



NYA AI-BASERADE LÖSNINGAR FÖR SKAPANDE AV INNEHÅLL HOS STORT SPORT- OCH KLÄDFÖRETAG

1
MÅLSPRÅK

45 %
LÄGRE ÖVERSÄTTNINGSKOSTNADER

75 %
MINDRE ÖVERSÄTTNINGSTID

OM KUNDEN

Den här detaljhandelsjätten har varit kund hos Lionbridge i närmare tio år. Vi har blivit deras betrodda partner för översättning, men även i projekt för optimering och skapande av innehåll. Företagets inriktning är huvudsakligen sport- och träningskläder. De har varit ett välkänt globalt varumärke i flera decennier, genererar miljardintäkter och har anställda över hela världen.

För att lyckas på dagens globaliserade marknader med stor påverkan från internet fokuserar det här detaljhandelsföretaget på att nå breda demografiska grupper på jordens alla kontinenter. Deras kunder är vana vid ett enormt utbud av anpassat innehåll och förväntar sig innehåll skräddarsytt efter deras egna intressen, värderingar och verklighet.

Det innebär exponentiellt större innehållsproduktion på många språk. För att hålla jämna steg med internet och andra konkurrenter behöver företaget även generera och dela den här gigantiska innehållsvolymen i halsbrytande fart.

Läs om hur Lionbridge erbjöd en innovativ och anpassad, AI-baserad lösning för att hjälpa den globala detaljhandelsjätten att fortsätta hålla kontakten med sin internationella kundbas och nå nya kunder varje dag.



UTMANINGEN

Lionbridge hjälpte vår kund att hantera fem stora utmaningar.

Den första handlade om att omvandla befintligt innehåll på franska till nytt, mer informellt innehåll. Företaget behövde skapa innehåll som vände sig till en yngre fransk målgrupp genom att kommunicera mer vardagligt. Yngre konsumenter är extra värdefulla, eftersom de har en större disponibel inkomst tack vare färre ekonomiska åtaganden (hyra, bolån, mat, vårdkostnader osv.).

Företaget behövde också oklanderlig översättning och lokalisering av innehållet till franska. Fransktalande personer är notoriskt kända för att vilja skydda sitt språk och misstag i översättningen kunde allvarligt skada företagets anseende. Med innehåll som uppfyller båda kraven kunde detaljhandelsföretaget knyta an till ett viktigt marknadssegment känt för sin stora disponibla inkomst.

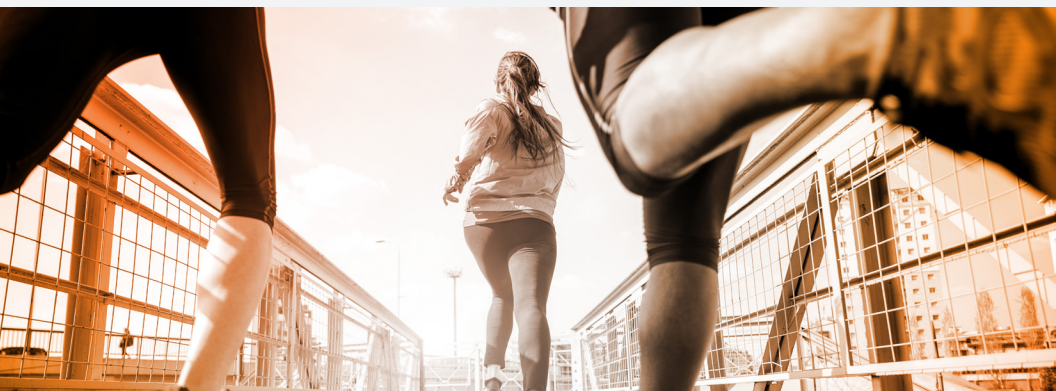
Den andra utmaningen handlade om den extrema kostnaden för att låta mänskliga översättare och författare av innehåll skapa materialet. Materialet som de ville översätta till informell franska var så enormt att en lösning med manuell produktion hade inneburit ett otroligt kostsamt och långdraget projekt. En lösning med enbart mänskliga insatser hade kostat nästan dubbelt så mycket.

UTAN EN AI-BASERAD LÖSNING HADE PROJEKTET TAGIT 75 PROCENT LÄNGRE TID.

Den tredje utmaningen handlade om leveranstider. Det hade tagit alldeles för lång tid att använda mänskliga översättare, författare av innehåll och till och med granskare. Detaljhandelsföretaget behövde finputsat innehåll som snabbt kunde presenteras för konsumenterna. Det brådskande behovet berodde på de ständiga och omätliga kraven på nytt innehåll. Takten bestäms huvudsakligen av internet och de yngre generationer som har vuxit upp med det. Produktion och konsumtion av onlineinnehåll är alltid omfattande och blixtsnabb – något som lösningar med manuella insatser som grund omöjligt kan hänga med i. Situationen på detaljhandelsmarknaden har förstärkt det här behovet. Ända sedan 1980-talet, när Asiens tillverkningsindustri införde rekordsnabba distributionskedjor i detaljhandeln, har konsumenterna vant sig vid snabbare marknadsföringsstrategier. Ofta tar det bara några månader för kläder att designas, marknadsföras och göras tillgängliga för konsumenter. Kunden behövde generera nytt innehåll i den här extremt höga takten för att snabbt kunna marknadsföra nya produkter. Utan en AI-baserad lösning hade projektet tagit 75 procent längre tid.

Den sista utmaningen var en allmän rädsla och misstro inför AI.

I likhet med många andra företag var detaljhandelsjätten djupt oroad över riskerna med att använda AI-teknik för att genomföra vissa av sina målkritiska marknadsföringsaktiviteter. De var bland annat rädda för att information inte skulle vara ordentligt skyddad. Många stora, offentliga AI-verktyg offentliggör all information som matas in i dem. En annan oro handlade om kvaliteten på AI-resultat. Eftersom verktyget är så nytt är det av förklarliga skäl svårt att lita på att slutprodukten skulle bli lika engagerande, språkligt korrekt och i linje med varumärkesrösten och använda det vardagliga, informella språk som unga konsumenter vill ha.



LÖSNINGEN

Lionbridge erbjöd kunden en process i tre steg. Vi har arbetat med kunden i närmare tio år och har därför redan utfört omfattande översättningsjobb åt dem. Vi använde den stora databas med innehåll som vi redan hade fått av dem och översatt till franska i tidigare projekt. Innehållet lagrades i det vi kallar översättningsminnen (TM). Eftersom det var vi som hade skapat minnena behövde kunden inte göra något för att dela innehållet med oss eller hämta det från tidigare språktjänster eller innehållsleverantörer. Vi plockade helt enkelt fram översättningsminnena åt kunden.

Det andra steget var att ta fram en serie med fem prompter.

Vårt dedikerade team med AI-experter skapade prompterna med hjälp av sin stora erfarenhet, eftersom de har arbetat med verktyget sedan det uppfanns. Teamet och Lionbridge har även arbetat med föregångaren till AI, maskinöversättning (MT), i över tio år. Med hjälp av prompterna körde vi innehållet genom vårt eget, privata AI-verktyg. För att uppnå bästa möjliga resultat körde vi innehållet i små omgångar, vilket innebar över 2 000 körningar genom AI-verktyget (observera dock att detta bara tog bråkdelen av den tid som en manuell process med mänskliga översättare och författare av innehåll hade tagit). Som tidigare nämnts bad vi AI-verktyget att utgå från det befintliga innehållet och skapa en fransk version som var betydligt mer vardaglig och informell.

Slutligen sammanställde vi allt innehåll från AI-verktyget och genomförde en grundlig, AI-baserad granskning för att se till att resultatet uppfyllde kundens förväntningar. Vi gjorde också en lättare, manuell granskning av ett urval av innehållet. Granskningen visade att AI-resultatet redan var perfekt och klart att användas av kunden. Det behövdes inte några ytterligare insatser – av vare sig människa eller AI. Vi levererade den färdiga produkten i en ny uppsättning TM-filer.

I SIFFROR

- » **1** målspråk: franska
- » **45 %** lägre översättningskostnader
- » **5** konstruerade prompter
- » **2** veckors projekt
- » **1 018 161** översättningsenheter
- » **75 %** snabbare översättningsprocess
- » **4** körningar genom Lionbridges eget AI-baserade verktyg

FÖR ATT UPPNÅ BÄSTA MÖJLIGA RESULTAT KÖRDE VI INNEHÅLLET I SMÅ OMGÅNGAR, VILKET INNEBAR ÖVER 2 000 KÖRNINGAR GENOM AI-VERKTYGET.



METOD

- » Analysera översättningsminnen (TM) för att upptäcka översättningsenheter (TU) med formell ton.
- » Anpassa prompter för att se till att många olika grammatiska användningsfall täcktes in.
- » Köra översättningsminnena genom en anpassad promptpipeline.
- » Be AI-verktyget att
 - anpassa relevanta TU
 - flagga tvetydiga TU för manuell granskning
 - automatiskt göra ett urval av fler TU inför kvalitetssäkring.
- » Leverans till kunden.

PLANERING



Slutförande av projekt



Kickoffmöte



Leverans och
avstämning



RESULTAT

Lionbridge hjälpte kunden att uppnå fyra viktiga resultat. För det första hjälpte vi företaget att bygga upp en ny, enorm databas med innehåll på franska skrivet i mer informell ton. Utan den kostnadsbesparing som Lionbridges AI-baserade lösning innebar hade företaget tvingats betala betydligt mer för att skapa en sådan myriad av nytt innehåll på franska. Databasen med innehåll kan också användas i aktuella och framtida marknadsföringsprojekt. Det kan även vara till nytta i andra översättningsprojekt, eftersom innehållet kan sparas och användas som översättningsminnen. Översättningsminnen gör andra översättningar mer korrekta samt billigare och mer effektiva att genomföra.

Ett andra resultat för kunden var möjligheten att snabbare introducera produkter på marknaden. Tack vare den snabba och effektiva processen för skapande av innehåll kunde Lionbridges AI-lösning leverera önskat innehåll på rekordtid: 75 procent snabbare. I det här fallet innebar det två veckor i stället för sex (eller möjligen ännu längre). Genom den snabba leveransen kunde detaljhandelsföretaget marknadsföra sina produkter på den utvalda marknaden mycket tidigare och därmed få både fler kunder och större intäkter.

Ett tredje resultat var kostnadsbesparingar. Genom att automatisera skapandet av innehåll och efterföljande granskning sparade Lionbridge in stora arbetskostnader för översättare och författare av innehåll åt kunden.

De här kostnaderna utgör ofta den största posten vid skapande av flerspråkigt innehåll. Lionbridge sparade 45 procent åt kunden jämfört med totalkostnaden för manuellt arbete.

Som fjärde resultat hjälpte Lionbridge kunden att nå en ny, viktig marknad. Med Lionbridges hjälp lyckades detaljhandelsföretaget nå yngre, fransktalande konsumenter med innehåll strategiskt anpassat för dem.

Den nya, riktade marknaden är enorm, eftersom franska är ett av världens mest talade språk.

Det är de femte mest talade språket i världen med uppskattningsvis 320 miljoner användare, enligt [Organization of International Francophonie](#).