



Édition et gestion des documents :
la gestion stratégique du contenu
comme catalyseur de votre rendement

Sommaire

Que pouvez-vous attendre de ce livre blanc ? 3

1^{RE} PARTIE – La problématique : éviter l’engorgement

Bien plus qu’un défi... 4

Renversez la vapeur : optez pour une utilisation stratégique du contenu 4

Un archipel de contenu ? Non merci ! 5

2^E PARTIE – Gestion stratégique du contenu

Gestion stratégique du contenu : n’ayez plus peur du tsunami..... 6

2 idées de base..... 6

Qu’est-ce qu’un CCMS ? 7

Avec la gestion stratégique du contenu, vous êtes gagnant sur 4 fronts..... 8

1. Réduction des délais de mise sur le marché 8

2. Processus rationalisés 8

3. Conformité..... 8

4. Contrôle qualité..... 8

3^E PARTIE – Mise en pratique

L’essence même : la séparation du contenu, de la structure et de la mise en page..... 9

Quand le château de cartes s’écroule 9

La solution passe par la séparation des différents mondes..... 10

Le rôle du XML 10

La simplicité de la publication à partir d’une source unique : un pour tous et tous à partir d’un !..... 11

Une démarche financièrement attrayante 12

Des coûts presque réduits de moitié..... 12

Un retour sur investissement de 2 ans en moyenne 12

4^E PARTIE – Conclusion

Séparation du contenu, de la structure et de la mise en page : 3 atouts essentiels..... 13

Quels sont les effets de la publication à partir d’une source unique sur votre fonctionnement
quotidien ? 13

Contact..... 14

Que pouvez-vous attendre de ce livre blanc ?

De nombreuses organisations et entreprises industrielles considèrent les informations sur les produits, et le contenu correspondant, comme un inévitable fardeau à porter en marge de leur cœur de métier, qui reste de fabriquer d'excellents produits. La « documentation produit » est vue comme un aspect complexe et stressant, qui fait perdre du temps et de l'argent. Bref, un poste de dépenses, un point c'est tout.

Dans ce livre blanc, nous vous expliquons comment envisager les choses différemment. Nous vous donnons les moyens de **transformer vous-même ce soi-disant poste de dépenses en un véritable poste générateur de bénéfices.**

Vous êtes un décideur financier **avec des connaissances limitées dans le domaine de la publication ?**

Un rédacteur technique ?

Ou encore un **responsable du contenu avec plusieurs années d'expérience** au compteur ?

Quelle que soit votre fonction, pas de panique : si le sujet peut sembler quelque peu technique au premier abord, les exemples concrets exposés dans ce livre blanc vous apporteront les éclaircissements nécessaires. Vous serez ainsi en mesure de **comprendre le propos, même sans grandes connaissances préalables en la matière.**

Après avoir lu ce livre blanc, vous aurez une excellente compréhension :

- du fonctionnement de la gestion du contenu structuré ;
- des atouts financiers et du retour sur investissement d'un Component Content Management System (CCMS) ;
- des avantages en termes d'édition et de gestion des documents pour vos opérations quotidiennes.

Bien plus qu’un défi...

Si vous êtes actif au sein de l’industrie manufacturière, vous le savez mieux que quiconque : les défis ne manquent pas. Il faut trouver de bons collaborateurs, répondre intelligemment aux nouvelles tendances, tenir tête à la concurrence, développer votre organisation commerciale, pour ne citer que quelques exemples.

Mais vous êtes-vous déjà posé la question suivante ?

« Comment faire parvenir efficacement les informations sur mes produits à mes utilisateurs et à mes clients potentiels ? »

Si la problématique vous est familière, vous acquiescez probablement déjà avec enthousiasme. Et vous réalisez que cette question est tout aussi importante que les autres défis mentionnés ci-dessus.

Sinon, prenez le temps de réfléchir à ceci : pour un seul et même produit, vous avez souvent jusqu’à 5 supports d’information différents, avec un contenu en partie similaire. Il peut s’agir :

- d’un manuel technique ;
- d’un document destiné à vos commerciaux ;
- d’une fiche pour les techniciens de maintenance ;
- etc.

Le tout dans 5 langues, 10 langues, voire plus.

Comble de la frustration, ce **flux d’informations complexe** intervient généralement à la fin du processus de production, juste avant le lancement du produit. À un moment aussi critique, pas question de laisser passer des fautes de contenu.

Stress garanti. Mais vous pouvez changer la donne.

Renversez la vapeur : optez pour une utilisation stratégique du contenu

Un produit universel pour tout le monde ? Voilà qui n’est décidément plus dans l’air du temps. C’est un peu comme si toute personne qui souhaite acheter une voiture devait se contenter d’un même modèle standard avec une peinture blanche de base.

Le marché exige toujours plus de variations de produits. En soi, c’est une bonne nouvelle, qui ouvre la porte vers un potentiel de bénéfices supplémentaires. Surtout si vous avez la possibilité de proposer vos produits sur plusieurs marchés.

Mais il y a aussi le revers de la médaille. L’individualisation implique la commercialisation de plusieurs versions d’un même produit. **Et chaque version s’accompagne d’une variante sur le plan du contenu.** Pour faire simple : le manuel de la version 1 du produit est toujours légèrement différent du manuel de la version 2 du produit, et ainsi de suite. Dès lors, fournir le même contenu à chaque utilisateur est aussi une pratique révolue. Et pour ne rien arranger, ces dernières années, le nombre de canaux de communication n’a fait qu’augmenter.

Cette multiplication des variantes, des versions et des canaux rend la gestion de votre documentation produit (qu’elle soit à usage interne ou externe) toujours plus complexe et coûteuse.

La solution ? **Gérez ces flux de manière proactive** à tous les niveaux de votre entreprise.

Dès que vous aurez appris à jongler efficacement avec ce contenu dans toute l’entreprise, il deviendra un outil stratégique à part entière.

Là où, avant, votre contenu technique prenait des airs de fardeau, de poste de dépenses ou de véritable casse-tête, vous voilà sur le point de l’utiliser pour **accroître votre rentabilité, améliorer votre gestion des risques et optimiser vos processus décisionnels.**

*C’est une bonne nouvelle, n’est-ce pas ?
Lisez la suite.*

Avant, sans contenu technique stratégique	Maintenant, avec contenu technique stratégique
Gestion du contenu au cas par cas	▶ Gestion stratégique du contenu
Duplication systématique et isolée des données	▶ Réutilisation des données depuis une seule source centralisée
Données redondantes ou perte de cohérence	▶ Source unique
Engorgement des processus par les informations	▶ Circulation fluide de l’information
Risque d’erreurs	▶ Gestion structurée des risques
Publication longue et compliquée	▶ Publication précise et automatique

Un archipel de contenu ? Non merci !

Dans de nombreuses entreprises, le contenu technique, comme la documentation produit, est réparti dans des silos entièrement distincts. Dans chacun de ces silos, le contenu est créé et géré différemment, avec des outils spécifiques et en fonction de besoins particuliers. C’est un peu comme si l’on avait **une multitude de petites îles où chacun n’en faisait qu’à sa tête**. Vous pouvez faire tellement mieux.

Avec un tel fonctionnement par silos distincts, l’interopérabilité est tout simplement impossible. C’est alors un véritable tour de force que de parvenir à obtenir les informations pertinentes pour chaque produit et chaque service. Le risque est grand d’utiliser des **informations inexactes ou obsolètes**. Les processus de contrôle correspondants sont lourds et répétitifs.

Peut-être avez-vous, comme beaucoup d’autres entreprises, mis au point des processus et méthodes au fil du temps pour faire face à la demande croissante de contenu technique ? Nombre de ces systèmes sont le résultat d’un déploiement majeur d’énergie et de connaissances. Pourtant,

aujourd’hui, **les digues cèdent sous la déferlante de contenu technique**. Souvent, le contenu reste cloisonné à l’intérieur de son silo.

Comment réagir en tant que chef d’entreprise ou en tant que gestionnaire du contenu ?

Nous vous conseillons **d’adopter une approche proactive et de vous attaquer au problème du contenu avant qu’il ne devienne inextricable**.

Et c’est précisément là qu’intervient la gestion stratégique du contenu.

Gestion stratégique du contenu : n'ayez plus peur du tsunami

Attention, c'est maintenant que ça devient un peu plus technique. On vous explique 😊

La gestion stratégique du contenu se subdivise en deux parties.

- ▶ Il y a, d'une part, **un modèle organisationnel et un processus**, qui ont pour but une approche standardisée et une interopérabilité efficace. Bonne nouvelle : le modèle en question fonctionne très bien dans la pratique.
- ▶ Et puis, il y a le choix de la **technologie**, qui doit répondre aux besoins de votre entreprise, aujourd'hui et à l'avenir. Cette technologie, ce sont les « component content management systems » (CCMS). Sur la page suivante, nous vous expliquons le fonctionnement d'un tel CCMS.

Certes, il s'agit là de termes plutôt compliqués. Des termes compliqués qui, paradoxalement, vous faciliteront grandement le travail.

Et, cerise sur le gâteau : **l'idée n'est pas d'ajouter une énième nouvelle fonction ou de renforcer encore la complexité de l'ensemble**. Au contraire.

La gestion stratégique du contenu est une méthode de travail intégrée qui vous assure de créer, de gérer et d'échanger efficacement le contenu technique dans toute votre organisation.elt.

Vous transmettez ainsi en temps voulu le contenu adéquat aux divers intervenants, qu'il s'agisse de vos prospects, clients, techniciens, formateurs, commerciaux, etc. À leur tour, ils peuvent se mettre rapidement au travail sur la base de ces informations et remplir leur rôle en tant qu'utilisateur, éditeur, etc.

2 idées de base

La gestion stratégique du contenu se fonde sur 2 idées de base.

1. La **modularité** : chaque unité de contenu n'existe qu'une seule fois, et tous les documents et applications font référence à la même source. Cette gestion centralisée facilite grandement le contrôle du contenu et les adaptations au fil du temps. Un ajustement dans la source est automatiquement répercuté dans tous les textes et documents liés à cette source.

Avec pour principale conséquence une amélioration considérable de la **qualité** du contenu. Vous évitez les erreurs.

2. La **séparation de la structure, du contenu et de la mise en page** : cette démarche permet d'utiliser un même contenu dans différents formats et à diverses fins. Vous automatisez en grande partie les processus de création et de publication du contenu.

Ici, c'est un énorme **gain de temps** qui est à la clé.

Qu'est-ce qu'un CCMS ?

Un Component Content Management System (CCMS) adopte une approche « granulaire » de la gestion du contenu. Il s'agit donc d'une approche basée sur les composants plutôt que sur les documents.

Chaque composant représente un seul sujet, concept ou entité. Un composant peut être :

- une image ;
- un tableau ;
- une description de produit ;
- une procédure.

Les publications (documents, sites Internet, etc.) sont dès lors un assemblage de composants, regroupés selon une structure et une mise en page adaptées à l'application demandée et au public visé.

Grâce à un CCMS, **vous gérez sans encombre la complexité généralement associée aux grands volumes de contenu technique**, qui sont typiquement publiés :

- dans plusieurs langues ;
- pour différentes variantes du produit ;
- dans de multiples formats ;
- tandis que plusieurs versions doivent rester disponibles simultanément ;
- et tandis que des équipes décentralisées sont responsables de la création, de l'approbation, de la gestion, de la publication, etc. de ce contenu.

Le plus souvent, les systèmes CCMS sont compatibles avec les normes spécifiques au contenu technique : ANSI Z535.6, DITA, XML, entre autres. En tant qu'utilisateur, c'est ce qui vous permet de

conserver votre autonomie par rapport aux fournisseurs et aux formats utilisés.

Un CCMS se compose de 3 parties :

1. Concevoir et collecter le contenu

Les contributions peuvent provenir de diverses sources :

- les rédacteurs techniques au sein d'une entreprise ;
- les informations des fournisseurs ;
- AD/CAM, PIM, etc.

Les interfaces sont prévues pour que vous puissiez introduire facilement les données, soit manuellement, soit automatiquement.

2. Gérer le contenu

C'est le cœur du CCMS. Les données sont stockées sous la forme de composants : chaque unité d'information n'existe qu'une seule fois. La gestion du contenu comprend un certain nombre de fonctions :

- le workflow relatif à la gestion et à l'approbation ;
- la gestion des variantes ;
- la gestion des versions ;
- la structure des métadonnées concernant la version, la variante, la fonction, la typologie, le média, la langue, etc. ;
- la gestion des objets média (image, vidéo, etc.) ;
- la gestion de la qualité et de la conformité ;
- les traductions.

3. Rendre le contenu disponible

L'automatisation de la mise en page et de la publication assure un gain de temps considérable. Vous publiez alors le contenu dans divers formats :

- impression ;
- aide en ligne ;
- site Internet, portail ;
- e-learning, etc.

Avec la gestion stratégique du contenu, vous êtes gagnant sur 4 fronts

1. Réduction des délais de mise sur le marché

La plus grande variété des gammes de produits et les versions qui s'enchaînent à un rythme toujours plus soutenu imposent des exigences inédites en termes de création et de diffusion du contenu. Des études ont montré que la plupart des entreprises tirent plus de 60 % de leur chiffre d'affaires des nouveaux produits et services proposés. Les entreprises qui parviennent à lancer leurs nouveaux produits de manière rapide et efficace affichent une **meilleure rentabilité**. Il serait **dommage de laisser la documentation produit être une entrave** à cette rentabilité.

Précision, conformité, traduction, mise en page, publication : de nombreux intervenants sont impliqués dans le processus, ce qui demande une bonne dose d'énergie. L'interopérabilité, la réutilisation et l'automatisation garantissent l'efficacité de la démarche.

2. Processus rationalisés

La gestion stratégique du contenu implique de mieux définir les différents rôles et de donner à

chaque intervenant les outils lui permettant de mener à bien son travail, le tout dans le cadre d'un système intégré assorti de flux de travail bien déterminés et d'une base de données centrale. Gestion des changements, suivi des variantes, traduction : chaque intervention est grandement rationalisée. De plus, certains processus peuvent être **automatisés**, puisque nous disposons de métadonnées, de workflows et d'une procédure de publication basés sur des règles et sur des instructions permanentes.

3. Conformité

Le **contenu** est indépendant de sa présentation, ce qui **facilite les échanges et la gestion**. La conformité est un élément essentiel de la gestion, mais vous pouvez aussi l'intégrer dans les workflows.

4. Contrôle qualité

La standardisation minutieuse du contenu, des liens, des éléments visuels, de la structure générale, de la structure linguistique et de la terminologie vous permet de soumettre chacun de ces éléments à un contrôle qualité.

La qualité du contenu publié reste constante. Désormais, il n'est plus nécessaire de repartir de zéro et de rééditer entièrement vos documents après un certain nombre de corrections et de changements.

L'essence même : la séparation du contenu, de la structure et de la mise en page

Si vous êtes vous-même actif dans le milieu de la documentation et de la rédaction, vous avez sûrement déjà entendu parler de la « séparation du contenu, de la structure et de la mise en page ». Mais qu'est-ce que cela signifie au juste, la séparation du contenu et de la structure ? Est-ce compliqué ? Et le plus important : **qu'avez-vous à y gagner, vous et votre entreprise ?**

Quand le château de cartes s'écroule

Trêve de théorie. Il est temps de passer à un exemple tiré du quotidien de la documentation et de l'édition.

Imaginez : vous devez rédiger un **manuel**.

Voici un petit aperçu de la méthode « traditionnelle » :

- Vous créez votre contenu à l'aide d'un logiciel de traitement de textes et vous l'enregistrez sous forme de fichier. Vous ajoutez également des photos.
- Dans ce même fichier, tout au long de la rédaction du texte, vous définissez une structure pour vos textes continus, avec des titres, des sous-titres, des légendes, des conseils spéciaux, des notes tabulaires, etc.
- Toujours dans ce fichier, vous formatez votre contenu : les titres doivent être un peu plus grands et accompagnés d'un numéro de chapitre, et les légendes sont présentées en italique, notamment.

C'est du beau travail ! Votre manuel est prêt. Vous souhaitez maintenant reprendre certaines informations du manuel pour les utiliser ailleurs. Par exemple, sur votre **site Internet**, dans la partie de

vos page d'accueil réservée au service.

Attention toutefois, sur votre site, la police est différente de celle utilisée dans le manuel, et les titres sont présentés dans une autre couleur et sans numéro.

Par ailleurs, vous aimeriez conserver le texte de la légende, mais vous voudriez qu'il s'affiche lorsque vous passez sur l'image avec le curseur.

Ah oui, vous prévoyez également une **brochure** pour le prochain salon. La brochure reprendra principalement les trucs et astuces, que vous voulez vraiment faire ressortir dans une présentation accrocheuse faite de grandes images et de couleurs cohérentes.

On résume ? Voici les tâches qui vous attendent :

- Créer 3 documents (voire plus) ;
- Introduire 3 fois le texte et les images ou les copier-coller ;
- Recommencer 3 fois la mise en page et la mise en forme en fonction de l'objectif respectif.

Et si quelque chose venait à changer ? Une petite correction, une mise à jour après quelque temps...

Vous devez d'abord retrouver tous les documents, les ouvrir et adapter la section concernée dans chaque document.

Vous souhaitez apporter des modifications communes à la structure et à la mise en page de tous vos documents ? Vous devrez aussi les effectuer manuellement et individuellement dans chacun des documents. Ce cas de figure peut se présenter lorsque vous décidez de dorénavant imprimer vos manuels en couleur. Dès lors, les titres doivent être formatés dans la couleur de votre entreprise.

Plus les publications et formats concernés sont

nombreux, plus la démarche de mise à jour de la documentation produit devient **chronophage**. Et plus le risque d'erreur augmente.

Le château de cartes devient trop grand et trop fragile, et il finit par s'écrouler. Tant d'efforts qui se soldent par le chaos...

De tels exemples sont monnaie courante. Pour ne pas dire généralisés. Une étude récente a montré que 40 % des entreprises industrielles implantées dans la région DACH (Allemagne, Autriche, Suisse) publient leur contenu via au moins 3 médias différents. **72 % d'entre elles le font même dans plus de 5 langues.**¹

40 % des entreprises industrielles publient leur contenu via au moins 3 médias différents. 72 % même dans plus de 5 langues.

La solution passe par la séparation des différents mondes

Il est évident que la procédure décrite ci-dessus demande des efforts gigantesques. La principale cause est que le contenu des différents formats est inextricablement lié à leur mise en page et à la structure concrète des documents. À chaque fois, il faut tout recommencer et retravailler le contenu dans son intégralité.

La solution s'impose d'elle-même. **Brisez ce lien entre le contenu et la forme.**

Première étape : la structure

Définissez la **structure** séparément. Ici, vous définissez la structure et les composants possibles d'un type de document : titre, corps de texte, illustration, légende, note, etc. À cette étape, vous ne décidez pas encore de la présentation exacte de ces composants dans le document final ni du texte concret qui y figurera.

Deuxième étape : le contenu

Rédigez et compilez le **contenu** séparément. En d'autres termes, établissez les informations et données concrètes avec lesquelles vous « remplirez » les éléments de la structure. Il peut s'agir de texte, d'images, de vidéos, entre autres, que vous stockez donc de façon modulaire. Comme vous le constatez, à ce stade, vous n'avez pas encore déterminé la mise en page de ce contenu.

Troisième étape : la mise en page

À son tour, la **mise en page** est définie indépendamment. La mise en page, ce n'est rien d'autre que la manière dont le contenu est présenté dans les divers éléments de la structure. Par exemple, vous pouvez décider d'afficher votre contenu en deux colonnes, en gras, en bleu clair, dans la police Arial, etc.

Le rôle du XML

À première vue, cette « séparation » peut paraître quelque peu complexe, mais un système de gestion du contenu XML vous permettra de la mettre sur pied sans difficulté. Le XML est une sorte de langage de balisage qui offre un format commun pour la création et l'enregistrement d'informations indépendantes.

Il existe plusieurs systèmes de gestion du contenu XML. L'un des plus connus est Schema ST4. Il permet de subdiviser facilement les informations, de les gérer, puis de réunir des informations distinctes.

Grâce à ce concept, vous amenez votre documentation à un tout autre niveau.

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

La simplicité de la publication à partir d'une source unique : un pour tous et tous à partir d'un !

Bien entendu, dans vos publications finales, vous réunissez la structure, le contenu et la mise en page. Mais en conservant séparément les données de base, **vous vous facilitez considérablement la vie pour la suite.**

1. Puisque vous avez stocké votre contenu de façon modulaire et indépendante de la structure concrète du document, vous pouvez utiliser un module de contenu dans diverses publications et même via différents médias :
 - dans le manuel ;
 - dans un deuxième manuel portant sur une variante ;
 - dans une brochure ;
 - sur la page d'accueil ;
 - dans une application ;
 - etc.

Cette approche est ce que l'on appelle la « publication à partir d'une source unique » (ou single-source publishing en anglais), c'est-à-dire que **de multiples publications sont alimentées à partir d'une seule et même source.**

2. Cela signifie aussi que vous pouvez **définir différentes structures pour un même contenu.** Par exemple, une ligne de texte qui constitue un sous-chapitre dans un manuel général peut devenir le titre du document dans le cas d'une brochure spécialisée ou d'une fiche produit.
3. Étant donné que vous avez stocké le contenu en un seul endroit centralisé, **les modifications et mises à jour sont à effectuer une seule fois dans le module de contenu central.** Toutes les publications faisant référence à ce module de contenu seront **automatiquement actualisées.** Pratique n'est-ce pas ?

4. Le principe de la source unique facilite également le processus de traduction. Ici aussi, il suffit de **traduire une seule fois l'élément de contenu modulaire.** Vous l'utiliserez ensuite où vous voulez, dans tous types de structures.
5. Nous l'avons vu, la **mise en page** est elle aussi définie séparément. Conséquence logique : vous la **réutilisez sans problème dans diverses publications.** Pensez aux variantes supplémentaires, aux nouveaux produits, aux actualités... Une fois la nouvelle publication assemblée, il vous suffit de lui appliquer la mise en page existante.
6. Le formatage manuel de certains éléments, comme les images, est toujours long et difficile avec l'approche « traditionnelle ». Ici aussi, la publication à partir d'une source unique apporte un véritable soulagement. Une fois que vous avez établi indépendamment le format de mise en page des images, **toutes vos illustrations seront traitées de manière cohérente et entièrement automatique.**
7. Envie d'adapter la mise en page à votre identité d'entreprise ? Vous planifiez une remise au goût du jour de la présentation de vos produits d'information ? Même si un tel changement concerne toute une série de publications, notre approche autorise une **mise en œuvre éclair.** Il vous suffit d'ajuster la mise en page indépendante et hop, les publications spécifiques sont elles aussi adaptées, automatiquement.

L'idée commence à faire son chemin ?

Une démarche financièrement attrayante

Des coûts presque réduits de moitié

Une approche structurée du contenu technique mène à des économies significatives. Sur la base de son expérience avec sa propre clientèle, Schema a pu établir les données suivantes :

Fonction	Proportion des coûts	Économies grâce au CCMS	ECONOMIE TOTALE	Raison de l'économie
Recherche	25 %	-20 %	-5 %	Gestion centralisée Communication facilitée
Rédaction	20 %	-20 %	-4 %	Réutilisation Guide de style et terminologie
Composition	10 %	-50 %	-5 %	Davantage d'automatisation Gestion des changements simplifiée
Traduction	20 %	-50 %	-10 %	Interface facile Contenu indépendant du média
Publication	25 %	-80 %	-20 %	Processus automatisé Mises à jour de la mise en page dans les modèles uniquement
TOTAL	100 %		-44 % !	

Un retour sur investissement de 2 ans en moyenne

La question est, bien sûr, de savoir à quelle vitesse vous réalisez ces économies. C'est pourquoi Lexitech a mené une analyse approfondie du tableau des coûts ci-dessus. Voici le résultat : un retour sur investissement moyen de **2 ans**, sans écart type significatif.

D'autres avantages n'ont même pas encore été pris en compte dans ce calcul. Citons notamment la **réduction des délais de mise sur le marché** ou la possibilité d'ajouter de nouvelles fonctions (notamment la vidéo ou un CMS commandé à distance) sans frais notables.

Souvent, ces avantages pèsent lourd dans la balance, mais ils sont plus difficiles à chiffrer. Il y a 2 raisons à cela :

- Les avantages sont très variables d'une entreprise à l'autre ;
- Ils se manifestent dans d'autres départements que ceux qui gèrent le contenu technique (production, marketing, filiales à l'étranger, etc.).

Séparation du contenu, de la structure et de la mise en page : 3 atouts essentiels

1. Vous établissez le contenu et vous le réutilisez dans tous les formats de publication souhaités.
2. Vous créez des mises en page pour toutes les publications envisagées et vous les réutilisez systématiquement. Vous avez par exemple une mise en page bien définie pour tous les manuels, une deuxième pour toutes les brochures, une troisième pour toutes les pages web, et ainsi de suite.
3. Vous pouvez définir plusieurs structures de documents par publication et utiliser votre contenu de manière flexible au sein de ces structures.
5. Du reste, saviez-vous que Schema ST4 **permet aux rédacteurs de continuer à travailler dans Microsoft Word**, tout en bénéficiant des avantages de la publication à partir d'une source unique ?

Quels sont les effets de la publication à partir d'une source unique sur votre fonctionnement quotidien ?

1. Vos données restent beaucoup **plus claires et ordonnées**, car vous ne créez le contenu qu'une seule fois.
2. Vous vous montrez **plus flexible** dans la création de variantes et de nouvelles publications, tout en conservant un format de document professionnel et uniforme.
3. Vous avez **besoin de moins de temps** pour modifier ou mettre à jour votre contenu ou votre mise en page.
4. Vous optimisez la **satisfaction de vos clients et partenaires**, car vous travaillez **plus vite** tout en augmentant remarquablement la qualité.

Vous avez des questions ou vous aimeriez approfondir les opportunités spécifiques de la gestion stratégique du contenu et de la publication à partir d'une source unique pour votre entreprise ?

Contactez-nous pour :

- ▶ une démo ou une présentation ;
- ▶ une proposition et une offre sur mesure pour votre organisation.



Lexitech NV/SA

+32 (2) 640.03.85 · info@lexitech.eu · gvanderhaeghe@lexitech.eu
Avenue des Arts 1 · 1210 Bruxelles · Belgique · www.lexitech.com