



# EN GLOBAL VARUMÄRKESRÖST FÖR SWISSCOM

4 SPRÅK

66 000 TERMER

20 ÅRS SAMARBETE

**Telekommunikationsbranschen kännetecknas av konkurrens och en teknikmarknad som utvecklas snabbt.** Precis som alla innovativa företag utvecklar Swisscom ständigt nya lösningar och produkter för sina återförsäljare och företagskunder. Därför utvecklas deras företagsordförråd ständigt. Swisscom förlitar sig på att Lionbridge håller koll på företagets terminologi och säkerställer varumärkeskonsekvens inom hela företaget som en del av vårt 20-åriga partnerskap.

## Utmaningen

Som ett ledande telekommunikations- och IT-företag erbjuder Swisscom ett antal produkter, inklusive mobiltelekommunikation, fasta nät, internet och digital-tv-lösningar för företag och privatkunder. Det cirkulerade många fristående ordlistor i företaget, men de fanns inte tillgängliga på en central plats så att alla Swisscom-anslagna kunde använda dem. Organisationen behövde upprätthålla en konsekvent lista över företags- och branschspecifika termer som kunde användas inom de olika avdelningarna och affärssegmenten.

*”Sedan 2011 har jag varit ansvarig för företagspråk i Brand Strategy and Experience-teamet på Swisscom, och har i det här sammanhanget haft ständig kontakt med Lionbridge. I de otaliga översättningarna av företagstexter, särskilt avseende varumärken och varumärkesstrategi, har jag alltid varit nöjd när det gäller tillförlitligheten, att tidsfristerna respekteras och översättningskvaliteten. Dessutom är terminologidatabasen som Lionbridge fortfarande hanterar och upprätthåller en oumbärlig komponent för oss för att säkerställa en konsekvent tillämpning av Swisscom-termer, inklusive deras översättning.”*

Andreas Affentranger, Senior Brand Manager, Swisscom



## Om kunden

Swisscom är Schweiz ledande telekommunikationsföretag och ett av de ledande IT-företagen i landet. Företaget har sitt huvudkontor i Ittigen nära huvudstaden Bern. Utanför Schweiz finns Swisscom på den italienska marknaden i form av Fastweb. Under 2020 omsatte över 19 000 anställda 11 100 miljoner schweiziska franc. Företaget ägs till 51 % av Schweiziska edsförbundet och är ett av Schweiz mest hållbara och innovativa företag.

## Lösningen

För att hålla Swisscoms företagsspråk konsekvent i alla dokument och kommunikationskanaler dokumenteras de föredragna termerna och den korrekta stavningen på alla arbetsspråk i en central Swisscom-ordlista tillgänglig online. Lionbridge har i över 20 år samarbetat med Swisscom för att upprätthålla den här ordlistan, som för närvarande har över 66 000 termer på fyra språk.

Lionbridge hanterar Swisscom-ordlistan på företagets fyra arbetsspråk: tyska, franska, italienska och engelska. Lionbridge uppdaterar ordlistan regelbundet för att lägga till ny bransch- och företagsspecifik terminologi.

Lionbridge samlar terminologi från hela företaget och förlitar sig på dokumentation eller avdelningsspecifika bidrag och konsoliderar och anpassar de nya termerna till Swisscoms språkriktlinjer och stavningsregler. Termerna läggs sedan till i en gemensam terminologidatabas som finns tillgänglig för alla Swisscom-anställda och partner.

Allteftersom Swisscoms uttrycksätt växer och förändras kan vissa termer eller produktnamn bli föråldrade. Lionbridge uppdaterar varje år tusentals terminologiposter på alla fyra språken och säkerställer att Swisscom-ordlistan är korrekt och aktuell.

## Resultaten

Genom att standardisera uttrycksättet i hela företaget och centralisera denna kunskap i en gemensam databas har Swisscom-ordlistan hjälpt till att upprätthålla Swisscoms höga standarder för kommunikation, både i tryck och online. Några av terminologidatabasens fördelar:

**Bättre konsekvens.** Swisscom-ordlistan säkerställer terminologikonsekvensen i dokumenten och deras översättningar till ett visst språk. En regelbundet uppdaterad terminologidatabas är en förutsättning för att säkerställa att Swisscoms budskap förblir detsamma i olika språkregioner.

**Starkare varumärke.** Framgångsrika varumärken skapar ett positivt intryck och en positiv kundupplevelse, vilket i sin tur leder till kundlojalitet. Ett tydligt och konsekvent uttrycksätt för företaget och minimalt med inkonsekvens bidrar till att stärka Swisscom-varumärket.

**Centraliserad information.** Databasen centraliserar information som används i hela företaget, bland annat av

- skribenter med olika specialiteter, till exempel tekniska dokument och marknadsföring
- översättare och granskare för översättning av dokument
- korrekturläsare för slutkorrektur av olika dokument
- webteamet för kvalitetssäkring av Swisscoms webbplatser.

*”Vi har arbetat nära Lionbridge i utvecklingen av Swisscom TV sedan 2013. Som en del av gränssnittsutvecklingen organiserade vi tidigt workshops och samarbetade nära med Lionbridge i utvecklingen så att fyra språk alltid fanns tillgängliga och kunde testas i den smidiga konfigurationen med täta releaser. Vi var särskilt nöjda med tv-samarbetet, det gemensamma målet med ett enkelt språk och den dedikerade gruppen med översättare. Slutresultatet är en stor marknadsframgång, mycket tack vare Lionbridges stöd.”*

Guy Papstein, Head of Design, UX, Packaging and ID, Swisscom