



NOUVELLES SOLUTIONS DE CRÉATION DE CONTENU PAR L'IA POUR UN GÉANT DES ACCESSOIRES ET VÊTEMENTS SPORTIFS

1
LANGUE CIBLE

45 %
D'ÉCONOMIES SUR LES FRAIS
DE TRADUCTION

75 %
DE RÉDUCTION DU TEMPS
DE TRADUCTION

À PROPOS DU CLIENT

Ce géant de la vente au détail est un client de Lionbridge depuis près de dix ans. Il nous a choisis en tant que partenaires de confiance pour des projets de traduction, ainsi que d'optimisation et de génération de contenu. L'entreprise est principalement axée sur les vêtements de sport et pour l'athlétisme. Elle est mondialement reconnue depuis des décennies, génère des milliards d'euros de chiffre d'affaires et compte des employés partout dans le monde.

Pour réussir sur les marchés internationaux actuels, impactés par Internet, cette société de vente au détail s'efforce de toucher de nombreuses groupes démographiques sur chaque continent. Habitué à de très nombreuses offres de contenu personnalisé, ses clients exigent donc du contenu adapté à leurs propres centres d'intérêt, valeurs et réalités.

Elle doit ainsi produire un volume de contenu exponentiel dans de nombreuses langues. Pour suivre le rythme d'Internet et des autres concurrents, l'entreprise doit également générer et partager ce volume de contenu important à la vitesse de l'éclair.

Découvrez comment Lionbridge a proposé une solution innovante et personnalisée, optimisée par l'IA, pour aider ce géant international de la distribution à communiquer avec sa base de clients internationale et à toucher de nouveaux clients au quotidien.



LE DÉFI

Lionbridge a aidé son client à surmonter cinq difficultés majeures. La première consistait à transformer le contenu en français existant pour lui donner un ton informel. L'entreprise avait besoin de créer du contenu susceptible de trouver un écho auprès des jeunes Français, avec un ton plus conversationnel. Les jeunes consommateurs sont particulièrement intéressants, car ils ont plus de pouvoir d'achat en raison de leurs responsabilités financières réduites (loyer, prêts, courses, soins de santé, etc.).

L'entreprise avait également besoin d'une traduction et d'une localisation en français irréprochables pour ce contenu. Les clients francophones sont de fervents défenseurs de leur langue, et des erreurs de traduction auraient pu fortement nuire à l'image de l'entreprise. En proposant du contenu adapté à ces deux exigences, cette entreprise de détail a pu nouer des liens avec un marché important, connu pour son pouvoir d'achat.

La deuxième difficulté était le coût extrême lié à l'utilisation de traducteurs et de rédacteurs de contenu humains pour créer ces textes. Le nombre de supports que l'entreprise voulait traduire dans un français informel était si important qu'une solution faisant appel à des humains aurait été extrêmement coûteuse et lente. Une solution avec intervention humaine uniquement aurait coûté près du double.

SANS SOLUTION OPTIMISÉE PAR L'IA, CE PROJET AURAIT PRIS 75 % DE TEMPS EN PLUS.

La troisième difficulté concernait les délais. Le recours à des traducteurs, des rédacteurs de contenu ou même des réviseurs humains aurait pris bien trop de temps. Ce revendeur avait besoin que le contenu soit revu et prêt à être utilisé rapidement. L'urgence était due à la nécessité de suivre la demande constante et rapide de création de nouveau contenu. Le rythme est principalement lié à Internet et aux jeunes générations qui ont grandi avec cet outil. La production et la consommation de contenu en ligne sont toujours associées à des volumes élevés et à des vitesses supérieures, que les solutions humaines ont parfois des difficultés à suivre. La nature du marché de détail a augmenté cette urgence. Depuis les années 1980, au cours desquelles la fabrication en Asie a établi des rythmes record dans les chaînes d'approvisionnement pour le détail, les clients se sont habitués à des stratégies de commercialisation plus rapides. Souvent, quelques mois seulement s'écoulent entre la création d'un vêtement, sa promotion et sa mise en vente. Notre client avait besoin de générer du nouveau contenu à ce rythme incroyablement rapide, pour promouvoir les produits commercialisés. Sans solution optimisée par l'IA, ce projet aurait pris 75 % de temps en plus.

La dernière difficulté était liée à une peur générale et à un manque de confiance envers l'IA.

Comme de nombreuses autres entreprises, ce géant du détail s'inquiétait fortement des risques liés à l'utilisation de l'IA pour accomplir une partie de son travail marketing stratégique. L'une de ces craintes était liée à la sécurité des données. Les grands outils d'IA publics rendent publiques les données qu'ils utilisent. Une autre crainte était liée à la qualité de la génération de l'IA. Face à un outil aussi nouveau, il est bien sûr difficile de croire que le résultat final sera aussi intéressant, précis sur le plan linguistique et capable de transmettre le ton de la marque, informel et décontracté, attendu par les jeunes clients.



LA SOLUTION

Lionbridge a proposé au client un processus en trois étapes. Étant donné que nous travaillions avec ce client depuis près d'une décennie, nous avons déjà réalisé de nombreuses traductions pour lui. Nous avons utilisé la base de données exhaustive avec le contenu qu'il nous avait envoyé et que nous avons traduit en français lors de projets précédents. Ce contenu était stocké dans ce que l'on appelle des mémoires de traduction, ou TM. Étant donné que nous avons créé les TM, le client n'a même pas eu besoin de nous renvoyer le contenu ou de le récupérer auprès d'autres prestataires de services linguistiques ou de contenu. Nous avons simplement récupéré les TM liées à ce client.

La deuxième étape a consisté à développer une série de cinq invites.

Notre équipe dédiée d'experts en IA les a créées, en s'appuyant sur sa grande expérience, étant donné qu'elle travaille avec cet outil depuis sa création. Depuis plus d'une décennie, cette équipe et Lionbridge travaillent également avec le prédécesseur de l'IA, la traduction automatique (TA). Nous avons alimenté le contenu dans notre outil d'IA privé et propriétaire grâce à ces invites. Pour obtenir les meilleurs résultats, nous avons alimenté le contenu par petits lots, ce qui a nécessité 2 000 passages dans l'outil d'IA. (Il est à noter que cette opération n'a duré qu'une fraction du délai qu'aurait exigé le travail par des traducteurs humains ou des rédacteurs de contenu.) Comme indiqué précédemment, des invites auprès de l'outil d'IA ont permis d'utiliser le contenu existant et de générer une version française beaucoup plus conversationnelle et informelle.

Enfin, nous avons agrégé les résultats de l'outil d'IA et avons effectué une révision approfondie optimisée par l'IA afin de nous assurer que le résultat respectait les attentes du client. Nous avons mené une révision humaine très rapide sur un échantillon du contenu, qui a démontré que la qualité du résultat d'IA était déjà perfectionnée et prête à être utilisée par le client. Aucune autre intervention, humaine ou par l'IA, n'a été nécessaire. Nous avons livré le produit final dans un nouvel ensemble de fichiers de TM.

EN CHIFFRES

- » 1 langue cible : français
- » 45 % d'économies sur les frais de traduction
- » 5 invites créées
- » 2 semaines pour la durée du projet
- » 1 018 161 unités de traduction
- » 75 % d'accélération du processus de traduction
- » 4 passages via l'outil propriétaire de Lionbridge optimisé par l'IA

**POUR OBTENIR LES MEILLEURS RÉSULTATS,
NOUS AVONS ALIMENTÉ LE CONTENU PAR PETITS LOTS,
CE QUI A NÉCESSITÉ 2 000 PASSAGES DANS L'OUTIL D'IA.**



MÉTHODOLOGIE

- » Analyser les mémoires de traduction (TM) pour détecter les unités de traduction (UT) au ton formel.
- » Personnaliser la création d'invites pour assurer une couverture étendue de différents cas d'utilisation grammaticale.
- » Faire passer les TM dans un pipeline d'invites personnalisé.
- » Permettre à l'outil :
 - D'adapter les UT qui le nécessitent.
 - De signaler les UT ambiguës à réviser par des humains.
 - De créer automatiquement des échantillons d'UT supplémentaires pour l'assurance qualité.
- » De livrer au client.



PLANIFICATION



Fin du travail



Réunion de
lancement



Livraison et débriefing

LES RÉSULTATS

Lionbridge a aidé le client à atteindre quatre résultats clés. Tout d'abord, nous avons aidé l'entreprise à créer une nouvelle base de données étendue de contenu en français dans un ton plus informel. Sans les 45 % d'économies permis par la solution optimisée par l'IA de Lionbridge, cette entreprise aurait dû régler une facture colossale pour créer cette myriade de nouveau contenu en français. Cette base de contenu peut également être utilisée pour les initiatives marketing actuelles et futures. En outre, elle sera utile pour d'autres projets de traduction, car elle peut être enregistrée et utilisée sous forme de mémoires de traduction. Ces dernières rendent les futures traductions plus précises, efficaces et économiques.

Le deuxième résultat a été la capacité du client à commercialiser ses produits plus rapidement. Grâce à ce processus de génération de contenu si rapide et efficace, la solution d'IA de Lionbridge a permis de livrer le contenu demandé dans un délai record, 75 % plus rapide. Il a donc pris deux semaines, au lieu de six (voire plus). Cette livraison accélérée a permis au détaillant de promouvoir ses produits bien plus rapidement pour ce marché en particulier, et ainsi de capturer plus de clients et de revenus.

Le troisième résultat a été lié aux économies. En automatisant la génération et la révision du contenu, Lionbridge a permis au client de réaliser d'importantes économies en matière de traducteurs et de rédacteurs de contenu.

Ces coûts sont souvent le poste le plus important dans la génération de contenu multilingue. Lionbridge a permis au client d'économiser 45 %, comparé au coût total d'un effort entièrement humain.

Le quatrième résultat est que Lionbridge a aidé le client à atteindre un nouveau marché important. Lionbridge a permis au détaillant d'augmenter sa réussite en touchant les jeunes consommateurs francophones, avec du contenu qui les cible stratégiquement.

Ce nouveau marché ciblé est très important, car le français est l'une des langues les plus parlées au monde.

Il s'agit de la cinquième langue la plus parlée : l'Organisation internationale de la francophonie estime qu'il existe environ 320 millions de francophones.