

LIONBRIDGE



LES TOP TENDANCES 2020 : CE QU'IL FAUT SAVOIR

Les données sont la clef. En 2020, elles deviennent incontournables.
Voici trois tendances à ne pas manquer.

1

Confidentialité
des données

2

Sécurité
des données

3

Création de
contenus pertinents

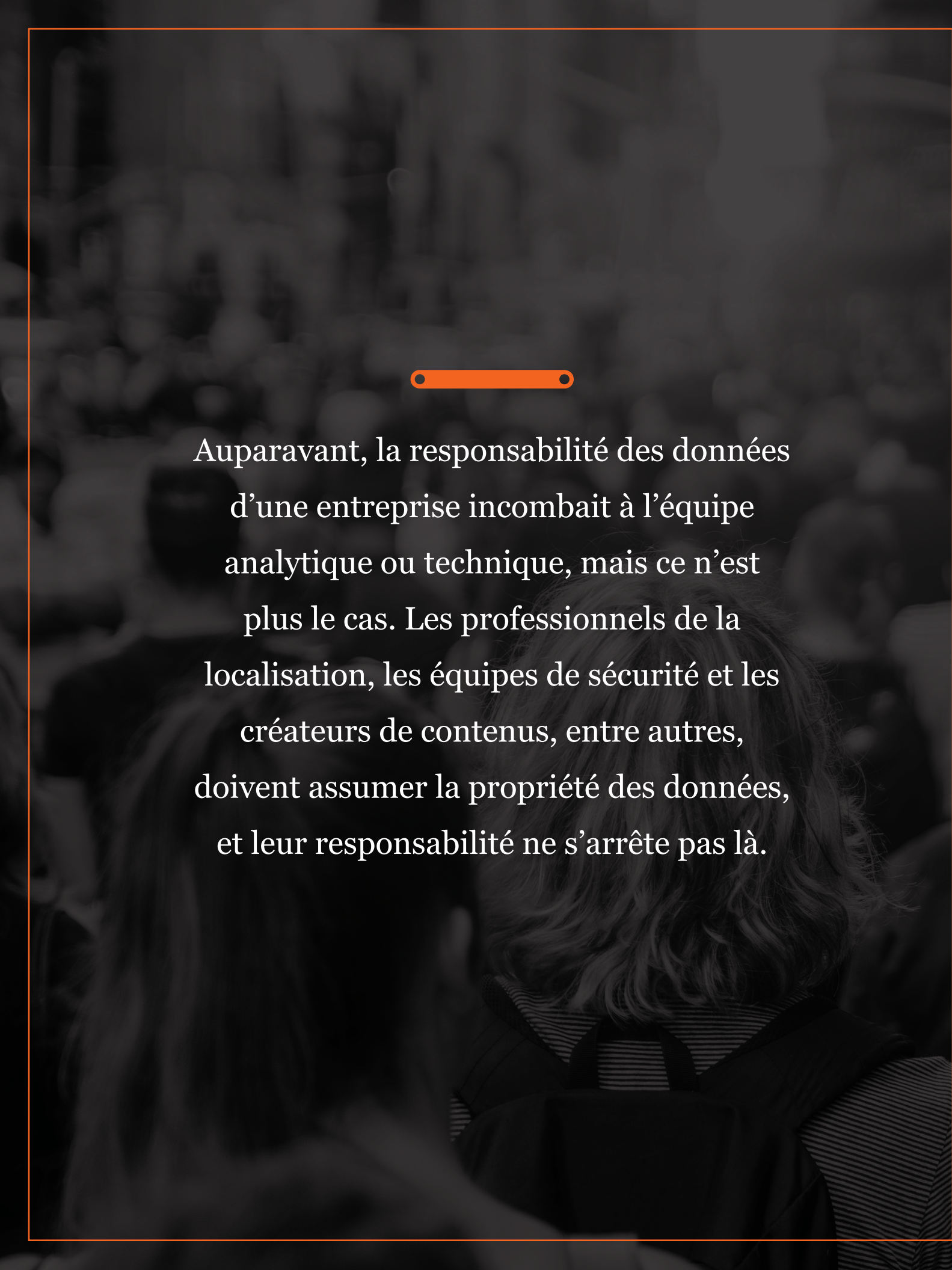
Cela vous paraît simple ? Détrompez-vous. Voici ce que vous devez faire différemment.

Contenu de cette communication :

Les stratégies pour protéger vos données confidentielles
Les approches pour éloigner les cybercriminels et favoriser le SEO

Concepts clés :

Les 8 principes que votre agence de traduction doit respecter pour vos données
Les 5 questions essentielles à poser à votre agence en matière de cybersécurité
Les choses à faire et à ne pas faire lors de la création de contenus pour le SEO multilingue



Auparavant, la responsabilité des données d'une entreprise incombait à l'équipe analytique ou technique, mais ce n'est plus le cas. Les professionnels de la localisation, les équipes de sécurité et les créateurs de contenus, entre autres, doivent assumer la propriété des données, et leur responsabilité ne s'arrête pas là.

En 2020, le succès de votre entreprise repose en grande partie sur la façon dont vous et vos partenaires traitez vos données. Le choix du prestataire de services linguistiques auquel vous faites appel est plus important que jamais.

Plusieurs facteurs sont à prendre en compte lorsque vous choisissez votre prestataire de services linguistiques :

1

Les lois sur la protection des données, comme la récente loi sur la protection des données personnelles des consommateurs résidant en Californie (California Consumer Privacy Act), exigent l'application de mesures de conformité de la part de votre prestataire de services linguistiques pour que vous soyez en règle.

2

En raison des vulnérabilités en matière de sécurité, il devient essentiel de déterminer si votre prestataire de services linguistiques fait le nécessaire pour se protéger contre les menaces de cyberattaques.

3

BERT, le dernier algorithme de recherche de Google, requiert une approche plus sophistiquée en matière de création de contenus.

Si votre prestataire de services linguistiques ne mentionne pas ces trois points, votre entreprise peut être pénalisée voire être en infraction à votre insu.

Découvrez comment gérer vos données en fonction des évolutions marché.



VOTRE PRESTATAIRE DE SERVICES LINGUISTIQUES ET LA CONFIDENTIALITÉ DE VOS DONNÉES

Du fait de la prolifération des lois relatives à la confidentialité, il devient de plus en plus nécessaire de porter une grande attention à votre prestataire de services linguistiques

Connaissez-vous la politique de confidentialité de votre prestataire de services linguistiques ? Si ce n'est pas le cas, renseignez-vous. De plus en plus de réglementations en matière de confidentialité voient le jour dans le monde entier. Si votre prestataire ne se conforme pas aux réglementations relatives aux données, vous êtes tout aussi responsable.

Que faire face à la multitude de réglementations ?

À ce jour, plus de 100 pays ont adopté des lois pour la protection des données et de la confidentialité, selon la [Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement](#), et ce chiffre est en augmentation. Le Brésil, par exemple, fait partie de la dizaine de pays qui commence à rédiger des lois en faveur de la confidentialité. Aux États-Unis, la [loi californienne sur la protection de la confidentialité](#) (le California Consumer Privacy Act) est entrée en vigueur le 1er janvier 2020. Les entreprises internationales implantées aux États-Unis peuvent être assujetties à ces nouvelles réglementations ainsi qu'aux réglementations plus anciennes, comme le Règlement général sur la protection des données (RGPD). Entré en vigueur en mai 2018, Le RGPD est une initiative qui donne aux citoyens de l'Union européenne davantage de contrôle sur leurs informations personnelles.

Douglas Graham, directeur de la sécurité informatique chez Lionbridge, affirme que la confidentialité, que ce soit dans le contexte des prestataires de services linguistiques ou de manière plus globale, est une tendance à suivre en 2020 en raison de l'ampleur grandissante qu'a pris cette question aux yeux du grand public. Le fait que les informations personnelles sont trop partagées est la principale motivation derrière l'adoption de nouvelles lois. Par conséquent, de nombreux autres États et pays vont certainement suivre l'exemple de la Californie et imposer davantage de réglementations aux entreprises en ce qui concerne la confidentialité des utilisateurs. Les entreprises comme leurs prestataires de services linguistiques devront donc respecter de nouvelles lois. Toutefois, il peut être délicat de se plier à une multitude de réglementations. La solution pour remédier à ce problème : se conformer à la réglementation la plus restrictive en vigueur pour votre entreprise.

Comment votre prestataire de services linguistiques va-t-il gérer vos données ?

Les individus sont au cœur de la notion de confidentialité. Les informations personnelles identifiables comprennent le nom complet d'une personne donnée ainsi que d'autres

informations telles que la date de naissance, le numéro de sécurité sociale ou le permis de conduire, entre autres. Les prestataires de services linguistiques doivent traiter ces informations confidentielles de manière adéquate pour ne pas divulguer les informations ou enfreindre la loi.

Recherchez la transparence : votre prestataire de services linguistiques doit fournir des directives et des déclarations claires concernant l'utilisation qu'il fait et qu'il s'interdit de faire des données. Un prestataire digne de confiance n'utilise jamais les informations contenues dans les documents à traduire à des fins secondaires, comme faire de la publicité auprès des personnes mentionnées dans le document traduit. Méfiez-vous des prestataires qui proposent des traductions gratuites ou à des tarifs trop bas.

Faites attention à ne pas abandonner vos droits de confidentialité et à ne pas laisser à votre prestataire de services linguistiques la possibilité d'utiliser vos données à des fins autres que celles prévues dans le cadre des négociations. Pour que les données de votre entreprise soient utilisées d'une façon qui répond à vos exigences, signez avec votre prestataire un contrat contenant une clause de confidentialité.

Qui est concerné en cas de violation de données ?

N'importe quelle entreprise ayant des clients sera presque certainement amenée à collecter des informations confidentielles. Si vous envoyez de telles données à un prestataire de services linguistiques, mieux vaut savoir comment ces données sont traitées. Si votre prestataire commet une violation de données, vous pouvez être considéré comme responsable même si vous n'avez pas directement commis la faute, et les conséquences peuvent être lourdes.

Aux États-Unis, dans le cadre des lois d'État et des lois fédérales, la violation d'informations personnelles identifiables peut être passible d'amendes pouvant aller jusqu'à un million de dollars par État. En Europe, le manquement au RGPD peut faire l'objet d'une amende allant jusqu'à 10 % du chiffre d'affaire de l'entreprise.

En plus des lourdes amendes financières, vous risquez de faire l'objet d'une surveillance plus stricte de la part des agences de réglementation et de perdre la confiance de vos clients. Veillez à ne pas laisser votre prestataire de services linguistiques réduire à néant tous vos efforts.

Comment votre agence de traduction doit-elle gérer les données sensibles ?

Lorsque vous collaborez avec une agence, commencez par déterminer s'il est absolument nécessaire de lui envoyer des informations personnelles. Plus il existe de copies des données, plus vous courez le risque que ces dernières soient utilisées de manière frauduleuse ou partagées par erreur à des tiers. Si possible, supprimez ou anonymisez les informations personnelles. Si vous devez envoyer des informations privées à votre agence, assurez-vous que ce dernier sait comment gérer ce type de données et qu'il s'engage contractuellement à les protéger.

Voici quelques bonnes pratiques :

- Lorsqu'il est impossible de supprimer des données personnelles, utilisez un protocole de transfert de fichiers sécurisé. Les informations doivent être stockées sur les serveurs sécurisés de votre prestataire de services linguistiques.
- Votre prestataire doit, dans la mesure du possible, supprimer les informations confidentielles avant d'envoyer les fichiers à la communauté pour traduction.
- S'il ce n'est pas possible, votre prestataire de services linguistiques doit s'assurer que ces informations confidentielles sont partagées uniquement avec les personnes autorisées.
- Dans certains cas, votre prestataire de services linguistiques doit pouvoir avoir recours à une salle sécurisée. L'employé travaille alors dans cet espace dédié, mais il n'a pas accès au téléphone ni à du papier, ce qui fait qu'il n'est pas en mesure de subtiliser quelque information que ce soit.
- Dans de rares cas, le prestataire de services linguistiques peut envoyer un employé dans les locaux du client de façon à ce que les informations ne quittent jamais l'entreprise.

En plus de ces pratiques, un programme de sécurité robuste est indispensable pour assurer la protection de la confidentialité des informations. Si votre prestataire de services linguistiques n'a pas mis en place de mesures de sécurité, il ne peut pas assurer la confidentialité des données, car la protection de la confidentialité repose sur la sécurité.

Où vont les données une fois la tâche accomplie ?

Dans certains cas, le prestataire de services linguistiques est amené à stocker les données pendant une période donnée, mais cette période n'est pas illimitée. Il est important de comprendre quelles sont les données conservées par votre prestataire et pourquoi elles sont conservées. Vérifiez bien si les données contiennent des informations confidentielles identifiables. Il convient d'enregistrer ces informations lorsqu'une mémoire de traduction est créée. Une mémoire de traduction est un glossaire de mots et d'expressions récurrents qui permet aux traducteurs de traiter les tâches plus rapidement et plus efficacement. Une mémoire de traduction ne doit pas contenir d'informations confidentielles identifiables.



CONSEIL :

Observez attentivement la façon dont votre prestataire de services linguistiques gère les données sensibles

Comment savoir si votre prestataire adopte une culture de la confidentialité ?

Vos données sont-elles protégées? Cela renvoie aux valeurs fondamentales du prestataire et au respect de la confidentialité et de la sécurité des données de la part de ses employés.

Il existe certains des signes distinctifs qui caractérisent cette culture, notamment :

- Un investissement dans la protection de la confidentialité
- L'existence d'un programme de protection de la confidentialité évalué et amélioré en continu
- La formation des employés aux processus de protection de la confidentialité

En outre, il est important que la direction nomme une personne qui sera responsable à plein temps des questions relatives à la sécurité des données. En effet, il n'est pas chose aisée de se tenir informé des lois afférant à la vie privée et des obligations des prestataires de services linguistiques découlant de ces lois. Il est important de vérifier, en amont, les politiques et les pratiques de votre prestataire de services linguistiques en matière de confidentialité. Cela contribuera grandement à préserver la réputation de votre entreprise et vous permettra d'éviter les conséquences financières dues à la non-conformité.

HUIT PRINCIPES RELATIFS À LA PROTECTION DES DONNÉES POUR VOTRE PRESTATAIRE DE SERVICES LINGUISTIQUES

1. Les données ne peuvent être collectées et traitées que de manière équitable et légale.
2. Les données ne peuvent être collectées et traitées qu'aux seules fins prévues.
3. Il doit être démontré que les données sont adéquates et pertinentes, et qu'elles sont conservées uniquement aux fins prévues.
4. Les données doivent être précises, intègres et à jour.
5. Les données doivent être détruites au terme de la période prévue.
6. Les données doivent être traitées dans le respect des droits de la personne concernée.
7. Les données doivent être sécurisées au moyen de mesures techniques et organisationnelles.
8. Le transfert de données est interdit, sauf s'il existe un moyen légal d'effectuer le transfert.



CYBERSÉCURITÉ ET DONNÉES DE TRADUCTION

L'importance de la protection des données en 2020 et au-delà

Lorsque vous choisissez un prestataire de services linguistiques, certaines questions vous viennent immédiatement à l'esprit. Combien la traduction va-t-elle me coûter ? Sous quels délais recevrai-je le produit final ? La traduction sera-t-elle de bonne qualité ? Tous ces éléments sont de la plus haute importance. Cependant, il est tout aussi essentiel, sinon plus, de se pencher sur la démarche que suit votre prestataire de services linguistiques pour protéger vos données. Si vous ne l'interrogez pas sur la sécurité des données, vous courez le risque de perdre votre propriété intellectuelle, vos secrets commerciaux et d'autres données hautement sensibles. Si ces informations venaient à être publiées ou tomber entre de mauvaises mains, les conséquences pourraient être désastreuses pour votre entreprise.

Quels sont les problèmes liés à l'utilisation d'applications de traduction gratuites ?

Réfléchissez bien avant d'utiliser un outil de traduction gratuit en ligne pour les données de votre entreprise, surtout si vos données sont sensibles ou confidentielles. Souvenez-vous de cette maxime : si c'est gratuit, c'est vous le produit. En l'occurrence, tout ce que vous saisissez dans un outil de ce type appartient aux propriétaires de l'outil.

Il existe de nombreux exemples de perte de contrôle sur les données suite à l'utilisation d'applications tierces gratuites. Ce fut le cas en 2017 pour la compagnie pétrolière Statoil. En l'occurrence, une application en ligne gratuite a chargé les données personnelles identifiables sur Google Search à l'insu de Statoil.

Le fait de confier vos projets de traduction à un prestataire de services linguistiques professionnel est un pas dans la bonne direction pour vous assurer que vos données sont en sécurité. Faites attention, toutefois : tous les prestataires ne se soucient pas de la cybersécurité et de la protection des données. Vous devez donc effectuer des recherches et vous poser les bonnes questions.

Le cycle de vie de la traduction

Quelle méthode utilisez-vous pour envoyer vos documents à traduire ?

Il existe plusieurs façons pour les clients d'envoyer des données à un prestataire de services linguistiques. Lors de ce processus, trois éléments doivent être pris en compte :

1. Personne ne doit être en mesure de voler des données.
2. Les données doivent être téléchargées sur un site auquel seules les personnes autorisées ont accès.
3. Personne ne doit être en mesure de copier les données.

Le prestataire de services linguistiques et le client doivent travailler main dans la main pour déterminer la méthode d'envoi des données. Pour les données très sensibles, il incombe au prestataire de fournir un site Web ou un portail sécurisé. Cette méthode de livraison permet d'empêcher l'interception des données par des tiers lors de la transmission. En outre, elle doit être conçue de manière à prévenir les intrusions en interne une fois que les données sont sur le portail. Quant au client, il est de sa responsabilité d'utiliser le portail, et il doit s'interdire de demander au prestataire de collecter des données via une méthode non sécurisée.

Une fois que les données sont sur le portail, elles doivent être protégées par plusieurs dispositifs de sécurité différents, comme des mesures d'authentification forte, une gestion des accès basée sur des règles et la possibilité d'intégration au système de gestion des accès du client. L'objectif est de limiter l'accès aux données aux personnes qui travaillent activement sur le projet et de stocker les données de manière à ce que les autres personnes ne puissent pas y avoir accès. Plus vous limitez le nombre de personnes qui travaillent sur le projet, plus vous réduisez les risques de sécurité.

Comment sont effectuées les tâches de traduction ?

Il doit être demandé aux traducteurs de se connecter avec leurs identifiants pour accéder aux données et de travailler dans le portail si la nature des données l'exige. Pour les données sensibles, le travail du traducteur doit être suivi sur les serveurs du prestataire de services linguistiques, et des outils spécifiques doivent être utilisés. Certaines ressources, comme les logiciels de gestion de traduction, peuvent empêcher la suppression des données sur le portail. Les données les plus confidentielles doivent être fournies aux traducteurs au compte-goutte de façon à ce que le contenu ne soit jamais divulgué dans son intégralité.

Enfin, les traducteurs doivent pouvoir travailler dans un environnement où les données sont conservées dans les systèmes du prestataire et protégées par le dispositif de sécurité de ce dernier. Vous pouvez appliquer plusieurs niveaux de sécurité différents au modèle de traduction, en fonction de la sensibilité des données et du degré de protection requis.

Comment sont livrées les tâches de traduction effectuées ?

Le prestataire de services linguistiques doit livrer la traduction terminée au client en appliquant la même méthode que celle qui a été utilisée pour lui envoyer les contenus à traduire. Pour les données sensibles, la livraison doit être effectuée via le portail sécurisé. Veillez à ce que les données soient sécurisées et chiffrées.

Quelles sont les politiques et les normes en vigueur en matière de protection des données ?

Les processus mis en place par votre prestataire de services linguistiques peuvent grandement contribuer à protéger vos données. Par exemple, les personnes qui traitent les données sont, la plupart du temps, des linguistes qui ne comprennent pas toujours bien les enjeux inhérents à la sécurité. Veillez à ce que votre prestataire informe les linguistes au sujet de l'importance de la protection des données et leur demande de respecter les politiques de sécurité qu'il met en place. En outre, les employés de votre prestataire doivent être formés à la gestion sécurisée des données. Enfin, demandez à votre prestataire de services linguistiques si les métadonnées de votre projet sont masquées. Si l'équipe en charge des opérations n'utilise pas de noms de code pour les projets, il serait une bonne idée de commencer à en utiliser.

Quels outils le service informatique et les équipes de sécurité doivent-ils utiliser ?

Une entreprise qui confie ses données à un prestataire de services linguistiques se doit de savoir si ce dernier est en mesure d'assurer la sécurité de ses propres systèmes informatiques et de gérer les violations de sécurité imprévues. Le prestataire utilise-t-il des technologies spécialisées comme un outil de gestion des événements et des incidents de sécurité ? Ces outils offrent des fonctionnalités permettant de détecter les événements malveillants en temps réel ou presque, ce qui

permet aux professionnels de la sécurité d'intervenir à temps. Le prestataire de services linguistiques dispose-t-il d'un système de gestion des vulnérabilités pour contrôler les points vulnérables des serveurs et des autres ressources ? Vous pouvez faire des recherches sur votre prestataire de services linguistiques en accordant une attention particulière à la présence d'équipes informatique et sécurité dédiées. La gestion de ces types d'équipes nécessite la monopolisation de ressources considérables, et tous les prestataires n'ont pas forcément les moyens de le faire.



CONSEIL :

Méfiez-vous des applications de traduction gratuites

Comment les bonnes pratiques de votre prestataire de services linguistiques peuvent-elles réduire les risques pour vos données ?

Il est impossible d'éradiquer totalement les menaces externes et internes. Toutefois, si vous centrez vos efforts sur la sécurité de vos données et si vous faites appel à un prestataire qui applique les meilleures pratiques en matière de cybersécurité, vous n'avez plus grand-chose à craindre.

Les acheteurs, quant à eux, doivent consulter leur propre équipe de sécurité avant de choisir un prestataire de services linguistiques. Ce dernier doit par ailleurs être disposé à échanger au sujet de ses processus, de ses pratiques et de ses stratégies en matière de protection des données. Pour terminer, le prestataire doit mettre ses actes en accord avec ses paroles en signant un contrat détaillant ses responsabilités envers vous en matière de sécurité.

5 QUESTIONS ESSENTIELLES À POSER À VOTRE PRESTATAIRE DE SERVICES LINGUISTIQUES POUR VOUS ASSURER QU'IL APPLIQUE LES MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE DE CYBERSÉCURITÉ

1. Avez-vous un directeur de la sécurité qui se consacre pleinement à la protection des données ?
2. Avez-vous une équipe dédiée à la sécurité, et comment est-elle organisée ?
3. Effectuez-vous des tests de pénétration sur vos applications et vos systèmes ?
4. Disposez-vous d'une politique de contrôle des accès stricte ?
5. Vos employés et traducteurs sont-ils formés à la sécurité des données ?

CRÉATION DE CONTENUS POUR LE RÉFÉRENCIEMENT NATUREL MULTILINGUE EN 2020 ET AU-DELÀ

Préférez la transcréation et la création de contenus locaux à la traduction

Comment faire pour que votre contenu en ligne atteigne votre public cible ?

Si vous avez obtenu de bons résultats de recherche malgré un contenu médiocre ou rédigé à la hâte, il va vous falloir repenser votre stratégie. En 2020 et au-delà, les entreprises, plus particulièrement les entreprises mondiales, vont devoir créer des contenus *de qualité* spécifiques à chaque marché pour optimiser les résultats des moteurs de recherche. Voici comment procéder.

Un contenu de qualité se distingue par les sujets que vous choisissez de traiter et les méthodes de traduction ou de création de données que vous adoptez pour articuler vos idées. Ces deux éléments sont stratégiques pour atteindre votre cible. Étant donné qu'il est rare que votre public cherche votre entreprise en particulier, il vous faut établir une stratégie pour atteindre les premiers résultats de recherche.

Pourquoi modifier sa stratégie de référencement naturel maintenant ?

Le nouvel algorithme de Google, baptisé **BERT**, est la principale raison qui explique la nécessité de perfectionner votre contenu pour optimiser les résultats des moteurs de recherche. BERT signifie « Bidirectional Encoder Representations from Transformers ». Cet algorithme a été lancé par Google en octobre 2019 en réaction à la popularité croissante des recherches vocales et des requêtes longues. BERT est capable de comprendre les questions longues et peut traiter plus efficacement la relation *entre* les mots, de manière à déterminer le contexte de la recherche.

Les petits mots tels que « son », « dans » et « et » sont à présent pris en compte pour informer le moteur de recherche sur l'intention de la demande. Par conséquent, le nouvel algorithme de Google ne récompensera plus les contenus qui se contentent d'être truffés de mots-clés. De même, les contenus qui comportent des fautes grammaticales seront pénalisés, car Google choisira plutôt les contenus qu'il estime plus pertinents. À l'origine, BERT n'était opérationnel que pour les recherches en anglais, mais il **prend aujourd'hui en charge 70 langues différentes**. Cet algorithme est également utilisé pour améliorer les extraits mis en vedette ou bien les « answer box » (encarts de réponses) dans le monde entier.

Idéation de contenus : par où commencer ?

Lorsque vous développez une **stratégie de création de contenus**, il est essentiel de garder votre clientèle à l'esprit et de comprendre ce qu'elle souhaite savoir.

Brendan Walsh, expert métier en recherche mondiale chez Lionbridge, forme les employés des marques internationales à obtenir d'excellents résultats de référencement naturel. Il propose les conseils suivants :

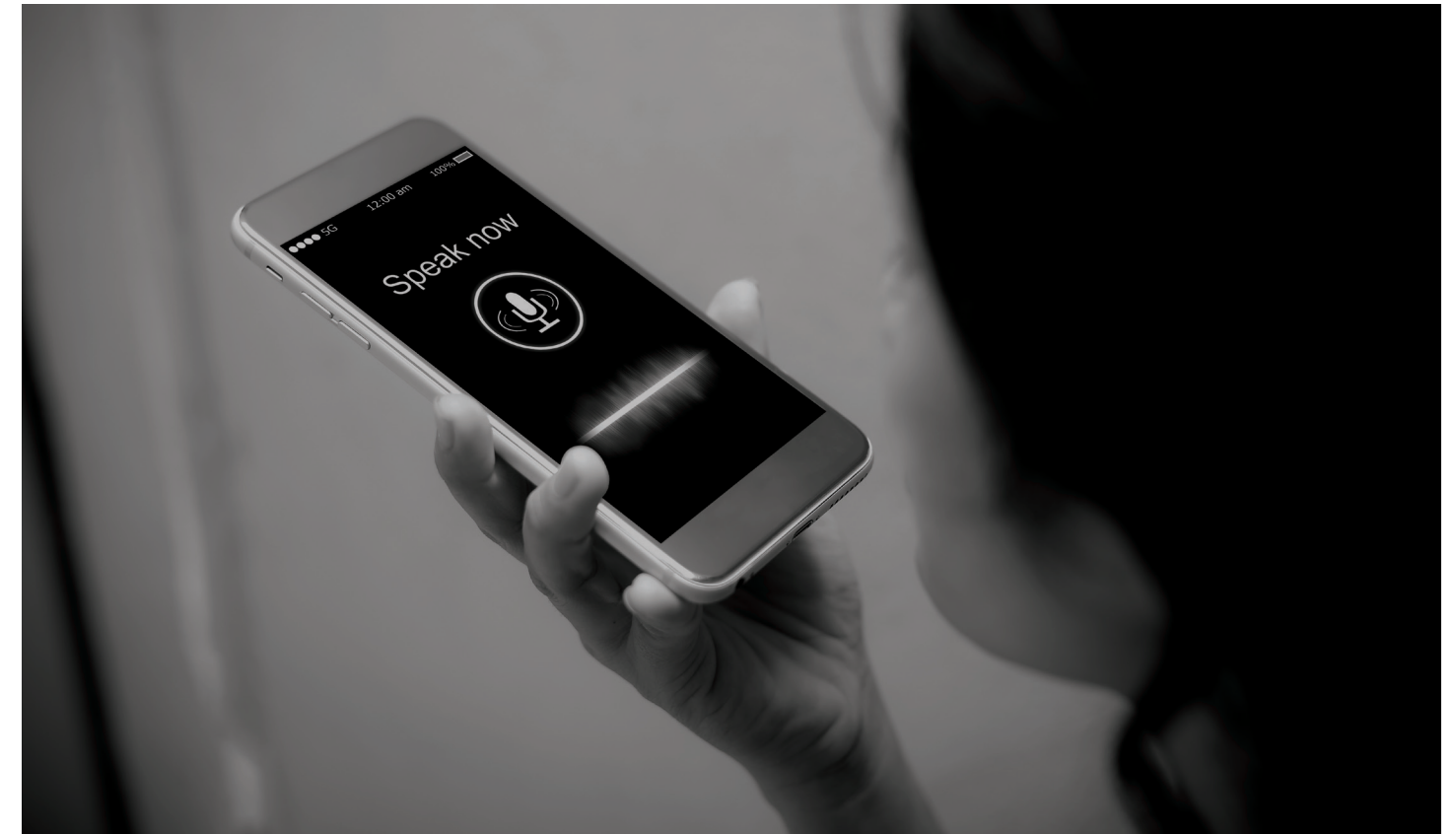
- Déterminez ce que demande le public de chaque région visée. Pour ce faire, utilisez Google pour rechercher les requêtes les plus populaires.
- Dressez une liste de ces questions et regroupez-les en les classant.
- Servez-vous de ces questions regroupées afin de trouver des idées pour votre blog, vos publications sur les réseaux sociaux ou votre site web.

Si votre entreprise est implantée sur différents marchés, n'oubliez pas qu'en raison de leurs spécificités, un même sujet donne souvent des résultats différents.

Par exemple, si vous effectuez une recherche sur les voitures électriques, vous trouverez sans doute que les habitants de Los Angeles se préoccupent des normes sur les émissions tandis que les habitants du Québec regardent davantage les performances en hiver. Le même sujet peut donc donner des résultats de recherche très différents, ce qui va orienter les choix relatifs à vos contenus locaux.

« Il est d'une importance primordiale de créer un contenu local et basé sur les données pour correspondre aux attentes de votre public et obtenir les résultats recherchés. »

Brendan Walsh
Expert métier en recherche mondiale, Lionbridge



Comment réussir votre référencement naturel multilingue ?

Les entreprises qui exercent leurs activités à l'échelle mondiale et dans plusieurs langues différentes ont davantage de défis à relever que celles qui n'ont qu'une seule région à gérer. Selon Brendan Walsh, du fait de l'importance capitale de la qualité des contenus pour le référencement naturel, ces entreprises doivent créer des contenus originaux pour chacune des langues utilisées par les internautes dans leurs questions, de façon à pouvoir répondre à ces dernières. Dans ce domaine, la création de contenus locaux basés sur les données est ce qui se fait de mieux. Néanmoins, Brendan Walsh ajoute qu'il existe d'autres méthodes qui peuvent s'avérer tout aussi utiles.

La deuxième option la plus efficace est la **transcréation**, c'est à dire le processus qui consiste à recréer du contenu pour une langue et un marché cibles, tout en préservant son aspect créatif et émotionnel. En outre, même si la traduction semble avoir perdu de la vitesse, elle n'en reste pas moins une solution de choix. Quoi qu'il en soit, les entreprises peuvent utiliser une combinaison de ces méthodes pour répondre à leur besoins. Lionbridge propose des services d'évaluation à l'échelle locale pour déterminer la meilleure combinaison de création de contenus locaux, de transcréation et de traduction pour obtenir des **résultats de référencement naturel** optimaux.

Comment viser juste avec votre stratégie de création de contenus ?

Se faire remarquer dans un océan de contenu peut sembler une tâche insurmontable. En effet, lorsqu'il s'agit de **recherches vocales**, le seul résultat qui se démarque est celui que l'assistant

personnel choisit. Pour ce qui est des recherches textuelles, le nombre de clics diminue nettement si vous ne faites pas partie des cinq premiers résultats.

Il peut être intéressant de prendre en compte les statistiques suivantes avant d'élaborer une stratégie de création de contenus. Selon Unbabel.com, l'anglais représente **55 % de l'ensemble des contenus en ligne**, mais seulement 20 % de la population mondiale parle anglais et à peine 5 % des utilisateurs considèrent l'anglais comme leur langue maternelle. Il existe donc un écart de contenu pour les autres langues que l'anglais.

En plus de cet écart constaté pour les contenus rédigés dans d'autres langues que l'anglais, les contenus existants sont de mauvaise qualité. Cela s'explique par le fait que la plupart de ces contenus sont simplement traduits depuis l'anglais au lieu d'être personnalisés pour le marché. Les entreprises internationales qui centrent leur efforts sur la création d'un contenu de qualité pour les marchés non anglophones ont une chance de marquer des points auprès de leur public cible.

Quels sont les risques encourus si vous n'évoluez pas ?

Maintenant que vous avez à votre disposition les outils pour créer des contenus de qualité et optimiser votre **référencement naturel multilingue**, veillez à bien utiliser ces méthodes. Si vous n'évoluez pas et si vous n'améliorez pas votre contenu, vos clients se dirigeront vers des entreprises locales qui se concentrent sur le marché local. Au cours de nos collaborations avec nos clients, nous avons remarqué que si vous créez un contenu digne d'intérêt, les utilisateurs se dirigeront vers vous.

RÉFÉRENCIEMENT NATUREL MULTILINGUE AVEC BERT :

Les choses à faire et à ne pas faire lors de la création de contenus



- **CRÉER** des contenus basés sur les données utiles à votre public cible.
- **TIRER PARTI** de la demande de contenus dans les autres langues que l'anglais.
- **CRÉER** des contenus locaux qui ciblent spécifiquement votre public local, et savoir quand traduire, quand transcrire et quand partir de zéro.



- **NE PAS** laisser des erreurs de grammaire dans votre contenu. BERT les reconnaîtra et vous fera baisser dans la liste des résultats.
- **NE PAS** se contenter de saturer votre contenu de mots-clés, cette stratégie obsolète ne fonctionne plus avec le nouvel algorithme de Google.
- **NE PAS** se contenter de traduire des contenus créés pour une région spécifique : il y a de grandes chances qu'ils ne trouvent pas écho auprès de votre public cible.

CONSEIL :

Pour réussir votre référencement naturel multilingue, créez un contenu de qualité pour chaque langue



D'ici à la fin de l'année, nous allons continuer à observer attentivement ces tendances et les tendances émergentes.

Nous considérons les nouvelles lois, les évolutions des algorithmes ainsi que les nouveautés du marché comme autant d'occasions de contribuer à la réussite de nos partenaires.

Si vous avez des questions à propos de vos besoins spécifiques, nous nous ferons un plaisir d'y répondre.

Contactez-nous pour commencer dès maintenant en consultant notre site Web lionbridge.com/get-in-touch

À propos de Lionbridge

Lionbridge travaille en partenariat avec les marques pour dépasser les obstacles et bâtir des ponts dans le monde entier. Depuis plus de 20 ans, nous aidons les entreprises à communiquer avec leur clientèle mondiale et leurs employés en proposant des services de localisation et de données de formation d'IA dans plus de 350 langues. Notre plate-forme de premier ordre nous permet de déployer un réseau d'un million d'experts passionnés par leur travail dans plus de 5 000 villes. Ces experts travaillent en partenariat avec les marques pour créer des expériences enrichissantes d'un point de vue culturel. Notre passion pour la linguistique nous amène à exploiter le meilleur de l'intelligence humaine et artificielle afin d'établir un socle de confiance convaincant pour les clients de nos clients. Lionbridge, dont le siège social se situe à Waltham, dans le Massachusetts, compte également des centres de solutions dans 26 pays.

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

LIONBRIDGE

© 2020 Lionbridge. Tous droits réservés.