



ESTABLECIMIENTO DE UN NUEVO ESTÁNDAR PARA AGILIZAR Y ACELERAR LA PUBLICACIÓN MULTILINGÜE

100 000 CLIENTES
EN 175 PAÍSES

150 CENTROS DE
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

13 CENTROS DE INNOVACIÓN

Proyecto

El equipo de marketing digital global de DuPont, bajo el liderazgo del director de Marketing digital, estaba decidido a optimizar, estandarizar y localizar su presencia digital y alinearla con la marca corporativa. Era preciso proceder a la renovación del sitio web. El equipo, tratando de mantener la relevancia local y, al mismo tiempo, lograr una coherencia global de la marca, concibió un motor de marketing multilingüe que representara adecuadamente el legado de la empresa y su propuesta de valor, acelerara la captación de clientes e impulsara la demanda global.

Acerca del cliente

DuPont es un grupo mundial con sede en Estados Unidos que acumula un legado de siglos de descubrimientos y aplicaciones científicas. Hoy aporta al mercado mundial ciencia e ingeniería de primera categoría en forma de productos, materiales y servicios innovadores para el sector de la electrónica y la imagen, las ciencias biomédicas y de nutrición, las empresas de seguridad y construcción, transporte y polímeros avanzados.



El reto

DuPont, que cuenta con más de 100 000 clientes en 175 países, 12 grandes unidades de negocio, 60 subunidades, 150 centros de investigación y desarrollo y 13 centros de innovación, tenía una presencia digital muy extensa, pero desconectada. En total, había 1200 sitios web diferentes con distintos niveles de cumplimiento de marca y experiencia de usuario. El sitio web original contenía 50 000 páginas. Entre otras mejoras importantes, se deseaba una nueva imagen de marcas y logotipos, así como una reducción del contenido y de las propiedades web.

Los principales retos fueron:

- Llegar al mismo número de clientes con menos idiomas.
- Encontrar un equilibrio para atender las necesidades de los mercados locales sin renunciar a la coherencia de la marca.
- Reducir la complejidad y mejorar a un tiempo el rendimiento y la eficacia operativa.
- Establecer un proceso de publicación ágil que funcionase igual para los usuarios locales y globales.
- Disponer de programación en tiempo real y de informes de gestión de proyectos.

La solución

El equipo digital de DuPont colaboró con Adobe y Lionbridge para crear una solución en línea innovadora que mostrara la imagen de la marca global y, al mismo tiempo, reflejara las necesidades de los mercados locales. El grupo instaló el conector Adobe Experience Manager (AEM), que se integra directamente con la plataforma de envío de proyectos de Lionbridge y devuelve automáticamente las entregas de contenido. El equipo diseñó un enfoque optimizado basándose en una «infraestructura digital mínima», una estructura central adaptable que se ajustara a las infinitas páginas de cada país y que ofreciera:

- Una cartera coherente y centralizada de los sitios de cada país con presencia de marca en el idioma local en los mercados clave.
- Contenido actualizado, editable y específico de cada país, más la capacidad de reutilizar el contenido global normalizado.
- Coherencia global de marca y mensajes integrados con productos y servicios relevantes localmente.
- Mejoras SEO en cada país.

Mediante el uso del conector AEM, DuPont envía contenido para su traducción de forma segura y rápida al equipo de Lionbridge. Entre los puntos más destacados de la relación cabe señalar:

- Un grupo pequeño de gestores de proyecto para optimizar las comunicaciones y acelerar los proyectos.
- Traductores expertos para garantizar la precisión técnica y científica.
- Eficiencia de traducción aplicada en todas las unidades de negocio.
- Transferencia automatizada de archivos y guías de estilo y glosarios incorporados y actualizables.
- Inserción automática del contenido traducido o transcrito en el sitio del país correcto.
- Procedimiento estandarizado de «lanzamiento en el país».



Resultados

DuPont quedó tan satisfecho con la mejora de su presencia digital que contrató a Lionbridge para una segunda renovación de su sitio web tras un importante cambio en la organización. La traducción y localización ahora son procesos que se activan en un solo paso. La selección y análisis del contenido, la aprobación de los proyectos, las revisiones de las traducciones y la publicación final se gestionan dentro del sistema. Y a medida que el negocio de DuPont sigue globalizándose, la estructura adaptable del modelo digital y los flujos de trabajo optimizados garantizan a los clientes de todo el mundo experiencias en línea coherentes y atractivas. Los puntos más destacados de la colaboración entre DuPont y Lionbridge fueron:

- Se lanzaron 27 sitios de marcas en diferentes países durante los primeros siete meses.
- Se pusieron en marcha 48 sitios con planes de ir añadiendo otros.
- Gracias a la reducción de los errores y tiempos de entrega, se ahorró dinero y se redujo el tiempo de comercialización.
- Se facilitó el intercambio y la reutilización de contenido a través de diferentes canales y mercados.
- Se creó información procesable en tiempo real, con la posibilidad de verla en conjunto o en detalle.

Conectar durante la COVID

Cuando la COVID-19 estalló, DuPont registró un aumento del negocio en su sector de equipos de protección individual. Los trabajadores sanitarios y aquellos que estaban en primera línea en la lucha contra la pandemia entraron en la sección de Protección Individual del sitio web de DuPont para obtener información sobre prendas Tyvek®, lo que produjo un aumento de casi el 300 % de las visitas a la página en el momento álgido de la pandemia. Los visitantes que entraron en el sitio desde todo el mundo se interesaron por la distribución y disponibilidad de los productos de DuPont, así como por obtener orientación sobre limpieza y desinfección. Gracias a su asociación con Lionbridge, DuPont pudo proporcionar información sobre equipos de protección individual en varios idiomas.



« Teníamos que dejar de ser un sitio estadounidense que se hacía pasar por una página web global para convertirnos en un sitio web individual personalizado para cada uno de los países estratégicos para nuestra empresa. Nuestro contenido tiene que ser local y mundial al mismo tiempo. »

Director de Marketing digital