



## ÉTABLIR UN NOUVEAU STANDARD EN MATIÈRE DE RAPIDITÉ ET DE FLEXIBILITÉ DES PUBLICATIONS MULTILINGUES

100 000 CLIENTS  
DANS 175 PAYS

150 CENTRES DE RECHERCHE  
ET DÉVELOPPEMENT

13 CENTRES D'INNOVATION



### Projet

Dirigée par le directeur du marketing numérique, l'équipe marketing numérique mondial de DuPont était bien décidée à rationaliser, normaliser et localiser sa présence numérique ainsi qu'à l'aligner sur l'image de marque du groupe. Une refonte totale du site était en projet. Dans un effort visant à préserver la pertinence locale tout en assurant la cohérence globale de la marque, l'équipe a envisagé de faire appel à un moteur marketing multinational et multilingue qui représenterait de façon précise l'héritage et la proposition de valeur de la société, accélérerait l'engagement client et stimulerait la demande mondiale.

### À propos du client

DuPont est un conglomérat international basé aux États-Unis qui peut se prévaloir de plusieurs siècles d'expérience dans les domaines des découvertes et applications scientifiques. A l'heure actuelle, il apporte au marché mondial son savoir-faire de premier ordre en matière de science et d'ingénierie, avec des produits, matières et services innovants dans les domaines de l'électronique et de l'imagerie, de la nutrition et des biosciences, de la sécurité et de la construction et du transport et des polymères avancés.

## Le défi

Avec 100 000 clients répartis dans 175 pays, 12 grandes unités commerciales, 60 sous-unités, 150 centres de recherche et développement et 13 centres d'innovation, l'empreinte numérique de DuPont était importante mais déconnectée. On dénombrait au total 1 200 sites Web distincts avec des niveaux variables de conformité à la marque et d'expériences utilisateur. Le site Web d'origine comportait 50 000 pages. Parmi les améliorations souhaitées, citons notamment un nouveau branding et de nouveaux logos, ainsi que des contenus et actifs numériques allégés.

Les principaux défis rencontrés étaient les suivants :

- Atteindre le même nombre de clients avec moins de langues
- Tenir compte des besoins croissants des marchés locaux sans nuire à la cohérence de la marque
- Réduire la complexité tout en améliorant les performances et l'efficacité opérationnelle
- Mettre en place un processus de publication flexible qui fonctionne pour les utilisateurs locaux comme pour les utilisateurs internationaux
- Avoir une programmation en temps réel et des rapports de gestion de projets

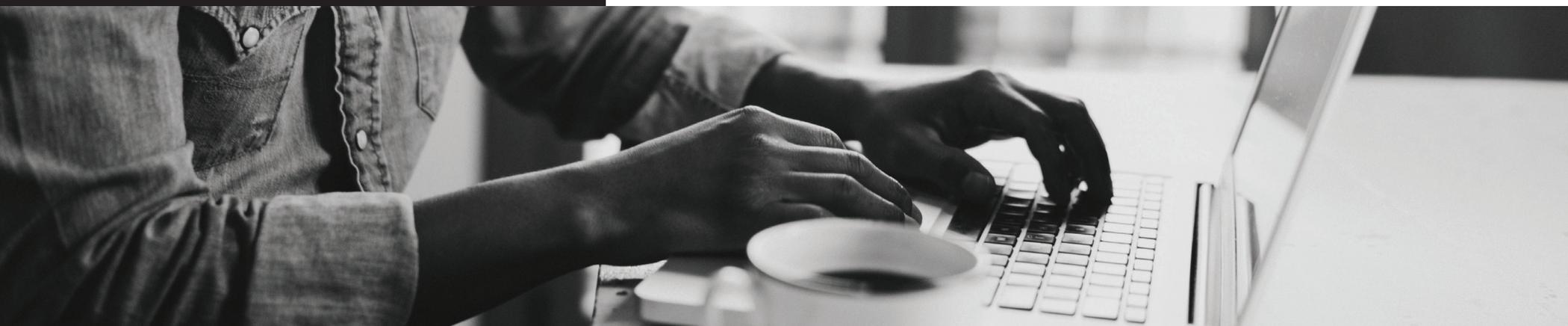
## La solution

L'équipe numérique de DuPont a travaillé en partenariat avec Adobe et Lionbridge sur une solution en ligne innovante qui mettrait en valeur la marque mondiale tout en reflétant les besoins des marchés locaux. Le groupe a installé Adobe Experience Manager (AEM), qui s'intègre directement à la plate-forme de soumission de projets de Lionbridge et renvoie automatiquement les livrables. L'équipe a élaboré une approche rationalisée reposant sur une « infrastructure numérique minimale », une structure de base évolutive qui permettrait d'accueillir un nombre illimité de sites Web spécifiques à chaque pays et d'obtenir les avantages suivants :

- Un portefeuille cohérent et géré de façon centralisée de sites nationaux, avec une présence de la marque sur les marchés clés dans les langues locales
- Une image de marque et un message cohérents à l'échelle internationale et intégrés à des produits et services localement pertinents
- Des contenus à jour, éditables et spécifiques à chaque pays, auxquels vient s'ajouter la possibilité de réaffecter des contenus internationaux normalisés
- Des améliorations du référencement naturel à l'échelle de chaque pays

À l'aide d'un connecteur AEM, DuPont envoie les contenus à traduire rapidement et en toute sécurité à l'équipe Lionbridge. Les points forts de leur relation incluent entre autres :

- Un groupe réduit de chefs de projets pour simplifier les communications et accélérer les projets
- Des processus de traduction efficaces appliqués à l'ensemble des unités commerciales
- Une alimentation automatique du site national concerné avec les contenus traduits ou transcrits
- Des traducteurs spécialisés pour garantir la précision technique et scientifique
- Un transfert de fichiers automatisé et des guides de style et glossaires intégrés qu'il est possible de mettre à jour
- Un processus normalisé de « lancement par pays »



## Résultats

Le groupe DuPont a été si satisfait de l'amélioration de son empreinte numérique qu'il a fait appel à Lionbridge pour une deuxième actualisation de son site Web à la suite d'un changement organisationnel majeur. La traduction et la localisation sont désormais des processus à une seule étape. L'analyse et la sélection des contenus, les validations de projets, les révisions de traductions et la publication finale sont autant d'opérations gérées dans le système. Et alors que les activités de DuPont deviennent de plus en plus internationales, la structure évolutive et les processus optimisés du modèle numérique garantiront des expériences en ligne cohérentes et engageantes pour les clients du monde entier. Les points forts de la collaboration entre DuPont et Lionbridge étaient les suivants :

- 27 sites nationaux de marque ont été lancés au cours des sept premiers mois
- 48 sites ont été mis en ligne, et la liste devrait s'allonger
- Réduction des erreurs et des délais d'exécution, ce qui a permis d'économiser de l'argent et de réduire les délais de mise sur le marché
- Le partage de contenu et la réaffectation sont devenus disponibles sur tous les marchés et canaux
- Des données exploitables en temps réel avec vues d'ensemble et détaillées ont été créées



## ● Communiquer en temps de COVID

*Quand la COVID-19 a frappé, DuPont a enregistré un pic d'activité dans son secteur des équipements de protection individuelle. Les soignants et intervenants des services d'urgence impliqués dans la lutte contre la pandémie ont visité la section du site Web de DuPont consacrée aux équipements de protection individuelle afin d'accéder aux informations sur les vêtements Tyvek®. Le résultat : près de 300 % de pages vues en plus au pic de la pandémie. Les visiteurs du site du monde entier souhaitaient obtenir des informations sur la distribution et la disponibilité des produits DuPont, ainsi que des conseils sur le nettoyage et la désinfection. En travaillant en partenariat avec Lionbridge, DuPont a été en mesure de communiquer des informations sur ses équipements de protection individuelle dans de nombreuses langues.*



« Nous devons passer d'un site américain transformé en site Web mondial à un site Web personnalisé pour chacun de nos pays stratégiques. Notre contenu doit être à la fois local et mondial. »

Directeur du marketing numérique