



Publishing en documentenbeheer:
strategic content management als
katalysator van uw rendement

Inhoud

Wat mag u verwachten van deze whitepaper?	3
---	---

DEEL 1 Problematiek: de bottleneck vermijden

Niet zomaar een uitdaging	4
Draai de zaak om: gebruik uw content strategisch	4
Zit u ook nog op uw eiland?	5

DEEL 2 Strategic content management

Strategic content management: laat de content tsunami maar komen.....	6
2 basisideeën	6
Wat is een CCMS?	7
Met strategic content management maakt u winst op 4 manieren.....	8
1. Snelle time to market.....	8
2. Gestroomlijnde processen.....	8
3. Conformiteit	8
4. Kwaliteitscontrole.....	8

DEEL 3 De praktijk

De essentie: scheiding van inhoud, structuur en lay-out.....	9
Hoeveel schoteltjes kunt u tegelijk in de lucht houden?	9
De oplossing: scheid de verschillende werelden.....	10
De rol van XML	10
De eenvoud van single-source publishing: één voor allen - allemaal van één!	11
Een aantrekkelijk financieel plaatje	12
Bijna de helft minder kosten.....	12
Een ROI van gemiddeld 2 jaar.....	12

DEEL 4 Conclusie

Inhoud, structuur en indeling scheiden: 3 cruciale pluspunten	13
Wat betekent single-source publishing voor uw dagelijkse werking?	13
Contact.....	14

Wat mag u verwachten van deze whitepaper?

Veel organisaties en bedrijven in de maakindustrie zien productinfo en bijhorende content als een noodzakelijk aanhangsel "dat ook nog moet gebeuren" naast het echte werk: fantastische producten maken. Als een complex, stresserend gebeuren waarmee ze geld en tijd verliezen. Kortom: als een verliespost.

In deze whitepaper leest u hoe dat anders kan. Hoe u de zaken zelfs omdraait en **van een schijnbare verliespost een winstpost maakt**.

Bent u een financiële decision maker **met een beperkte publishing kennis**?

Een technische schrijver?

Of eerder een **content verantwoordelijke met jaren ervaring** op de teller?

Welke functie u ook hebt, wees gerust: ook al lijkt de materie in het begin wat technisch, de praktijkvoorbeelden in de whitepaper brengen de nodige verduidelijking, zodat u ook **zonder veel voorkennis helemaal mee** bent.

Na het lezen van de whitepaper hebt u een uitstekend inzicht in

- hoe gestructureerd content management functioneert
- de financiële troeven en de ROI van een Component Content Management System (CCMS)
- de voordelen voor uw dagelijkse werking inzake publishing en documentenbeheer.

Niet zomaar een uitdaging

Als u zelf in de maakindustrie actief bent, weet u het wel: aan uitdagingen geen gebrek. Goed personeel vinden, slim inspelen op nieuwe trends, concurrenten counteren, uw commerciële organisatie uitbouwen ...

Maar stelt u zich deze vraag wel eens?

“Hoe krijg ik de informatie over mijn producten en diensten vlot tot bij mijn prospects en gebruikers?”

Als u vertrouwd bent met de problematiek, dan zit u nu al bevestigend te knikken. En u beseft dat die vraag even belangrijk is als de andere uitdagingen hierboven.

Bent u minder met de thematiek vertrouwd, sta dan hier even bij stil: voor 1 enkel product hebt u misschien wel 5 verschillende soorten informatiedragers nodig, met vaak overlappende content. Denk aan:

- een technische handleiding
- een paper voor uw salesteam
- een sheet voor onderhoudstechnici
- ...

En dat alles in 5, 10 of zelfs meer talen.

En tot uw grote frustratie komt die **complexe informatiestroom** meestal op het einde van het productieproces, vlak voor de productlancering. Dat is allerm minst het moment om fouten te maken in die content.

Stress gegarandeerd. Maar het kan anders.

Draai de zaak om: gebruik uw content strategisch

Hetzelfde product voor iedereen? Dat is niet meer van deze tijd. Alsof iedereen die een wagen wil kopen, hetzelfde model met dezelfde witte basiskleur zou moeten kiezen.

De markt vraagt naar steeds meer product-varianties. Op zich is dat goed nieuws, het zet de deur open naar extra winstpotentieel. Zeker als u de producten in meer markten kan aanbieden.

Maar er is ook een keerzijde aan die trend naar individualisatie: **elke productvariant vereist een contentvariant.** Om het simpel te zeggen: de handleiding voor productvariant 1 verschilt altijd lichtjes van de handleiding voor productvariant 2. Aan iedereen exact dezelfde content aanbieden is dus ook verleden tijd. Op de koop toe is het aantal communicatiekanalen de laatste jaren sterk gegroeid.

Die vele varianten, versies, kanalen ... maken het beheer van uw productinformatie - of u die nu intern of extern gebruikt - alsmaar complexer en duurder.

De oplossing?

Beheer die flows pro-actief, doorheen alle geleidingen van uw bedrijf.

Op het moment dat u die content vlot doorheen het bedrijf gebruikt, maakt u er een strategische tool van.

Terwijl uw technische content vroeger misschien een last, een verliespost of een bottle-neck was, zet u hem nu in voor **verhoogde rendabiliteit, beter risicobeheer en vlottere beslissingsprocessen.**

Klinkt goed? Lees verder.

DEEL 1 Problematiek: de bottleneck vermijden

Vroeger zonder strategic content management	Nu met strategic content management
Ad hoc contentbeheer	▶ Strategic content beheer
Telkens aparte duplicatie van data	▶ Hergebruik van data vanuit 1 centrale bron
Inconsistente en overtollige data	▶ Single source
Bottleneck voor informatie	▶ Vlotte doorstroming van informatie
Risico op fouten	▶ Gestructureerd risicobeheer
Omslachtige publicatie	▶ Geautomatiseerde publicatie

Zit u ook nog op uw eiland?

Bij veel bedrijven zit hun technische content, zoals productinformatie, dikwijls verspreid in aparte silo's. Die silo's creëren en beheren de content elk op hun eigen manier, volgens hun eigen noden en tools. Het zijn **eilandjes waar iedereen zijn zin doet**. Jammer.

Interoperabiliteit is dan gewoonweg onmogelijk en het is een helse taak om voor elk product en elke dienst de juiste informatie voorhanden te hebben. De kans is groot dat de **informatie niet up-to-date en/of precies** is. En de controleprocessen ter zake zijn zwaar en repetitief.

Misschien hebt u net als veel andere bedrijven door de jaren heen processen en methodes ontwikkeld om aan de grotere vraag naar technische content het hoofd te bieden. Heel wat van die systemen zijn met veel energie en kennis opgezet, maar blijken nu **niet meer opgewassen tegen de huidige tsunami aan technische content**. Dikwijls blijft de content binnen de betrokken silo's hangen.

Hoe pakt u dat aan als bedrijfsleider of content verantwoordelijke?

Door **een pro-actieve houding aan te nemen en de content bottleneck aan te pakken nog voor het een echte bottleneck wordt**.

Dat is waar het bij strategic content management om gaat.

Strategic content management: laat de content tsunami maar komen

Opgelet: nu wordt het even technisch 😊

Strategic content management valt in twee delen uiteen.

- ▶ Een **organisatiemodel en een proces** met als doel een gestandaardiseerde benadering en een effectieve interoperabiliteit. En het fijne is: dat model werkt bijzonder goed in de praktijk.
- ▶ De keuze voor de juiste **technologie** die aan de noden van uw bedrijf tegemoetkomt, nu en in de toekomst. Die technologie heet 'Component Content Management Systemen' (CCMS). Hoe zo'n CCMS in elkaar zit, leggen we op de volgende pagina uit

Moeilijke termen allemaal. Maar ze maken uw manier van werken wel stukken eenvoudiger.

En het beste nieuws is: het gaat **niet om nòg een nieuwe functie of nòg een extra niveau van complexiteit**. Integendeel.

Strategic content management is een geïntegreerde werkwijze die zorgt dat u de technische content doorheen uw organisatie efficiënt creëert, beheert en uitwisselt.

Zo bereikt de juiste content tijdig de juiste personen: uw prospects, klanten, technici, trainers, sales medewerkers ... Op hun beurt kunnen zij vlot aan de slag met die informatie in hun rol als gebruiker, editor ...

2 basisideeën

Strategic content management vertrekt van twee basisideeën.

- 1. Modulariteit:** elke content-eenheid bestaat slechts éénmaal, en alle toepassingen en documenten verwijzen naar dezelfde bron. Door het centraal beheer zijn controle op de inhoud en aanpassingen door de tijd heen veel gemakkelijker. Aanpassingen in de bron betekenen automatisch ook aanpassingen in alle teksten en documenten die gelinkt zijn aan die bron.
Belangrijkste gevolg: de **kwaliteit** van de content verbetert aanzienlijk. U vermijdt fouten.
- 2. Splitsing van structuur, content en lay-out.** Dit laat toe dezelfde inhoud in verschillende formats en voor verschillende doeleinden aan te wenden. U automatiseert grotendeels de processen rond de creatie en publicatie van content.
Belangrijkste gevolg: een aanzienlijke **tijdwinst**.

Wat is een CCMS?

Een Component Content Management Systeem (CCMS) beheert de inhoud op een granulair niveau (componenten) in plaats van op documentniveau.

Elke component vertegenwoordigt één enkel onderwerp, concept of activum. Denk bijvoorbeeld aan een:

- afbeelding
- tabel
- productbeschrijving
- procedure

Publicaties (documenten, websites ...) zijn hier een verzameling van componenten, samengesteld in een structuur en met een lay-out voor de gevraagde toepassing en voor het bedoelde publiek.

Met een CCMS **biedt u het hoofd aan de complexiteit die typisch is voor grote hoeveelheden technische content**, gepubliceerd:

- in meerdere talen
- voor meerdere productvarianten
- in meerdere formaten
- terwijl meerdere versies tegelijk ter beschikking moeten gehouden worden
- en terwijl gedecentraliseerde teams verantwoordelijk zijn voor de creatie, de goedkeuring, het beheer, de publicatie ...

Component Content Management Systemen zijn doorgaans compatibel met de standaarden eigen aan technische content: ANSI Z535.6, DITA, XML ... Op die manier behoudt u als gebruiker uw autonomie tegenover leveranciers en gebruikte formaten.

Een CCMS bestaat uit 3 delen:

1. Content ontwikkelen en verzamelen

Input kan uit verschillende bronnen komen:

- technische schrijvers binnen het bedrijf
- input van leveranciers
- CAD/CAM, PIM ...

De interfaces staan toe dat u input makkelijk invoert, hetzij manueel, hetzij automatisch.

2. Content beheren

Dit is het hart van het CCMS. De data worden bewaard in componenten: elke eenheid informatie bestaat slechts éénmaal. Het contentbeheer omvat een aantal functies:

- workflow rond beheer en goedkeuring
- beheer van varianten
- beheer van versies
- meta-data structuur inzake versie, variant, functie, typologie, medium, taal ...
- beheer van media-objecten (beeld, video ...)
- kwaliteitsbeheer en compliance
- vertalingen ...

3. Content beschikbaar maken

Het automatiseren van de lay-out en publicatie zorgt voor aanzienlijke tijdwinst. U publiceert de content dan in verschillende formaten:

- print
- on-line help
- website, portals
- e-learning ...

Met strategic content management maakt u winst op 4 manieren

1. Snelle time to market

De grotere variatie in productgamma's en de korter op elkaar volgende releases stellen hogere eisen aan de creatie en de verspreiding van content. Research heeft aangetoond dat de meeste bedrijven meer dan 60 % van hun omzet halen uit nieuw voorgestelde producten en diensten. Bedrijven die erin slagen hun nieuwe producten snel en doelmatig te lanceren, laten een **hogere rendabiliteit** optekenen. **Het zou zonde zijn mocht product-informatie dan een hinderpaal vormen, toch?**

Precisie, compliance, vertaling, lay-out, publicatie: heel wat stakeholders zijn bij het proces betrokken en dit kan veel energie opslorpen. Interoperabiliteit, hergebruik en automatisatie zorgen ervoor dat dit efficiënt gebeurt.

2. Gestroomlijnde processen

Strategic content management houdt in dat u de verschillende rollen beter definieert en dat elke stakeholder de tools krijgt om zijn/haar rol te vervullen, weliswaar binnen een geïntegreerd systeem, met zijn workstreams en zijn centrale database. Change management, variance management, vertaling: het wordt allemaal een stuk gestroomlijnder. Een deel van de processen kan **geautomatiseerd**, want we beschikken over metadata, over workflows en publicatie op basis van regels en staande instructies.

3. Conformiteit

De **content** staat los van zijn presentatie en is om die reden **gemakkelijker uit te wisselen en te beheeren**. Compliance is een wezenlijk deel van het beheer, maar u kan dit ook in de workflows integreren.

4. Kwaliteitscontrole

Doorgedreven standaardisatie van inhoud, links, visuals, structuur, taalstructuur en terminologie laten toe dat u elk van die elementen aan kwaliteitscontrole onderwerpt.

De kwaliteit van de gepubliceerde content blijft constant, het is niet langer zo dat u documenten na een aantal correcties en veranderingen volledig terug van nul moet opstellen.

De essentie: scheiding van inhoud, structuur en lay-out

Als u zelf actief bent rond thema's als documentatie en redactie, heeft u waarschijnlijk al gehoord van de "scheiding van inhoud, structuur en lay-out". Maar wat betekent dat eigenlijk, het scheiden van de "inhoud" en de "structuur"? Is het ingewikkeld? En het belangrijkste: **waarom zou u het eigenlijk doen, wat zit er in voor uw business?**

Hoeveel schoteltjes kunt u tegelijk in de lucht houden?

Genoeg theorie, tijd voor een alledaags voorbeeld, recht uit de praktijk van documentatie en bewerking.

Stel: u moet een **handleiding** maken.

De "traditionele" manier om dat te doen, ziet er vaak zo uit:

- U maakt uw inhoud aan met een tekstverwerker en slaat deze op als een bestand. U voegt ook foto's toe.
- In hetzelfde bestand bepaalt u al tijdens het maken van de tekst een structuur voor uw doorlopende teksten, met kopjes, onderverdelingen, bijschriften, speciale tips, aantekeningen in tabelvorm enz.
- En in hetzelfde bestand formatteert u ook uw inhoud: koppen iets groter en met kapittelnummers, cursief gedrukte bijschriften enz.

Mooi. De handleiding is klaar. Nu wilt u een deel van de informatie uit de handleiding recupereren om op andere plaatsen te gebruiken. Bijvoorbeeld op uw **site**, in het servicegedeelte van uw homepage.

Maar op uw site moet het lettertype anders zijn dan in de handleiding en voor de koppen hebt u een andere kleur nodig, en geen nummer.

Verder wilt u de informatie uit het bijschrift blijven gebruiken, maar deze moet verschijnen als u met de muis over de afbeelding beweegt.

Tot slot plant u ook een **brochure** voor de volgende beurs. Die bestaat voornamelijk uit de tips en hints, en u wilt ze echt doen opvallen en in het oog laten springen met grote beelden en coherente kleuren.

Samengevat? U moet:

- 3 (of meer) documenten maken
- 3 keer tekst en afbeeldingen invoeren of ze kopiëren en plakken,
- en dat alles 3 keer opmaken en herformatteren afhankelijk van het doel.

Wat als er dan helaas iets verandert? Een kleine correctie, een update na een tijdje ...

Allereerst moet u alle documenten terugvinden, ze opnieuw openen en het gewenste gedeelte in elk document bijwerken.

Wilt u overkoepelende wijzigingen aanbrengen in het ontwerp en de lay-out van al uw documenten, dan moet u deze wijzigingen ook in elk document afzonderlijk met de hand aanbrengen. Bijvoorbeeld omdat al uw handleidingen in de toekomst in kleur worden afgedrukt en de koppen dus uw bedrijfskleur moeten hebben.

Hoe meer publicaties en formaten dit beïnvloedt, hoe **tijdrovender** het wordt om uw verschillende informatieproducten te onderhouden. En hoe meer risico's op fouten.

Stilaan begint dit te lijken op een goochelact waarin u massa's schoteltjes tegelijk in de lucht houdt. Veel succes!

Is dit voorbeeld uit de lucht gegrepen? Integendeel, u bent niet de enige die zo moet goochelen!

Recent onderzoek heeft aangetoond dat 40 % van de industriële bedrijven in de DACH regio (Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland) hun content in minstens 3 verschillende media publiceren. **72 % doet dit zelfs in meer dan 5 talen¹**

**40 % van de bedrijven publiceren content in minstens 3 verschillende media.
72 % zelfs in meer dan 5 talen.**

De oplossing: scheid de verschillende werelden

U begrijpt dat de procedure die we hierboven beschreven, een enorme inspanning vergt. Dat komt omdat de inhoud in de verschillende formaten onlosmakelijk is verbonden met hun opmaak en met de concrete documentstructuur. Begin er maar aan: alles telkens opnieuw in zijn geheel bewerken ...

De oplossing ligt voor de hand. **Doorbreek deze koppeling tussen inhoud en vorm.**

Stap 1: structuur

Definieer de **structuur** apart. Zo bepaalt u de structuur en mogelijke onderdelen van een documenttype: rubriek, tekst van het lichaam, afbeeldingselement, bijschrift, notitie-element ... Hier bepaalt u nog niet hoe deze onderdelen er in het concrete document uitzien of welke concrete tekst er in staat.

Stap 2: inhoud

Leg de **inhoud** apart vast. Met andere woorden, de concrete informatie of gegevens waarmee de structuurelementen "gevuld" zijn zoals tekst, afbeeldingen, video ... worden modulair opgeslagen. Ook hier is nog niet bepaald hoe deze inhoud eruit moet zien.

Stap 3: lay-out

Leg ook de **lay-out** onafhankelijk vast, d.w.z. de informatie over hoe u de inhoud weergeeft in de structuurelementen. Bijvoorbeeld: twekolommig, vetgedrukt, lichtblauw, in Arial-lettertype ...

De rol van XML

Deze "scheiding" klinkt op het eerste gezicht wat complex, maar met een XML-bewerkingssysteem implementeert u het eenvoudig. XML is een soort opmaaktaal die al een gemeenschappelijk formaat voorziet voor het maken en opslaan van de informatie, onafhankelijk van elkaar.

Er zijn verschillende XML-bewerkingssystemen. Eén van de gekendste is Schema ST4. Daarmee splitst, beheert en herenigt u informatie individueel en gemakkelijk.

Het concept brengt uw documentatie in elk geval naar een heel nieuw niveau.

¹ Effizientes Informationsmanagement durch komponentenbasierte Content-Management-Systeme, Tekom, 2019

De eenvoud van single-source publishing: één voor allen - allemaal van één!

In uw finale publicaties herenigt u uiteraard de structuur, inhoud en opmaak. Maar door de basisgegevens gescheiden te houden, maakt u het zichzelf **achteraf veel eenvoudiger**.

1. Omdat u de inhoud modulair en onafhankelijk van een concrete documentstructuur opslaat, kunt u een contentmodule in verschillende publicaties en zelfs verschillende media gebruiken:
 - in de handleiding
 - in een tweede handleiding voor een variant
 - in een brochure
 - op de homepage
 - in een app
 - ...

Deze aanpak noemt men single-source publishing: **veel publicaties, gevoed vanuit 1 enkele bron**.

2. Dit betekent ook dat u **verschillende structuren** kan **definiëren voor dezelfde inhoud**. Zo is bijvoorbeeld een lijn tekst die in een algemene handleiding een subhoofdstuk is, de titel van het hele document in een gespecialiseerde brochure of productfiche.
3. Aangezien u de content **slechts op 1 centrale plaats opslaat, hoeft u slechts in 1 inhoudsmodule wijzigingen en updates** aan te brengen. Alle publicaties die naar de inhoud verwijzen, worden ook **automatisch bijgewerkt**. Handig!
4. Het single-source-principe maakt het ook makkelijker om vertalingen te leveren. Ook hier volstaat het om de **modulaire inhoud één enkele keer te vertalen**. Daarna gebruikt u die probleemloos op veel plaatsen en in verschillende structuren.

5. Zoals gezegd legt u ook de **lay-out** apart vast. Gevolg: u gebruikt deze **vlot voor verschillende publicaties**. Denk aan extra varianten, nieuwe producten, actuele gebeurtenissen ... Eenmaal gemaakt, koppelt u eenvoudigweg de lay-out aan elke nieuwe publicatie.
6. Het handmatig opmaken van bepaalde elementen, zoals afbeeldingen, is altijd tijdrovend en moeilijk met de "traditionele" aanpak. Niet zo met de single-source methode: als u eenmaal een onafhankelijke beeldopmaak hebt gemaakt, **worden uw beelden altijd op een consistente manier behandeld - volledig automatisch**.
7. Wilt u graag de lay-out aanpassen aan uw huisstijl? Plant u een eigentijdse opfrissing van het uiterlijk van uw informatieproducten? Zelfs als zo'n verandering invloed heeft op tal van publicaties, voert u ze **snel** door. U past alleen de onafhankelijke lay-out aan, en hop: de specifieke publicaties worden ook automatisch aangepast.

Stilaan overtuigd?

Een aantrekkelijk financieel plaatje

Bijna de helft minder kosten

Een gestructureerde aanpak van technische content leidt tot aanzienlijke besparingen. Op basis van ervaring met hun eigen cliënteel hanteert Schema de volgende data:

Functie	Deel van de kosten	Besparing via CCMS	TOTALE BESPARING	Reden van de besparing
Research	25 %	-20 %	-5 %	Centraal beheer Gemakkelijker communicatie
Schrijven	20 %	-20 %	-4 %	Hergebruik Stijlgids en terminologie
Samenstellen	10 %	-50 %	-5 %	Meer automatisatie Gemakkelijker change management
Vertalen	20 %	-50 %	-10 %	Gemakkelijke interface Content is media-neutraal
Publiceren	25 %	-80 %	-20 %	Proces geautomatiseerd Layout updates enkel in templates
TOTAAL	100 %		-44 %!	

Een ROI van gemiddeld 2 jaar

De vraag is natuurlijk hoe snel u die besparingen realiseert? Daarom heeft Lexitech een verdere uitgebreide analyse uitgevoerd op bovenstaand kostenplaatje. Dit was de uitkomst van de analyse: een gemiddelde return on investment van **2 jaar**, zonder noemenswaardige standaardafwijking. Andere voordelen zoals een **snellere time-to-market** of de mogelijkheid om nieuwe functies toe te voegen zonder noemenswaardige kost (denk aan video of een op afstand bestuurd CMS) zijn hierbij nog niet in rekening gebracht.

Ook die voordelen zijn dikwijls aanzienlijk, maar ze blijken wat moeilijker te becijferen. Daar zijn 2 redenen voor:

- per bedrijf verschillen de voordelen sterk;
- ze komen tot uiting in andere departementen dan degene waar de technische content beheerd wordt (productie, marketing, buitenlandse vestigingen ...).

Inhoud, structuur en indeling scheiden: 3 cruciale pluspunten

1. U legt de inhoud vast en hergebruikt deze voor alle gewenste publicatieformaten.
2. U maakt lay-outs voor alle gewenste publicaties en hergebruikt deze keer op keer: bijvoorbeeld één layout voor alle handleidingen, één voor alle brochures, één voor alle webpagina's ...
3. U kunt per publicatie meerdere documentstructuren ontwikkelen en daarin flexibel gebruik maken van uw content.

Wat betekent single-source publishing voor uw dagelijkse werking?

1. U houdt uw gegevens veel **overzichtelijker**, want u maakt slechts één keer inhoud aan.
2. U bent **flexibeler** in het maken van varianten en nieuwe publicaties, met behoud van een professioneel, uniform documentformaat.
3. U hebt **minder tijd nodig** om uw inhoud of layout te wijzigen of bij te werken.
4. U verhoogt de **tevredenheid van uw klanten en partners**, omdat u **sneller** werkt met een aanzienlijke kwaliteitsverhoging.
5. Trouwens: wist u dat u in Schema ST4 als **redacteur met Microsoft Word kan blijven werken**, ondanks de single-source publishing?

Hebt u nog vragen of gaat u graag dieper in op de specifieke
opportuniteiten van strategic content management en single
source publishing voor uw bedrijf?

Contacteer ons voor:

- ▶ een demo of presentatie
- ▶ een voorstel en offerte op maat van uw organisatie



Lexitech NV/SA

+32 (2) 640.03.85 · info@lexitech.eu · gvanderhaeghe@lexitech.eu

Kunstlaan 1 · 1210 Brussel · België · www.lexitech.com