

Lokalizációs ellenőrző lista

Mielőtt belevágná a lokalizációba

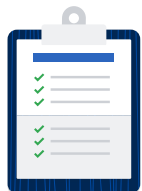
Ellenőrizze, hogy a világ mely részén tekintik meg a tartalmát, majd futtassa le a [Google Analytics földrajzi jelentését](#), hogy többet tudjon meg az egyes országokról és a helyi nyelvekről.

Egy teljes weboldal lokalizálása ijesztőnek tűnhet. Miért ne fordíthatná le egyelőre csak a legnépszerűbb vagy „örökzöld” tartalmakat? Ez felgyorsítja a piacra jutási időt, és segít maximalizálni a tartalom hosszú távú értékét.

Tanulmányozza az új piacon hatályban lévő adatvédelmi törvényeket. Európában például figyelembe kell vennie a GDPR-t, és biztosítania kell, hogy webhelye megfeleljen a regionális jogi előírásoknak. Ez elég összetett lehet, ezért konzultáljon jogi tanácsadójával, mielőtt belevág.

A lokalizáció is okozhat bonyodalmakat. A kisebb projektekhez egy egyszerű táblázat is megfelel, de a nagyobb lélegzetű munkákhoz használjon fordításkezelő rendszert. Ez az egész folyamatot segít leegyszerűsíteni, és olyan idő- és költségmegtakarító funkciókat kínál, mint például a „fordítási memória”.

Gondolja végig alaposan a weboldal platformját és dizájnját. Lefordítható a weboldal több nyelvre? A rendelkezésre álló hely és az elrendezés is fontos tényezők. A német szavak például általában hosszabbak, mint az angol szavak, így gyorsan megtöltik az oldalt. Más nyelvek, mint például az arab, jobbról balra olvashatók, ráadásul egyes webhelyek nem tudják kezelni a különleges karaktereket. Javasoljuk a Unicode (UTF-8) használatát, mivel minden karaktert támogat bármilyen nyelven.



Fordítási tippek

- 01** Az online fordítóprogramok megfelelnek a mindennapos használatra, de az így fordított szöveg egy anyanyelvi számára valószínűleg nehézkesnek vagy – ami még rosszabb – nem helyénvalónak hangzik. Az ilyen fordításokat a legjobb elkerülni.
- 02** Ha képzett helyi szakembert bíz meg, akkor a fordítások nemcsak pontosak, hanem a kulturális normáknak megfelelőek és az emberek számára könnyen fogyaszthatók lesznek. Sokan közösségi kiszervezés, úgynevezett crowdsourcing útján oldják meg a fordítási igényeiket, ami gyors és hatékony módja lehet annak, hogy minőségi tartalmat szerezzenek be a meglévő közönségétől.
- 03** A köznyelvi kifejezések és az olyan, gyakori szófordulatok, mint a „két legyet egy csapásra” vagy a „lesz, ami lesz” jól hangzanak az eredeti nyelven, de nehezen fordíthatók. Ezeket lokalizálás előtt mindig távolítsa el, vagy helyettesítse valami mással.
- 04** Érdemes lehet szólistát készíteni a leggyakrabban használt kifejezésekről annak megjelölésével, hogy egyáltalán fordítandók-e. A márkára vonatkozó szavakkal és azok megjelenési módjával kapcsolatban is adhat útmutatást.
- 05** Használjon univerzális nyelvválasztót (ULS) a webhelyén. Ennek segítségével a felhasználók könnyen és rugalmasan beállíthatják nyelvi preferenciáikat a tartalom olvasása közben.

- 06 Mivel webhelye hamarosan különböző nyelveken és helyeken jelenít meg tartalmakat, mindenképpen érdemes követnie a keresőoptimalizálással kapcsolatos bevált módszereket. Például használjon [hreflang címkéket](#), hogy a Google biztosan tudja, hogy a webhelye melyik verzióját jelenítse meg.



A lokalizált tartalom ellenőrzése

Mindig ellenőrizze, hogy a dátumok, a szimbólumok és a pénznemek az egyes országokhoz illő formátumban vannak-e. Az Egyesült Királyságban például a NN/HH/ÉÉ dátumformátum jellemző, míg az Egyesült Államokban a HH/NN/ÉÉ. A tizedes és ezres elválasztójeleket is a regionális normákhoz kell igazítani.

Győződjön meg arról, hogy a képek kulturálisan érzékenyek, és az esetleges fedvényszövegek le vannak fordítva. Ideális esetben válasszon beágyazott szöveg nélküli képeket, mivel az ilyen szöveg megnehezíti a fordítást, és csak többletköltséget jelent.

Ellenőrizze, hogy a betűtípusok jól működnek-e az új nyelven, és hogy a tartalom könnyen olvasható-e. Próbálja ki a Google Fonts betűtípusait, tesztelje őket akár több nyelven is, és válassza ki azt, amelyik a legjobban beválik mindegyikhez.

Mindig tartsa szem előtt a különböző színek kulturális jelentőségét. Észak-Amerikában és Európában például a kék szín a bizalmat és a nyugalmat jelképezheti, Kínában viszont fesztiválokhoz vagy ünnepi eseményekhez kötik.

Mielőtt élesítené a lokalizált oldalt, kérjen fel egy anyanyelvit, hogy nézze át a webhelyet, hogy az biztosan jól olvasható legyen. Az internetkapcsolat sebessége eltérő lehet a világ különböző pontjain, ezért arra is kérje meg az illetőt, hogy ellenőrizze a betöltési időt.



A webhely élesítése után

Miután élesítette webhelye lokalizált változatát, tudassa ezt közönségével, és népszerűsítse a webhelyet online és a közösségi médián keresztül.

Azt is ellenőriznie kell, hogy a lokalizáció eléri-e az eredeti célokat. A Google Analytics segíthet ebben, mivel megmutatja, hogy hány látogatója van az oldalának, mennyi ideig maradnak, és hogy az egyes nyelvekre milyen visszafordulási arány vonatkozik. Ráadásul, ha a webhelyből bevételt is szerez, mérni tudja, hogy az új közönség milyen hatással van a bevételre.

A lokalizáció időt és gondos tervezést igényel, de az ellenőrző listánk és hasznos tippjeink segítségével jó úton haladhat afelé, hogy nagyszerű és a közönség által kedvelt tartalmat hozzon létre.