

Контролен списък за локализиране

Преди да започнете да локализирате

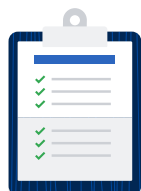
Проверете от кои места по света се разглежда съдържанието Ви, след което изгответе [отчет за географското насочване в Google Анализ](#), за да разберете повече за държавата и използвания там език.

Локализирането на цял уебсайт може да е сложна задача. Бихте могли първоначално да преведете само най-популярното си съдържание, което посетителите разглеждат най-често. По този начин локализираният Ви сайт ще заработи по-скоро и ще постигнете максимална дългосрочна стойност на съдържанието си.

Проучете законите за поверителност и защита на данните в новия си пазар. Например в Европа трябва да вземете под внимание ОРЗД и сайтът Ви трябва да изпълнява регионалните законови изисквания. Това може да бъде сложно, затова първо се консултирайте с юридическия си съветник.

Локализирането може също така да е трудно за организиране. За малки проекти е достатъчна обикновена електронна таблица, но за по-големите използвайте система за управление на преводите. Тя също така помага за рационализирането на процеса и Ви предлага допълнителни функции, пестящи време и пари, като „преводна памет“.

Обърнете внимание на платформата и дизайна на уебсайта си. Възможен ли е преводът на няколко езика? Наличното пространство и оформлението също са важни. Например немските думи обикновено са по-дълги и бързо запълват страницата. Други езици, като арабския, се пишат от дясно наляво. А някои сайтове не могат да работят със специални знаци. Препоръчваме да използвате уникод (UTF-8), тъй като поддържа всички знаци на всички езици.



Съвети за превод

- 01 Онлайн инструментите за превод са подходящи за ежедневна употреба, но за носител на езика текстът Ви вероятно ще звучи тромаво или, което е по-лошо, неуместно. Най-добре да избягвате тези услуги.
- 02 Ако наемете квалифициран местен жител, преводът на сайта Ви ще бъде не само точен, но и културно подходящ и разбираем за хората. В много общности се практикува извършване на преводи от членовете им, което може да е бърз и ефективен начин за получаване на висококачествено съдържание от съществуващата Ви аудитория.
- 03 Разговорни и жаргонни думи и изрази, като „фасулска работа“ или „за нула време“, са разбираеми на български, но се превеждат трудно. Премахнете или заменете тези изрази, преди да локализирате.
- 04 Помислете за съставяне на речник за съдържанието си, който включва най-често срещаните фрази и дали да бъдат превеждани. Също така можете да дадете указания как да бъдат предавани свързаните с марката думи.
- 05 Използвайте на сайта си универсален инструмент за избор на език. Това предлага на хората лесен и гъвкав начин да посочат предпочитанията си за език, докато четат съдържанието Ви.

- 06 Уебсайтът Ви скоро ще показва съдържание на различни езици и за различни местоположения, затова следвайте най-добрите практики за оптимизиране за търсещи машини по цял свят. Например ползвайте [маркери hreflang](#), така че Google да има информация коя версия на сайта Ви да показва.



Преглед на локализирането

Винаги проверявайте дали датите, символите и валутата са в правилния формат за съответната държава. Например в България датите обикновено са във формат ДД.ММ.ГГГГ, докато в САЩ са във формат ММ/ДД/ГГ. Десетичният разделител и разделителят за хилядите също трябва да бъдат адаптирани към регионалните норми.

Показваните на сайта Ви изображения трябва да съобразени със съответната култура, а текстът в наслагванията трябва да е преведен. В идеалния случай изберете изображения, които не съдържат текст, тъй като това би затруднило превода и би увеличило разходите.

Проверете дали избраните от Вас шрифтове са подходящи за новия език и осигуряват лесното четене на съдържанието. Изпробвайте шрифтове от Google Fonts, с които да тествате на различни езици, и изберете шрифт, който изглежда най-добре за всички тях.

Имайте предвид значението на различните цветове в съответната култура. Например в Северна Америка и Европа синьото може да означава доверие и спокойствие, но в Китай се свързва с празненства или чествания.

Преди да направите сайта си достъпен публично, помолете носител на езика да го прегледа, за да е сигурно, че текстът звучи естествено. Скоростта на връзката с интернет е различна на различните места по света, затова помолете за проверка на времето за зареждане на сайта.



След като сайтът Ви заработи

След като сайтът Ви вече е локализиран, информирайте аудиторията си за него, като го популяризирате онлайн и чрез социалните медии.

Също така трябва да проверите дали локализирането постига първоначалните Ви цели. Тук може да Ви помогне Google Анализ, тъй като услугата показва броя посетители на сайта, колко време се задържат в него хората и дори каква е степента на отпадане за всеки език. Освен това, ако си осигурявате приходи от сайта си, можете да измервате какъв ефект върху приходите има новата аудитория.

За локализирането е нужно време и внимателно планиране, но с помощта на нашия контролен списък и полезни съвети с лекота ще създавате отлично съдържание, ценно за аудиторията Ви.