



UNE COMMUNICATION DE MARQUE COHÉRENTE POUR SWISSCOM

4 LANGUES

66 000 TERMES

20 ANS DE COLLABORATION

Le secteur des télécommunications se caractérise par un environnement concurrentiel et un marché technologique qui évolue rapidement. Comme toute entreprise innovante, Swisscom élabore constamment de nouvelles solutions et de nouveaux produits pour ses clients, qu'ils soient des particuliers ou des entreprises. Il est donc logique que leur vocabulaire commercial soit lui aussi en constante évolution. Swisscom confie sa terminologie d'entreprise à Lionbridge afin d'assurer la cohérence de la marque dans l'ensemble de l'entreprise, et ce partenariat dure depuis plus de 20 ans.

Le défi

En sa qualité d'entreprise leader du secteur des télécommunications et de l'informatique, Swisscom propose de nombreux produits, notamment des solutions de télécommunications mobiles, de réseaux fixes, d'accès à Internet et de télévision numérique pour les entreprises et les particuliers. Au sein de l'entreprise, de nombreux glossaires individuels isolés circulaient, mais ces derniers n'étaient pas centralisés et tous les employés de Swisscom n'y avaient pas accès. L'entreprise devait donc entretenir une liste de termes spécifiques à l'entreprise et au secteur afin de les utiliser au sein de ses différents départements.

« Depuis 2011, je suis à la tête de l'équipe responsable du langage professionnel au sein du service de stratégie et d'expérience de marque chez Swisscom. À ce titre, je suis en contact permanent avec Lionbridge. En ce qui concerne les très nombreuses traductions de textes d'entreprise, en particulier ceux qui traitent de la stratégie de marque, j'ai toujours été satisfait de la fiabilité, du respect des délais et de la qualité des traductions. De plus, la base de données terminologique gérée et maintenue par Lionbridge est pour nous un élément indispensable qui nous permet d'assurer la cohérence dans l'application de la terminologie de Swisscom, y compris lors de la traduction. »

Andreas Affentranger, Senior Brand Manager, Swisscom



À propos du client

Swisscom est le leader du marché des télécommunications et l'une des principales entreprises informatiques en Suisse. Son siège se trouve à Ittigen, près de la capitale fédérale de Berne. A l'international, Swisscom est présente en Italie avec Fastweb. Au cours du trois premiers mois de 2021, plus de 19 000 collaborateurs réalisent un chiffre d'affaires de CHF 2 803 millions. Swisscom est détenue à 51% par la Confédération et compte parmi les entreprises les plus durables et les plus innovantes de Suisse.

La solution

Afin de conserver la cohérence des formulations utilisées dans l'ensemble des documents et des canaux de communication, les termes et les orthographes à utiliser dans toutes les langues de travail sont rassemblés dans un outil de recherche centralisé : le « glossaire Swisscom » en ligne. Lionbridge collabore avec Swisscom depuis plus de 20 ans pour gérer ce glossaire, qui compte à ce jour plus de 66 000 termes dans quatre langues différentes.

Lionbridge gère le glossaire Swisscom dans les quatre langues de travail de l'entreprise : l'allemand, le français, l'italien et l'anglais. Lionbridge met régulièrement à jour ce glossaire pour y ajouter les nouveaux termes spécifiques au secteur et à l'entreprise.

Lionbridge rassemble les termes utilisés dans l'entreprise en se basant sur la documentation ou les termes proposés par les différents départements spécifiques, puis consolide et aligne les nouveaux termes avec les directives linguistiques et les règles orthographiques de Swisscom. Ces termes sont ensuite ajoutés à une base de données terminologique à laquelle tous les employés et partenaires Swisscom ont accès.

À mesure que la terminologie utilisée par Swisscom croît et évolue, certains termes ou noms de produits deviennent obsolètes. Lionbridge actualise des milliers d'entrées terminologiques chaque année et dans les quatre langues de travail. Ce faisant, le glossaire Swisscom est toujours exact et à jour.

Les résultats

La standardisation du lexique dans toute l'entreprise et la centralisation des informations dans une base de données centralisée, à savoir le glossaire Swisscom, a permis à l'entreprise de respecter ses normes élevées, standards élevés en matière de communication électronique et imprimée et en ligne. Cette base de données présente les avantages suivants :

Une meilleure cohérence. Le glossaire Swisscom garantit la cohérence de la terminologie dans les documents et dans les traductions de ces derniers, quelle que soit la langue cible. Une base de données terminologique mise à jour régulièrement permet de s'assurer que le message commercial de Swisscom soit le même dans les différentes régions où il est diffusé.

Un renforcement de la marque. Les marques prospères créent une impression et une expérience client positives, et obtiennent en retour la fidélité des clients. Un message commercial bien écrit, clair et sans incohérence permet à Swisscom d'affirmer son image de marque.

Des informations centralisées. La base de données regroupe les informations utilisées dans l'ensemble de l'entreprise. Les collaborateurs de différents domaines se servant de ces informations sont notamment :

- Des rédacteurs spécialisés dans différents domaines, par exemple des rédacteurs techniques ou marketing
- Des traducteurs et réviseurs pour la traduction de documents
- Des relecteurs pour vérifier les contenus
- L'équipe Web, chargée de l'assurance qualité des pages Web Swisscom

« Nous travaillons en étroite collaboration avec Lionbridge depuis 2013 afin de développer Swisscom TV. Lors du développement de l'interface, nous avons organisé des ateliers lors des étapes préliminaires, dans lesquels Lionbridge était impliqué, pour que les quatre langues de travail soient toujours disponibles et puissent être testées au cours des nombreuses versions différentes que nous avons publiées. Nous étions particulièrement satisfaits de l'engagement à l'égard de la télévision, des connaissances partagées d'un langage simple et de la désignation de traducteurs fixes. Nous avons ainsi connu un excellent succès commercial, grâce à l'assistance de Lionbridge. »

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