



Yerelleştirme Sürecinde Yapılacaklar Listesi

Yerelleştirme sürecine başlamadan önce

İçeriklerinizin dünyanın hangi bölgelerinde görüntülediğini öğrenin. Ardından bir [Google Analytics coğrafi bölge raporu](#) oluşturarak ilgili ülke ve burada konuşulan dil hakkında daha fazla bilgi edinin.

Web sitenizi baştan sona yerelleştirmek zorlayıcı bir süreç olabilir. Bunun yerine, ilk aşamada, en çok görüntülenene veya popülerliğini hiç kaybetmeyen içeriklerinizin çevirilerini sunmanızı öneririz. Böylece, piyasaya sürüm sürenizi kısaltabilir ve içeriklerinizin uzun vadeli değerini artırabilirsiniz.

Faaliyet göstereceğiniz yeni pazarla ilgili veri koruma ve gizlilik yasalarını inceleyin. Örneğin, Avrupa'da GDPR'yi göz önünde bulundurmanız ve sitenizin bölgeyle ilgili yasal şartlara uygun olmasını sağlamanız gerekir. Bu işlemler karmaşık hale gelebileceğinden, işe başlamadan önce hukuk danışmanınıza başvurun.

Yerelleştirme süreci de sizi oldukça zorlayabilir. Küçük projeler için basit bir e-tablo yeterliyken büyük projelerde bir çeviri yönetim sistemi kullanmanız gerekir. Bu tür bir sistem kullanarak süreci de kolaylaştırabilir ve "çeviri belleği" gibi zaman ve maliyet tasarrufu sağlayan ek özelliklerden yararlanabilirsiniz.

Web sitenizin platformunu ve tasarımını değerlendirin. Sitenizdeki içerikler birden çok dile çevrilebilir mi? Sitenizdeki alan ve düzen de önemlidir. Örneğin, genelde Türkçe kelimeler İngilizce olanlardan daha uzundur ve sayfayı hemen doldurabilir. Arapça gibi diller sağdan sola yazılır ve bazı sitelerde özel karakter kullanılamaz. Her dildeki tüm karakterleri destekleyen Unicode'u (UTF-8) kullanmanızı öneririz.



Çeviriyle ilgili ipuçları

- 01 Online çeviri araçları gündelik kullanım için yeterlidir. Ancak sitenin dili ana dili olan kullanıcılar için bu çeviriler muhtemelen yetersiz ve hatta uygunsuz olur. Bu nedenle, çeviri araçlarını kullanmanız önerilmez.
- 02 Bölgenizdeki uzman bir çevirmenle çalışarak çevirinin hem doğru hem kültürel olarak uygun ve kullanıcılar için anlaşılabilir olmasını sağlayabilirsiniz. Söz konusu çeviri olduğunda çoğu toplulukta kitle kaynağa başvurulur. Bu, mevcut kitleler üzerinden yüksek kaliteli içerikler elde etmek için hızlı ve etkili bir yöntem olabilir.
- 03 Günlük konuşma dilinde yaygın olarak kullanılan "bir taşla iki kuş vurmak" veya "kafa patlatmak" gibi ifadeler anlaşılır olsa da bunlar kolayca çevrilemeyebilir. Yerelleştirme sürecine başlamadan önce bunları muhakkak kaldırın veya değiştirin.
- 04 İçeriklerinizde en yaygın olarak kullanılan ifadelerin listelendiği ve bunların çevrilip çevrilmeyeceğinin belirtildiği bir terimce hazırlayabilirsiniz. Markaya ilişkin sözcükler ve bunların nasıl görüneceği ile ilgili rehber bilgiler de paylaşabilirsiniz.
- 05 Sitenizde bir Evrensel Dil Seçici (ULS) kullanın. Böylece, kullanıcılar içeriklerinizi okurken dil tercihlerini kolay ve esnek bir şekilde yapılandırabilir.

- 06 Yakında web sitenizde farklı dil ve konumlara yönelik içerikler gösterileceğinden, uluslararası SEO en iyi uygulamalarını izlediğinizden emin olun. Örneğin, Google'ın sitenizin hangi sürümünü göstereceğini bilmesi için [hreflang etiketlerini](#) kullanın.



Yerelleştirilen içeriklerinizi inceleme

Her zaman tarihlerin, sembollerin ve para birimlerinin ilgili her bir ülke için doğru biçimde olup olmadığını kontrol edin. Örneğin, Birleşik Krallık'ta tarihler genellikle GG/AA/YY biçiminde, ABD'deyse AA/GG/YY biçiminde yazılır. Ondalık ve binlik ayırıcılar da bölgesel normlara uygun şekilde kullanılmalıdır.

Resimlerinizin kültürel açıdan uygun olduğundan ve yer paylaşımli metinler varsa bunların çevrildiğinden emin olun. Çevirilerinizi zorlaştıracığı ve maliyeti artıracığından, metin yerleştirilmiş resimleri tercih etmeniz önerilmez.

Kullandığınız yazı tipleri uygulandığında, çevirinin yapıldığı dildeki içeriklerin düzgün görünüp görünmediğini kontrol edin ve bunların kolayca okunabildiğinden emin olun. Birden çok dilde test uygulamak için Google'ın yazı tiplerini kullanmayı deneyin ve tüm dillere en uygun yazı tipini seçin.

Renklerin farklı kültürlerdeki anlamlarını daima göz önünde bulundurun. Örneğin, mavi Kuzey Amerika ile Avrupa'da güven ve huzur anlamına gelirken Çin'de festival veya kutlamalarla ilişkilendirilir.

Çevirinin yapıldığı dil ana dili olan bir uzmanla görüşerek, sitenizi yayınlamadan önce içeriklerin doğru görüldüğünden emin olmak için inceletin. Bağlantı hızı coğrafi konuma göre değişebildiği için yükleme süresini de kontrol etmesini isteyin.



Siteniz yayınlandıktan sonra

Siteniz yerelleştirildikten sonra internet ve sosyal medya üzerinden reklamını yaparak kitlenize sitenin hazır olduğunu bildirin.

Sitenizi yerelleştirerek ulaşmayı planladığınız hedeflerle ilgili bir başarı elde edip etmediğinizi de kontrol etmeniz gerekir. Bunun için Google Analytics'ten yararlanarak sitenizin kaç ziyaretçi aldığını, kullanıcıların sitenizde ne kadar zaman geçirdiğini ve hatta dillere özel hemen çıkma oranlarını görebilirsiniz. Ayrıca, sitenizden para kazanıyorsanız yeni kitlenin geliriniz üzerindeki etkisini de ölçebilirsiniz.

Yerelleştirme, zaman ve dikkatli planlama gerektiren bir süreçtir. Ancak paylaştığımız yapılacaklar listesi ve en iyi ipuçları, kitlenizin seveceği güzel içerikler oluşturma konusunda size yardımcı olacaktır.