



Een stapsgewijze handleiding voor een effectieve lokalisatie van leerstof



Inhoudsopgave

Inleiding	02
Hoofdstuk 1	
What does e-learning localization imply?	03
Hoofdstuk 2	
Key Advantages of Localization	04
Hoofdstuk 3	
Best practices to localize e-learning content	05
Hoofdstuk 4	
How to select the most effective and budget-friendly method for localization	08
Hoofdstuk 5	
Using an authoring solution to localize training: how does it work?	12
Hoofdstuk 6	
Insights: The cases of Danone and Sodexo	14
Conclusie	16

Inleiding

Ondernemingen zijn tegenwoordig vaak wereldwijd actief. Als dat niet het geval is, werken ze echter om zowel economische als technische redenen samen met bedrijven in het buitenland. Als gevolg daarvan moeten bedrijven leren hoe ze moeten omgaan met een diverser personeelsbestand. Doorgaans zijn de hoofdkantoren verantwoordelijk voor het opstellen van gestandaardiseerde processen, beleidslijnen, procedures, enzovoort, die ze moeten delen met werknemers in de verschillende landen. Hier stuiten Learning and Development (L&D) teams vaak op de meeste moeilijkheden. Veel teams zijn overgeschakeld op e-learning om aan hun opleidingsbehoeften te voldoen. De grotere uitdaging ontstaat echter wanneer men probeert om door te dringen bij een personeelsbestand dat een andere taal en cultuur heeft dan die van het hoofdkantoor. Vaak levert een gecentraliseerde e-learning cursus niet het verwachte rendement op voor medewerkers op andere plaatsen. Om hieraan het hoofd te bieden is lokalisatie de aangewezen oplossing om kennis effectief over te brengen



De leerprincipes die voor jonge cursisten gelden, zijn even relevant voor een volwassen cursist. Mensen tonen meer belangstelling, leren sneller en houden hun kennis beter vast als de inhoud in hun eigen taal wordt aangeboden en ze overeenstemt met hun culturele gewoonten en verwachtingen. Bedrijven kiezen ervoor om hun e-learning te lokaliseren en zo tegemoet te komen aan de specifieke verwachtingen van hun werknemers. Door e-learning programma's te lokaliseren, kun je taalkundige en culturele barrières die vaak bij traditionele e-learning aanwezig zijn, effectief neutraliseren. Lokalisatie maakt ook consistentie mogelijk, zodat alle medewerkers, ongeacht hun taal of cultuur, dezelfde boodschap en leerstof aangeboden krijgen. Wanneer je e-learning cursussen diversiteit en integratie stimuleren, wordt iedereen in de goede richting gestuwd. Dit heeft dan weer een positief effect op het rendement van de cursus.

Samengevat impliceert lokalisatie dat er inhoud wordt gemaakt die weerklank vindt bij het doelpubliek. Daardoor wordt de belangstelling en kennisverwerving vergroot, en is de leerstof ook effectief toepasbaar in reële situaties. Nu we het belang van lokalisatie beter begrijpen, kunnen we ons nu gaan verdiepen in wat lokalisatie effectief betekent en hoe je ermee aan de slag kunt.

Hoofdstuk 1

Wat houdt lokalisatie van e-learning in?

Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen vertalen en lokaliseren. Lokalisatie van e-learning is een meer uitgebreide aanpassing van de leerstof aan de plaatselijke culturele context, zodat het doelpubliek op een specifieke plaats ook echt aangesproken wordt. Vertalen richt zich daarentegen alleen op het wijzigen van de taal, in plaats van de structuur.

Taal en cultuur zijn met elkaar verweven. Elke taal heeft een unieke, ingebakken culturele identiteit en waardestelsel. Om het leerproces te bevorderen is het dus nuttig om e-learning te lokaliseren door ze niet alleen te vertalen, maar er ook culturele elementen in te verwerken. Hoewel grammatica en structuur belangrijk zijn voor vertalingen, kunnen culturele elementen in de training de bruikbaarheid en retentie van de e-learning verbeteren. Het doel van alle L&D-managers met een toekomstgerichte visie moet erin bestaan om gelocaliseerde e-learning beschikbaar te maken voor een taalkundig en cultureel divers personeelsbestand.

Bovendien houdt lokalisatie in dat de bepalingen, regelgevingen of conformiteitseisen van bepaalde regio's worden aangepast om volkomen nauwkeurig te zijn.

Het verschil tussen vertalen & lokaliseren

Taalgericht	Vertaling	Lokalisatie	Cultuurgericht
Verander de zinsbouw			Gebiedsgebonden
Neutraal voor culturele verschillen			Houd rekening met de culturele behoeften
Geschikt voor technische vakgebieden			Geschikt voor alle onderwerpen

E-Learning lokalisatie - Evelyn Learning Systems

Hoofdstuk 2

De belangrijkste voordelen van lokalisatie

Er zijn verschillende voordelen aan het lokaliseren van e-learning. Dit geldt niet alleen voor de korte termijn, maar ook voor de lange termijn. Hieronder hebben we een paar van deze voordelen, die het belang van lokaliseren van e-learning verder ondersteunen, op een rijtje gezet:

1. Om te beginnen hoeft er slechts één "hoofdcursus" gemaakt worden

Het is belangrijk te weten dat er om te kunnen beginnen met lokalisatie slechts één gestandaardiseerde cursus gemaakt hoeft te worden. Dit kan de "hoofdcursus" genoemd worden, die vervolgens aangepast en gelokaliseerd kan worden. Bij deze cursus moeten echter enkele standaardprocedures worden gevolgd, die we later in het e-book zullen bespreken.

2. Aantrekkelijke content bevordert de retentie

Content die beschikbaar is in de lokale taal en voorzien is van passende culturele aanwijzingen zal sneller weerklank vinden bij het doelpubliek. Het verhoogt de belangstelling en de kennisverwerving, wat op zijn beurt een betere retentie en toepassing van de kennis mogelijk maakt.

3. Kosteneffectief

Omdat er maar één hoofdcursus is die centraal tot stand komt, worden de kosten voor de ontwikkeling van deze leerstof maar één keer gemaakt, in plaats van samen te werken met externe partijen die voor elke locatie een aparte cursus maken. Dit hangt natuurlijk af van de gekozen lokalisatiemethode. We gaan er later in dit e-book nader op in.

4. Uniforme berichtgeving

Lokalisatie zorgt voor consistente berichten tussen teams over de hele wereld. Internationale best practices kunnen samen met plaatselijke voorschriften en procedures worden doorgevoerd, maar de algemene berichtgeving kan dezelfde blijven.

Hoofdstuk 3

Best practices om e-learning te lokaliseren

Om op een doeltreffende manier lokalisatie in je bedrijf te implementeren, is het belangrijk om rekening te houden met een aantal factoren, zodat je de beste leerervaringen kunt bieden en binnen het budget blijft. Hieronder hebben we een paar van deze best practices op een rijtje gezet:

Plan voor lokalisatie

Het lokaliseren van opleidingen mag geen bijkomstigheid zijn. Je moet er al rekening mee houden tijdens het ontwikkelen van je algemene cursusstrategie. De planning voor een "hoofdcursus" dient eerst te gebeuren, kort daarna volgt de lokalisatie. Bij het plannen is het ook belangrijk om rekening te houden met de plaatselijke voorschriften en regels, want die zijn afhankelijk van de locatie. Houd ten slotte rekening met het doelpubliek en hun leerbehoeften om voor de beste leerervaringen te zorgen.

Globalisering

Een soepele lokalisatie voor diverse doelgroepen wordt bereikt via het ontwerp en ontwikkelingsproces van een e-learning product. Globalisering verwijst in dit geval naar de vormgeving van de cursus, zodat de inhoud ervan door cursisten wereldwijd in meerdere talen en culturen weergegeven en gebruikt kan worden. Om globalisering te bereiken moeten ontwikkelaars de mogelijkheid bieden om speciale tekens, die in veel andere alfabetten gebruikt worden, weer te geven. Ook de stijl van standaardinformatie, zoals dateringen, adressen, maateenheden, en dergelijke is erg belangrijk. Sommige landen gebruiken bijvoorbeeld de indeling "dag/maand/jaar", terwijl andere landen "maand/dag/jaar" gebruiken.

Transcreatie in relatie tot vertalen

Inhoud simpelweg vertalen in een nieuwe taal brengt niet altijd dezelfde boodschap over. Sommige talen gebruiken voor een bepaalde boodschap een andere toonzetting of woordkeuze. Als de cultuur van het doelpubliek erg verschilt van die van de ontwikkelaars, is het verstandig om de voorkeur te geven aan transcreatie, in plaats van vertaling. Dit is een combinatie van zowel vertalen als lokaliseren. Een correct getranscreëerde boodschap roept in de doeltaal vergelijkbare emoties op en draagt dezelfde betekenis met zich mee.

Als je met deze drie punten rekening houdt bij het uitstippelen van de algemene planningsstrategie, zijn er nog een paar andere elementen die je in het oog moet houden als je begint met de ontwikkeling van de leerstof:

1. Inhoud

De toon, voorbeelden, case studies, onderliggende waarden, uitdrukkingen, spreektaal, connotaties, en andere nuances van de inhoud moeten afgestemd zijn aan het doelpubliek en hun sociale structuur. Zo zal een scenario waarin een medewerker van de klantenservice een klant in Frankrijk begroet, heel anders verlopen dan hoe een medewerker van de klantenservice een klant in Japan zou begroeten. Het doel van de bespreking blijft echter hetzelfde. Het is dan ook duidelijk dat een simpele vertaling van een tekst in het Engels naar het Frans of Japans niet zou volstaan en ook bij de cursisten in deze landen niet de gewenste respons zal uitlokken.

2. Graphical User Interface (GUI)

De GUI moet rekening houden met de woordenschat van de specifieke taal waarin de inhoud wordt vertaald, aangezien sommige talen meer ruimte innemen dan andere. Er moet worden nagedacht over de plaatsing van de navigatieknoppen en de pictogrammen.

3. Multimedia

Het is belangrijk om ook media-elementen zoals afbeeldingen, video's, ondertitels en accenten aan te passen aan het doelpubliek. Een video die voor een Frans publiek is gemaakt, vindt misschien niet zo veel weerklank bij een Amerikaans publiek.

4. Maak een stijlguide

Een stijlguide opstellen is een essentiële stap om alles met betrekking tot je huisstijl en ontwerpnormen te standaardiseren.

5. Identificeer belangrijke tekstelementen

Identificeer in de beginfase alle belangrijke afkortingen of specifieke termen die niet in andere talen kunnen worden vertaald.

6. Maak focusgroepen

Testen met focusgroepen wordt aanbevolen tijdens verschillende fasen van de lokalisatie om er zeker van te zijn dat de gelokaliseerde e-learning cultureel gepast is.

7.

Maak eerst de hoofdcursus af

Begin pas met de lokalisatie als de inhoud van de hoofdcursus afgewerkt en herzien is. Tijdens de lokalisatie mogen er geen extra bewerkingen worden uitgevoerd.

8.

Maak checklists

Maak een checklist over hoe de inhoud van de hoofdcursus is ontworpen om het aantal benodigde herzieningen tot een minimum te beperken. Zo bespaar je zowel tijd als geld.

9.

Houd rekening met technische aspecten

Alle bronbestanden moeten gemakkelijk te bewerken zijn. Ondertitels moeten op de video worden gelegd en niet ingebrand. Er moet ook voldoende witruimte zijn, zodat de inhoud in de doeltaal voldoende ruimte heeft.

Hoofdstuk 4

Hoe kies je de meest doeltreffende en goedkoopste methode voor lokalisatie

Als de inhoud van de hoofdcursus bijna klaar is, is het belangrijk om een framework te ontwikkelen voor je lokalisatiestrategie. De gekozen methode moet beantwoorden aan rendabiliteit, tijdigheid, mate van controle, en vooraf bepaalde parameters voor lokalisatie. Het moet de beste waarde bieden binnen je budget en tijdsbestek, zodat je investering maximaal kan renderen. De keuze is sterk afhankelijk van het juiste evenwicht tussen kosten, beschikbare tijd, kwaliteit, en schaalbaarheid.



Er zijn verschillende manieren om leerstof te lokaliseren. Vaak is het een kwestie van beslissen of de inhoud extern of intern zal worden opgesteld. Hieronder volgen een paar van de methodes, en bespreken we hun voor- en nadelen:

Uitbesteding

Lokalisatie van e-learning wordt aangeboden door talloze instanties, elk met hun eigen capaciteiten. Ze beschikken meestal over een team van ofwel meerdere taalexperts als vaste medewerkers, of freelancers die helpen bij het lokaliseren van inhoud. Bedrijven die voor uitbesteding kiezen hebben meestal een groter budget of beschikken niet over eigen talent dat zich op een zinvolle en toegewijde manier voor dit project kan inzetten. Een positieve factor is dat de onderneming grotere en soepelere lokalisaties en schaalvergroting kan bereiken via uitbesteding, tenminste als dat op een doeltreffende manier gebeurt. Dit gaat echter gepaard met beperkte controle over het proces. Er vindt vaak een uitvoerig overleg plaats, samen met meerdere herzieningen en updates.

Bovendien beperken sommigen zich enkel tot het vertalen van de tekst. Ze houden dan misschien geen rekening met de factoren die eerder in het e-book werden aangeduid als belangrijke punten om rekening mee te houden, zoals culturele aanwijzingen of tonaliteit. Zonder hiermee rekening te houden, kan het lokalisatieproces nog langer duren en het hele project gevaar lopen.

Sterker nog, taalspecialisten hebben misschien niet de nodige vakkennis en geen besef van de culturele en sociale context van het doelland. Vandaar dat ze misschien niet in staat zijn om de inhoud op de juiste manier te lokaliseren. Het gevolg daarvan is dat het bedrijf de gelokaliseerde inhoud ter beoordeling naar het doelland moet sturen. Dit kan snel tot extra kosten en gemiste deadlines leiden.

Leerstof uitbesteden kan ook verschillende vormen aannemen. Hieronder hebben we zulke modellen op een rijtje gezet:



a. Werken met externe freelancers

Dit is een methode van uitbesteding die goed werkt als het project niet te groot is en er maar één taal aan te pas komt. Deze strategie kan werken in een geval waarin er geen belangrijk cultureel verschil voorkomt. Het helpt ook als het om eenvoudige en duidelijke inhoud gaat, waarvoor geen inbreng van anderen nodig is. Deze modus is echter moeilijk op te schalen en hangt grotendeels af van de begeleiding door de projectleider.



b. Language Service Provider (LSP)

Je kunt ook LSP's overwegen als je de lokalisatie wilt uitbesteden. Het voordeel van LSP's is dat ze gemakkelijk schaalbaar zijn en meerdere talen kunnen verwerken. Deze optie kan echter zowel duur als omslachtig zijn, terwijl je ook heel weinig controle over het proces hebt. Er zijn meerdere herzieningen nodig om ervoor te zorgen dat de informatie consistent is en niet verkeerd geïnterpreteerd wordt. Bij een lokalisatiepoging voor een reclametext bijvoorbeeld, vertaalde Schweppes "tonic water" verkeerd als "toiletwater" en vroegen ze zich af waarom de verkoop daalde.

Een ander bezwaar van deze methode is dat de bureaus vaak de voorbeelden, de casestudies, niet willen veranderen, of de voorschriften of de conformiteitseisen van de doellanden niet op elkaar willen afstemmen. Daardoor moet er meer onderzoek gedaan worden door het interne team, samen met het team van het doelland. Dit kan problemen opleveren wanneer er met inhoud voor juridische, conformiteits- of technische inhoud gewerkt wordt.

Een laatste beperking is het feit dat, als je met externe partners werkt, je waarschijnlijk geen direct contact met je vertalers zult hebben. In plaats daarvan werk je met een account manager die bemiddelt tussen je teammanager en het vertaalteam. Dit vertraagt het proces nog verder en kan tot verkeerde communicatie leiden.



c. Interne redacteuren met uitbesteding

Een laatste methode om lokalisatie uit te besteden is via eigen redacteuren die nauw samenwerken met externe partners. Deze methode is vaak nogal duur en omslachtig. Een voordeel is dat het speciale interne beoordelingsteam toezicht houdt op het hele

proces en dat ze het uitbestedingsteam snel kunnen informeren over de technische, conformiteits- en wettelijke voorschriften. De interne redacteurs leveren een doeltreffende bijdrage door voorbeelden en case studies te veranderen, en de wettelijke en conformiteitsvoorschriften op elkaar af te stemmen met de hulp van het team in het doelland. Deze eigen redacteurs kunnen rechtstreeks vanuit het doelland werken of hun inbreng ter implementatie doorgeven aan het gecentraliseerde ontwikkelingsteam.

Interne lokalisatiestrategie

Het volledig intern lokaliseren van leerstof is een uitstekend alternatief voor uitbesteding. Deze strategie heeft de voorkeur van bedrijven die de volledige controle over de inhoud willen behouden en tegelijkertijd de kosten van lokalisatie willen beperken. De beste medewerkers voor lokalisatie zijn de interne vakspecialisten (SME's). Zij hebben een uitgebreide vakkennis van de bedrijfsprocessen en zijn goed op de hoogte van de meest courante uitdagingen. Dankzij deze methode is het proces volledig transparant. Bovendien bevordert het zowel de samenwerking als de ondersteuning binnen het bedrijf, wat tot betere resultaten leidt. Bovendien is deze strategie zeer rendabel en flexibel. Daarentegen zijn er soms maar weinig vakspecialisten in het centrale team die meertalig zijn of kennis van lokalisatie hebben. Als het beheer in dergelijke gevallen niet goed wordt aangepakt, kunnen veel tijd en middelen verloren gaan. Hierdoor kan de "Go Global"-droom van de onderneming uiteenspatten.

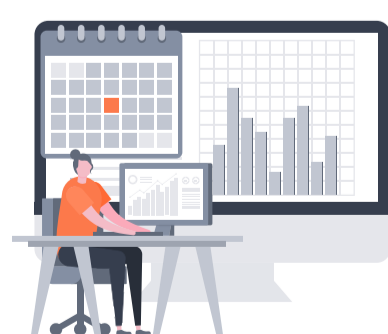
Hieronder volgen enkele mogelijkheden voor interne lokalisatie. Het is belangrijk om bij deze opties rekening te houden met zowel het toegekende budget als het complexiteitsniveau van de lokalisatie die je bedrijf nodig heeft.

a. Automatische vertaling en spraakherkenning



Dit is een goede optie als je met een beperkt budget werkt. De kwaliteit van online geautomatiseerde vertalingen is in de laatste tijd erg verbeterd, en constant in evolutie. Diensten als Google Translate en Microsoft Translator, die gestuurd worden door artificiële intelligentie en neurale netwerken voor automatische vertaling, gecombineerd met tekst-naar-spraak-technologie, komen steeds dichterbij de kwaliteit die menselijke expertise biedt. Het nadeel ervan ligt in het uitlijnen van de culturele aanwijzingen. Deze vertalingen kunnen te letterlijk zijn, dus moeten ze steeds zorgvuldig nagezien worden. Alleen bedrijven die met heel eenvoudige, rechtlijnige, en cultureel neutrale inhoud werken kunnen deze optie in overweging nemen.

b. Auteurstools/LMS/CMS



Er zijn diverse betaalbare e-learning platforms op de markt die alle functies bieden. Ze leveren enkele van de functies die momenteel door technici worden uitgevoerd om gelocaliseerde delen van de inhoud weer samen te voegen tot een volledig

functionele module. Deze functies omvatten mogelijkheden voor het invoegen van ondertitels, synchronisatie van nieuwe audio, en zelfs enkele toegankelijkheidsfuncties voor samenwerking en coauteurschap. De uitdaging blijkt echter de speciale opleiding die nodig is om op een efficiënte manier met de software te werk te gaan. Meestal is het een ingewikkeld en tijdrovend proces dat door gespecialiseerde educatief ontwerpers wordt uitgevoerd. Omdat de educatief ontwerpers geen vakspecialisten zijn, is het mogelijk dat voor de lokalisatie van specifieke inhoud een beroep moet worden gedaan op vakspecialisten uit het doelland. Menselijke interventies om belangrijke fouten op te sporen, feedback te verwerken en fouten te herstellen kunnen veel meer tijd in beslag nemen. Deze extra stappen voegen verschillende lagen toe aan het lokalisatieproces, waardoor de doorlooptijd aanzienlijk toeneemt. De keuze voor deze optie betekent dat bedrijven rekening moeten houden met een langdurig ontwikkelingstraject. Hoewel de aankoop van de auteursstool dus een eenmalige investering kan zijn, is het belangrijk om rekening te houden met de extra kosten die de opleiding en het lange ontwikkelingstraject met zich kunnen meebrengen.

Nu blijft de vraag, met zoveel beschikbare opties die elk hun eigen voor- en nadelen hebben, is er dan een manier om de nadelen te minimaliseren en de voordelen te maximaliseren? Is er bovendien een manier om de kosten en de doorlooptijd beperkt te houden, maar de kwaliteit en de efficiëntie van de lokalisatie hoog? Er bestaat inderdaad een manier, en die bespreken we hieronder:

Hoofdstuk 5

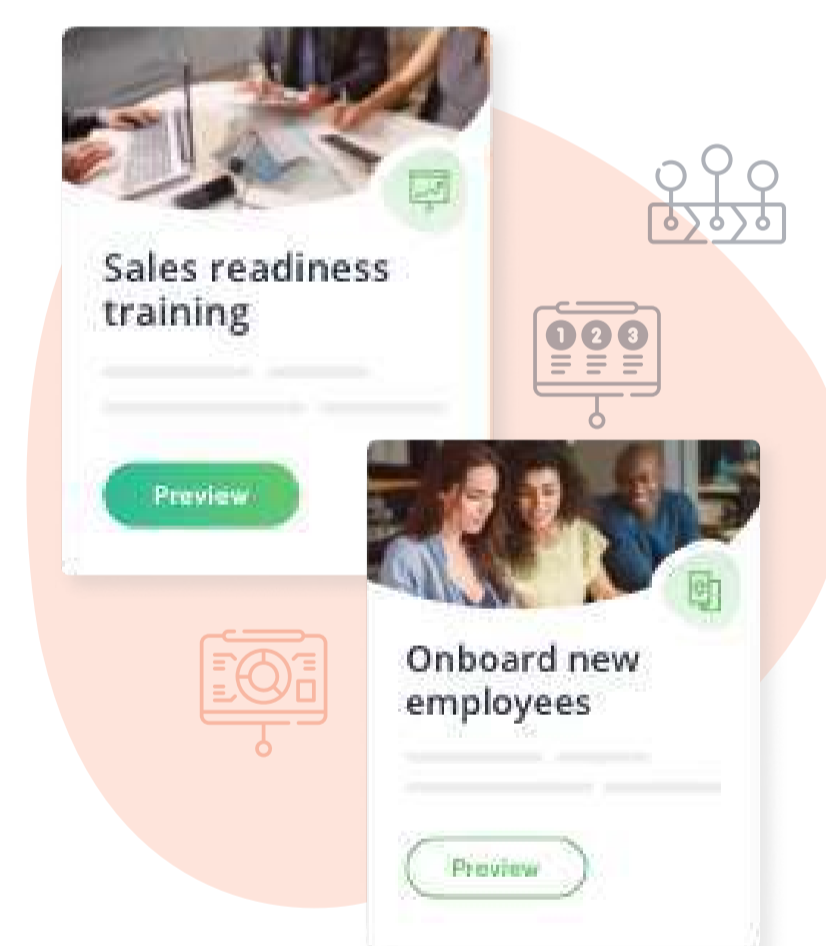
Een auteurstool gebruiken om training te lokaliseren: hoe werkt dat?

Zoals eerder besproken zijn grote bedrijven tegenwoordig wereldwijd actief. Omdat er verschillende locaties zijn, moet elk regionaal team opgeleid worden met plaatsgebonden leerstof die specifiek is afgestemd op hun taal en cultuur. Vaak stelt het L&D-team op het hoofdkantoor de inhoud samen en lokaliseren ze die dan specifiek voor een bepaalde regio, voordat ze die ter implementatie doorgeven aan het betreffende regionale team. Bij dit proces vinden echter meerdere uitwisselingen plaats tussen de verschillende partners, regionale teams, en andere belangrijke partijen. Altijd maar heen en weer schuiven is weinig efficiënt en leidt tot onnodig tijdverlies. Benieuwd naar de beste oplossing voor deze uitdagingen?

De meest doeltreffende manier om leerstof intern te lokaliseren is een auteurstool dat real-time samenwerking en co-auteurschap mogelijk maakt, maar waarvoor geen uitgebreide opleiding nodig is. Met behulp van een krachtige en gebruiksvriendelijke auteurstool kan L&D de regionale teams moeiteloos inschakelen om gelokaliseerde inhoud te helpen maken. Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat dit regionale team bestaat uit medewerkers of plaatselijke L&D die in hun eigen regio de ware experts zijn. Zij zijn de aangewezen personen die niet alleen bekend zijn met de plaatselijke uitdagingen, maar ook met de manieren waarop die aangepakt kunnen worden. De plaatselijke werknemers de kans geven om zelf de leerstof te genereren, valt vaak goed in de smaak. Bovendien is het eenvoudiger te beheren en kan het sneller opgesteld worden.

Easygenerator is zo'n efficiënte en gebruiksvriendelijke auteurstool dat mogelijkheden als coauteurschap en samenwerkingen biedt. Het is uitgegroeid tot marktleider op het gebied van lokalisatie van e-learning, dankzij zijn intuïtieve ontwerp en samenwerkingsmogelijkheden.

Bovendien heeft het een ruime keuze aan standaard templates, zodat je de hoofdcursus niet helemaal vanuit het niets hoeft te maken.



Zodra je de hoofdcursus gemaakt hebt, zijn er een paar eenvoudige stappen die je moet ondernemen om in een mum van tijd hoogwaardige gelokaliseerde inhoud beschikbaar te maken voor de regionale teams. We bespreken deze stappen hieronder:

- 
- 

Het is belangrijk om in de gaten te houden welke cursussen er gelokaliseerd moeten worden. Dat is erg eenvoudig in Easygenerator, met één klik maak je een duplicaat van de hoofdcursus en voeg je een label toe voor "lokalisatie". Andere leden van je team zullen snel kunnen zien welke cursus ze moeten gebruiken en lokaliseren.
 - 

Om het werk te delen met de juiste mensen in de specifieke regio's, zul je er meerdere redacteurs bij moeten betrekken en ervoor zorgen dat ze alleen toegang hebben tot datgene dat ze daadwerkelijk moeten aanpassen. In onze tool is dit wat we co-authoring management noemen. Easygenerator geeft je de mogelijkheid om handmatig, of door het uploaden van een .csv bestand, één of meer auteurs aan een cursus toe te wijzen.
 - 

Mede-auteurs kunnen de cursus verder dupliceren om hem aan te passen aan hun eigen locatie. Op die manier krijgen auteurs zowel toegang tot de hoofdcursus als tot hun eigen exemplaar. Hierdoor kan de hoofdcursus steeds worden geraadpleegd en wordt voorkomen dat er in het lokalisatieproces zaken verloren gaan.
 - 

Elke regiospecifieke cursus kan dan door de betreffende auteur gelokaliseerd worden. Zoals gezegd is het belangrijk dat er in het lokalisatieproces niets verloren gaat. Om dit te garanderen, biedt Easygenerator de auteurs de mogelijkheid om een kopie te maken van het blok tekst dat vertaald moet worden. Dit zorgt ervoor dat de oorspronkelijke tekst tijdens het vertalen steeds zichtbaar blijft.
 - 

Niet alleen de specifieke inhoud van de cursus moet gelokaliseerd worden, maar ook de knoppen en de interface van de cursus. De interface van Easygenerator is vertaald in meer dan 30 talen, waardoor dit proces zo eenvoudig mogelijk wordt gemaakt. Nadat de cursus vertaald is, kunnen auteurs overschakelen hun gewenste interfacetaal.

Voor het geval je de vertaling door een extern bureau laat doen, heeft Easygenerator een ingebouwde functie om de kopie van je hoofdcursus als een XLIFF bestand te exporteren. Nadat het door het bureau vertaald is, kan het net zo gemakkelijk weer in de cursus ingevoerd worden. Een kopie van dit vertaalde bestand kan dan aan mede-auteurs worden toegewezen, zoals vermeld in de vorige paragraaf, om het te laten proeflezen. De personen die de inhoud herzien kunnen gemakkelijk commentaar leveren om hun feedback toe te voegen. Dit alles gebeurt in Easygenerator, online en in real-time.

In de huidige tijden van microlearning kan specifieke inhoud uiterst snel beschikbaar gemaakt worden in meerdere talen. Het intuïtieve ontwerp van Easygenerator is gebaseerd op ons zelfontwikkelde concept van Employee-Generated Learning. Door de werknemers in het bedrijf te voorzien van specifieke kennis voor het doelpubliek, ontstaat er meer efficiëntie en kwaliteit in het lokalisatieproces. Ons doel is om medewerkers de gelegenheid te geven om meer leerstof te produceren, waarbij gebruiksgemak de kern van ons product vormt.

In de huidige tijden van microlearning kan specifieke inhoud uiterst snel beschikbaar gemaakt worden in meerdere talen. Het intuïtieve ontwerp van Easygenerator is gebaseerd op ons zelfontwikkelde concept van Employee-Generated Learning. Door de werknemers in het bedrijf te voorzien van specifieke kennis voor het doelpubliek, ontstaat er meer efficiëntie en kwaliteit in het lokalisatieproces. Ons doel is om medewerkers de gelegenheid te geven om meer leerstof te produceren, waarbij gebruiksgemak de kern van ons product vormt.

Hoofdstuk 6

Inzichten: De praktijkvoorbeelden van Danone en Sodexo

Als experts op het gebied van L&D geven we niet zomaar advies. Sodexo en Danone, twee gerenommeerde internationale bedrijven, werden geconfronteerd met precies deze uitdagingen. Na meerdere pogingen tot uitbesteding, boekten ze uiteindelijk succes door hun leerstof te lokaliseren met behulp van Easygenerator. Hier is een samenvatting van hun uiteenlopende trajecten:



In dynamische en competitieve sectoren zoals de voedingssector en faciliteitenbeheer is het opleiden van werknemers vaak een hele uitdaging. Voor een onderneming van de omvang van Sodexo is de uitdaging nog groter. Het personeel bij Sodexo bestaat uit meer dan 130 nationaliteiten. Marion Moulin, L&D-programmacoördinator voor Global Learning and Development bij Sodexo, merkte dat haar team moeite had om het grote aantal regionale trainingsaanvragen te verwerken.

Uitdaging

Regionale aanvragen kunnen zeer specifiek zijn. Omwille van het divers personeelsbestand moest ook rekening gehouden worden met de lokale cultuur en taalverschillen. Vaak was het team ten gevolge van het enorme aantal aanvragen ten einde raad, en de vertalingen van de leerstof waren erg duur en omslachtig. Om aan de regionale opleidingsbehoeften te voldoen, probeerden Marion en haar team de aanvragen op globaal niveau tegemoet te komen. Maar gezien het grote aantal aanvragen en de beperkte capaciteit van het globale L&D-team bij Sodexo, waren Marion en haar collega's niet in staat om essentiële taken uit te voeren, zoals cursusonderhoud en het voorbereiden van pasklaar trainingmateriaal. Het team wist dat het bedrijf boordevol vakspecialisten met specifieke kennis zat, maar dat het een efficiënte manier moest vinden om die kennis met een groter publiek te delen.

Oplossing

In hun zoektocht naar een auteurstool die de medewerkers de gelegenheid zou geven om zelf plaatsgebonden lesmateriaal te maken, wendde Sodexo zich tot Easygenerator. Door de ontwikkeling van cursussen in handen van de vakspecialisten te leggen, waren de cursussen onmiddellijk klaar voor gebruik, zonder langdurige vertaal- en lokalisatieprocessen of samenwerkingen met externe partners. En dankzij gestandaardiseerde templates konden op lokaal niveau steeds consistente en kwalitatieve cursussen samengesteld worden, zonder dat daarvoor een centrale afdeling nodig was. Marion zag in Easygenerator een eenvoudige oplossing om snel, on-demand gelokaliseerd lesmateriaal te maken. De werknemers beschikten over een eenvoudige tool om e-learning te schrijven en te publiceren, zodat degenen met de nodige expertise hun kennis met hun collega's konden delen.

Resultaat

Sinds de overstap op Easygenerator hoeft het globale L&D-team van Sodexo niet langer aanvragen voor lokaal cursusmateriaal af te wijzen. Nu kunnen medewerkers Easygenerator gebruiken om pasklare, gelokaliseerde leerstof te ontwikkelen. De regionale teams bij Sodexo konden 22 keer sneller leermodules uitwerken dan wanneer ze een beroep deden op educatief ontwerpers of externe partners, en dit ook 42 keer goedkoper. Met zulke besparingen hebben Marion en haar team zowel tijd als geld bespaard, wat nu elders in het bedrijf meerwaarde kan opleveren.



Danone is een grote multinational met werknemers in 55 landen. Gezien de diversiteit van talen, culturen, en producten, zijn er op deze verschillende plaatsen uiteenlopende leerbehoeften. Frédéric Hebert, Verantwoordelijke voor Digitaal Leren bij Danone, moet ervoor zorgen dat alle medewerkers de juiste opleiding krijgen. Frédéric moet de werknemers tools verschaffen die hen de gelegenheid geven om zich zowel op persoonlijk als op professioneel vlak te ontwikkelen. Om aan alle leerbehoeften te voldoen en de juiste opleiding te bieden, moest hij een innovatieve manier vinden om leerstof te genereren.

Uitdaging

Frédéric wist dat er, om aan alle leerbehoeften tegemoet te komen, een verandering nodig was. Danone gebruikte van oudsher uiteenlopende methoden om hun werknemers op te leiden. Zoals veel bedrijven deden ze een beroep op externe partners die de leerstof produceerden. Ze kwamen er echter al snel achter dat dit zowel erg duur als omslachtig was. Voor sommige leerbehoeften schakelde Danone ook hun L&D-experts in. Maar omdat het team zo klein was, werd het lastig om de vraag in te vullen. Frédéric beseftte dat de beste manier waarop hij alle leerbehoeften tegemoet kon komen was door een cultuur te scheppen waarin de werknemers hun kennis konden delen en zelf gelokaliseerde e-learning konden creëren. Dit was echter niet mogelijk met de complexe auteursstools die Danone al in gebruik had. Dus zocht Frédéric naar een auteursoplossing met een lage leercurve, waarmee elke medewerker zelfstandig regiospecifieke e-learning kon maken.

Oplossing

Frédéric ontdekte Easygenerator en besloot om de tool te testen gedurende een eerste proefperiode van 6 maanden. Hij wilde er zeker van zijn dat werknemers hun eigen leerstof konden samenstellen. Frédéric zag al snel succes in de loop van deze 6 maanden, waarin bijna 100 auteurs de tool gebruikten om e-learning te maken. Werknemers merkten dat ze vliegensvlug leerstof konden creëren zonder dat ze via L&D, educatief ontwerpers, of externe partners hoefden te werken. De inhoud kon ook efficiënter beheerd en bijgewerkt worden doordat de werknemers zelf het proces in handen kregen. Het allerbeste was dat de kwaliteit er niet onder leed. Om ervoor te zorgen dat ze met vertrouwen zelfstandig leerstof konden schrijven, kregen auteurs onboarding- en trainingssessies met tips en best practices om hen goed voor te bereiden.

Resultaat

Na de implementatie van Easygenerator telt Danone meer dan 500 auteurs in meer dan 30 landen. Een van de grootste doelen en resultaten die Frédéric bereikt heeft is de opbouw van een cultuur waarin kennis gedeeld wordt. Nu kunnen lokale teams geheel zelfstandig hun eigen gelokaliseerde leerstof produceren en beheren, en kunnen medewerkers elkaars kennis benutten. Door de creatie van leerstof zelf aan te pakken, werd de e-learning ook veel goedkoper geproduceerd en bijgewerkt.

Conclusie

Zoals we in de vorige secties hebben besproken, is lokalisatie essentieel voor bedrijven die wereldwijd actief zijn. Het creëert een leercultuur waarin cursusmateriaal toegankelijker is voor medewerkers in verschillende talen en culturen. Daardoor neemt zowel de retentie als de toepassing van kennis toe, wat dan weer de behoefte aan bijscholing of coaching op de werkplek vermindert. Voor L&D-managers is dit essentieel om de belangstelling voor bedrijfsopleidingen op te voeren.

Dit kan echter niet bereikt worden zonder een simpel en efficiënt proces. Dit proces moet ervoor zorgen dat lokalisatie op grotere schaal kan gebeuren en dat de geproduceerde inhoud van goede kwaliteit is. Het is belangrijk om op te merken dat deze kwaliteit niet alleen afhangt van de stijl van de cursus, maar ook van de inhoud. Zoals besproken zijn er verschillende manieren om leerstof te produceren. Hoewel sommige opties misschien objectief kwalitatieve cursussen opleveren, zijn ze misschien niet geschikt voor het doelpubliek. Hier komt Easygenerator aan te pas, omdat het zowel kwaliteit als toegankelijkheid garandeert. Omdat vakspecialisten en een onbeperkt aantal herzieners volledig verantwoordelijk zijn voor zowel de creatie als de goedkeuring van de leerstof, hoef je je geen zorgen te maken over de kwaliteit van de cursussen. Sterker nog, het engageert werknemers, wat voor L&D-teams vaak een hoger doel is.

Lokalisatie gaat veel verder dan dit engagement en deze kwaliteit. Niet alleen krijgen interne medewerkers dankzij Easygenerator meer inspraak, het proces bespaart ook nog eens geld. Door elke fase van de lokalisatie binnen het bedrijf te houden en gebruik te maken van de lokale vakspecialisten, wordt er geld bespaard en kan het besteed worden aan globale L&D-initiatieven, in plaats van de lokalisatie uit te besteden aan externe partners.

Bij het ontwikkelen van je lokalisatiestrategie (wat essentieel is voor het succes van elke internationale onderneming) is het dus belangrijk om na te denken over het proces waarmee je zowel de leerstof toegankelijk maakt, als het budget maximaliseert. Zoals in dit e-book wordt aangegeven, blinken enkele opties uit boven de rest.