意, 暢行無阻」的使命。過去 20 多年來, 我們已經為許多客戶與員工遍佈全球的公司, 提供超過 350 種語言的本地化與訓練資料服務, 協助他們順利獲得成功。Lionbridge 運用世界級作業平台, 與一百萬名充滿熱忱的專家、在全球 5,000 多個城市之間協調合作, 與各大知名品牌聯手打造豐富的文化體驗。我們憑藉著對語言源源不絕的熱忱, 運用尖端的人類與機器智慧, 打造出能讓客戶與其客戶間產生共鳴並增進認同的優質內容, 促進共通理解。Lionbridge 總部位於美國麻薩諸塞州沃爾瑟姆市, 在全球 26 個國家/地區設有解決方案中心。

如需深入了解, 歡迎造訪
[LIONBRIDGE.COM](https://www.lionbridge.com)

LIONBRIDGE

© 2020 Lionbridge. 著作權所有, 並保留一切權利。