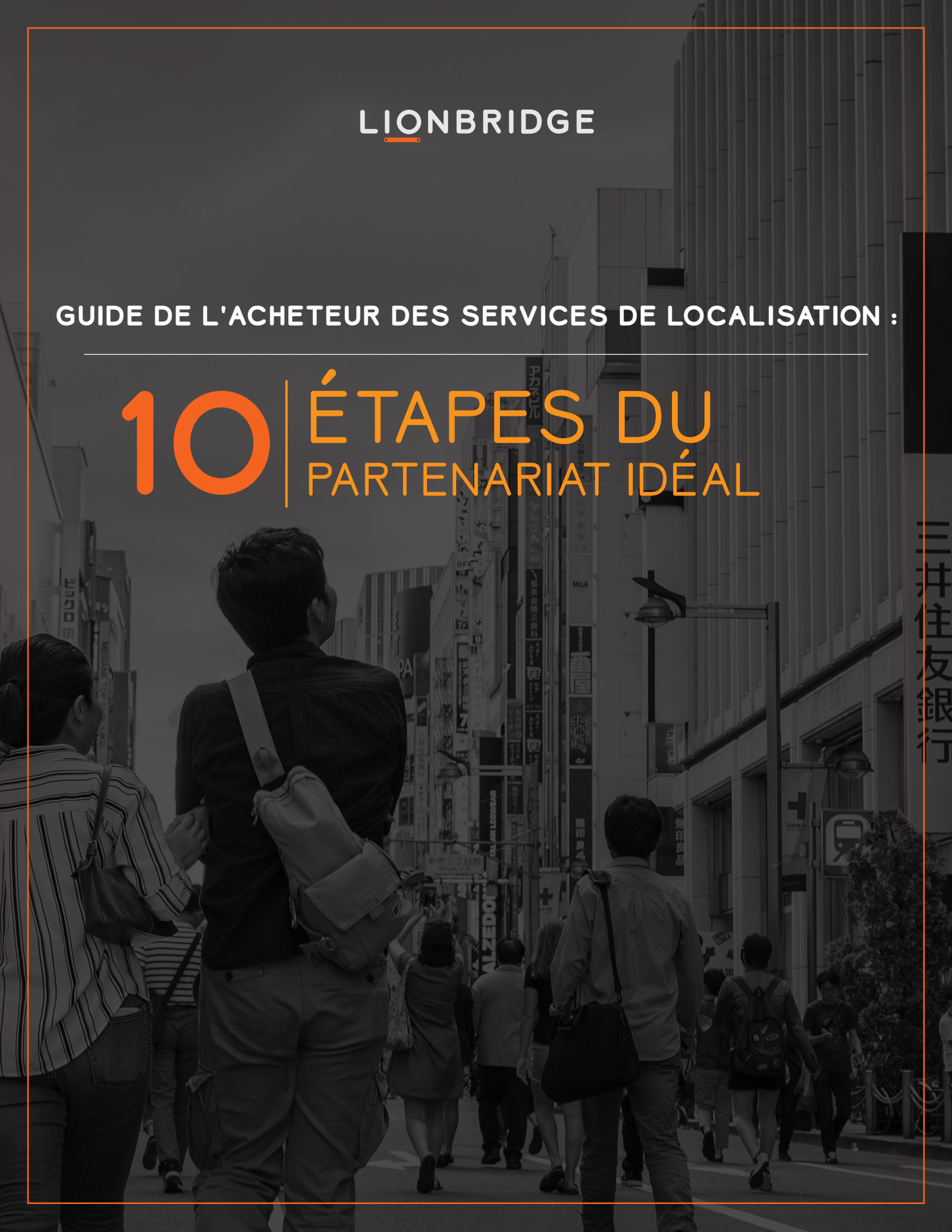


LIONBRIDGE

GUIDE DE L'ACHETEUR DES SERVICES DE LOCALISATION :

# 10 | ÉTAPES DU PARTENARIAT IDÉAL



## VOTRE ENTREPRISE EST MONDIALE

*Vous voulez être présent partout. Mais vos clients vous veulent local. C'est là votre défi.*

Votre marque est **mondiale** : homogène, retentissante et cohérente ; et votre marque est **locale** : accessible, nuancée et familière. Comment prospérer lorsque l'on jongle avec des priorités qui semblent aussi contradictoires ?

### **Entrez dans le monde de la localisation.**

Le temps où la traduction seule suffisait est révolu. Une simple traduction peut communiquer les bases d'une langue dans une autre langue, mais les marques prennent aujourd'hui conscience de ce qu'elles soupçonnaient depuis le début: les clients sont tout *sauf* basiques, et la relation et la personnalisation sont plus importantes que jamais. Si vous dépendez de la seule traduction, vous ne parviendrez pas à établir de relation avec les clients qui recherchent des expériences personnelles à tous les coins du monde.

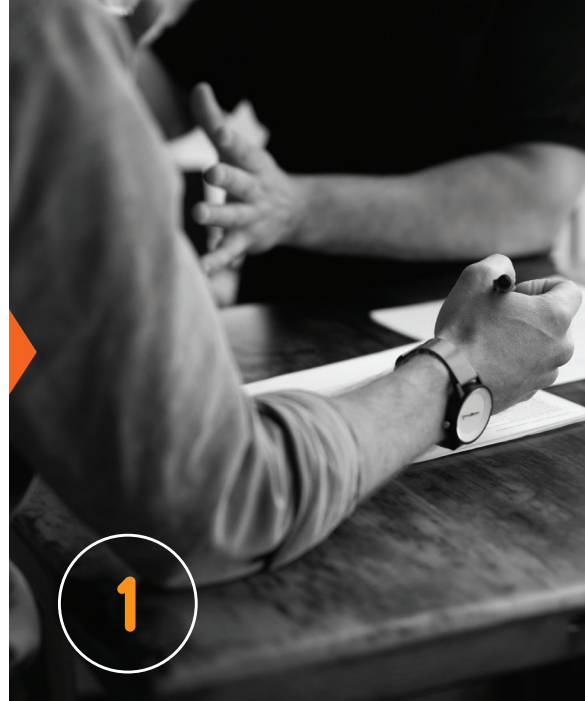
En voici la raison : une relation est basée sur des *émotions*, et les déclencheurs des émotions qui engendrent la fidélité des clients varient selon les régions, la culture et le milieu. Bref, vous devez ajuster l'image homogène et cohérente de votre marque afin de l'adapter aux dialectes et normes locaux de chacun de vos clients dans le monde. Vous devez localiser.

**Vous voici donc, prêt à vous mondialiser, et à vous localiser, plus que jamais.** Vous devez faire quelques achats. Ce guide vous permettra de savoir quoi acheter en termes de services de localisation.

## APPROFONDISSEZ

Votre partenaire de localisation va plonger en profondeur dans votre entreprise, donc commencez par analyser les tréfonds de la leur. S'agit-il d'un leader du marché avec 20 ans d'expérience à son actif ou d'un nouvel arrivant ? Parleront-ils le samoan, l'ouzbek ou le swahili (et *toutes* les langues de vos clients) ? Sont-ils en capacité de livrer en respectant les délais et le budget à *chaque fois* ?

Demandez combien de langues ils prennent en charge. Renseignez-vous si leur équipe de traducteurs se compose de linguistes uniquement, ou bien de linguistes *et* d'experts en la matière. Explorez le parcours des membres de leur équipe dirigeante. Fouinez. Posez des questions. Discutez sur la toile. **Plus vous en saurez sur eux, plus votre décision finale sera judicieuse.**



1



2

## ENTREZ DANS LES DÉTAILS

Fondamentalement, choisir un partenaire de localisation exige de comprendre les services offerts par ce partenaire. Allez plus loin.

Fournissent-ils également des ressources spécialisées qui répondent à vos besoins uniques ? Ont-ils créé des plateformes technologiques dédiées leur permettant de rapidement répondre à ces besoins ? Quels types de rapports de progression pouvez-vous vous attendre à recevoir, et comment mesurerez-vous leurs avancées ?

**Posez ces questions avant de signer.**

## PRENEZ LA BONNE TAILLE

Assurez-vous que votre fournisseur de localisation soit suffisamment agile pour déployer ou réduire ses ressources pour répondre à vos besoins. Seront-ils capables de gérer des projets très volumineux ou aux délais serrés ? Sont-ils en mesure de vous apporter l'assistance et l'attention dont vous avez besoin ? Prenez soin de clarifier l'allocation de leurs ressources internes et externes.

Demandez des exemples de clients de tailles similaires ayant des besoins comparables aux vôtres. **Sur les pas de Boucle d'Or, vous devez trouver un fournisseur capable de s'adapter parfaitement.**



3

## ÉVALUEZ LA QUANTITÉ ET LA QUALITÉ

Imaginez un réseau de milliers d'experts dans chaque pays donnant vie à votre message sur les marchés locaux. N'en imaginez pas plus. Votre partenaire de localisation doit être capable de se procurer les linguistes et les experts en la matière dont vous avez besoin pour vous assurer que votre message sonne juste dans chaque marché cible.

Prenez le temps d'explorer la portée mondiale de la chaîne d'approvisionnement de votre partenaire potentiel. Comprendre la façon dont ils sélectionnent leurs ressources et leurs sous-traitants, ainsi que leurs critères de sélection (et s'ils emploient leurs sous-traitants de manière transparente) peut vous aider à déterminer s'ils font réellement l'affaire.

Ont-ils la capacité de gérer vos besoins linguistiques ? Les saisons à forte demande ? Les périodes de congés ? Les demandes de dernière minute ? **Assurez-vous de demander tout cela.**

4

## ENVISAGEZ RÉELLEMENT L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Il peut être difficile de trouver un fournisseur de services de localisation qui optimise ses prestations pour plus de rapidité, d'évolutivité et de qualité. Voici le secret révélé : l'IA peut aider votre partenaire potentiel à répondre à vos besoins en rapidité tout en maintenant les coûts à un niveau raisonnable. Il est essentiel que votre partenaire de localisation utilise (voire crée) des technologies qui améliorent la rapidité et la précision et qui optimisent les processus. (Et non, cela ne signifie pas qu'ils ont remplacé tous les humains par des robots.)

Se dédient-ils à un unique logiciel de traduction automatique, ou adoptent-ils une approche de l'optimisation qui leur permet d'adapter leurs processus aux besoins de chaque client ? Font-ils preuve d'innovation au sein de leurs processus de traduction afin de maximiser le temps des traducteurs humains tout en garantissant la qualité et la rapidité ? **Demandez-leur comment ils utilisent la technologie de la traduction et l'IA en complément de leurs locuteurs natifs et experts en linguistique.**

5

## GÉREZ LEUR GESTION

Pour le dire simplement, plus la gestion de votre partenaire de localisation sera efficace, plus votre vie sera facilitée. Commencez en déterminant s'ils ont une ressource dédiée à la gestion de la communication et de la charge de travail quotidienne.

Vérifiez également que leur équipe de gestion recueille des retours d'informations sur les projets et les performances pour leurs sous-traitants. **Cela vous indiquera si votre partenaire potentiel est centré sur l'amélioration constante, ou s'il se contente de mener les projets à bien.**



## COMPRENEZ LA ROUTINE

Si vous visez des clients sur de multiples marchés, nous avons une grande nouvelle pour vous : vous allez passer beaucoup de temps de qualité avec votre équipe de localisation. Avant de choisir un partenaire, comprenez la façon dont vous allez interagir avec eux au quotidien. Comment traitent-ils la livraison des projets et les livrables ? Quelles vérifications linguistiques et techniques réalisent-ils sur le matériel source avant de lancer la traduction ? Sollicitent-ils des experts en la matière ? Qui sera votre référent quotidien ?

**Comprendre la routine de travail de votre partenaire vous permettra de mieux anticiper leur adéquation avec les processus établis de votre entreprise, voire leur capacité à les améliorer.**

## DÉFINISSEZ VOS CONDITIONS

Les langues sont en constante évolution. Votre partenaire de localisation est-il en capacité de suivre le rythme ? Il est essentiel pour vous de trouver un fournisseur qui offre des services de création et de maintenance de ressources terminologiques. Les guides de style de la traduction et les glossaires de terminologie fournissent aux experts en localisation des outils cruciaux pour garantir des contenus cohérents, attractifs et respectueux de l'image de marque qui atteignent vos clients peu importe où ils se trouvent dans le monde.

**Posez des questions précises sur leurs processus, et déterminez la façon dont ils traiteront la terminologie multilingue.**





9

## CONTRÔLEZ L'EXISTENCE DU CONTRÔLE QUALITÉ

Les erreurs sapent la confiance des clients. C'est pourquoi il est important de savoir si votre partenaire de localisation offre un contrôle qualité à la fois technique et linguistique, et si ce contrôle est réalisé indépendamment du service de production. Déterminez quel type de modèle ou de norme de qualité votre partenaire utilise et comment ils vous communiqueront les résultats de leurs analyses.

L'assurance qualité est à la fois un art et une science, et c'est l'une des choses les plus importantes que votre partenaire de localisation peut vous offrir. Certains fournisseurs (nous, par exemple !) offrent même des services de contrôle qualité indépendants et impartiaux qui **favorisent l'amélioration de la qualité de tout votre contenu traduit.**

## FAITES UN BILAN DE SANTÉ FINANCIÈRE

Posez des questions directes pour déterminer l'état de santé général des politiques, procédures et performances en matière de comptes clients et de comptes fournisseurs de votre partenaire potentiel. Ces facteurs sont les indicateurs clés d'une chaîne d'approvisionnement stable, **et ils contribueront fortement à un partenariat satisfaisant à long terme avec votre entreprise.**



10

## PRÊT POUR L'ÉTAPE SUIVANTE ?

Suivez nos conseils et testez ce guide sur nous : appelez-nous et voyez comment nous traitons ces questions. Chez Lionbridge, nous construisons des relations approfondies avec les plus grandes marques du monde, afin que celles-ci puissent établir des relations plus approfondies avec leurs clients, **et nous sommes prêts à faire cela pour vous.**

POUR EN SAVOIR PLUS, RENDEZ-VOUS SUR  
[LIONBRIDGE.COM](https://www.lionbridge.com)

**LIONBRIDGE**

© 2019 Lionbridge. Tous droits réservés.