

Danh sách kiểm tra cho việc bản địa hóa

Trước khi bạn bắt đầu bản địa hóa

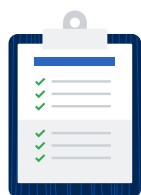
Kiểm tra xem nội dung của bạn đang được xem ở đâu trên thế giới, sau đó chạy [một báo cáo địa lý trong Google Analytics](#) để tìm hiểu thêm về quốc gia và ngôn ngữ của quốc gia đó.

Việc bản địa hóa toàn bộ trang web có thể là một công việc quá sức. Tại sao hiện tại bạn không chỉ dịch phần nội dung phổ biến nhất hay "luôn mới" thôi? Việc đó sẽ giúp bạn đẩy nhanh thời gian tiếp thị và tăng tối đa giá trị lâu dài cho nội dung.

Nghiên cứu các luật về quyền riêng tư và biện pháp bảo vệ dữ liệu tại thị trường mới của bạn. Ví dụ như ở Châu Âu, bạn cần phải xem xét Quy định chung về bảo vệ dữ liệu (GDPR) và đảm bảo trang web của bạn đáp ứng các yêu cầu pháp lý tại khu vực. Việc này có thể phức tạp, vì vậy, hãy tham khảo ý kiến của cố vấn pháp lý trước khi thực hiện.

Việc bản địa hóa cũng có thể khá khó khăn do cần tỉ mỉ. Một bảng tính đơn giản có thể phù hợp cho các dự án nhỏ, nhưng hãy sử dụng hệ thống quản lý bản dịch cho mọi dự án lớn. Hệ thống này cũng sẽ giúp quy trình dịch đơn giản hơn, đồng thời cung cấp thêm cho bạn các tính năng tiết kiệm thời gian và chi phí như "bộ nhớ dịch".

Xem xét kiểu thiết kế và nền tảng trang web của bạn. Nội dung trên trang web có thể dịch được sang nhiều ngôn ngữ không? Không gian và bố cục cũng là yếu tố then chốt. Ví dụ: các từ bằng tiếng Đức thường dài hơn các từ bằng tiếng Anh nên sẽ nhanh chóng lấp đầy trang. Những ngôn ngữ khác như tiếng Ả Rập yêu cầu đọc từ phải sang trái và một số trang web không thể xử lý các ký tự đặc biệt. Bạn nên sử dụng Unicode (UTF-8), vì bảng mã này hỗ trợ tất cả ký tự trong mọi ngôn ngữ.



Mẹo thực hiện bản dịch

- 01** Công cụ dịch trực tuyến dùng được cho nội dung hằng ngày, nhưng đối với người bản xứ thì nội dung của bạn có thể sẽ thiếu tự nhiên hay thậm chí là không phù hợp. Tốt nhất, bạn nên tránh sử dụng những công cụ này.
- 02** Việc thuê một người bản địa có trình độ sẽ đảm bảo các bản dịch của bạn không chỉ chính xác mà còn phù hợp với văn hóa và dễ hiểu. Nhiều cộng đồng hỗ trợ nhau đưa ra các bản dịch từ các thành viên. Đây có thể là một cách nhanh chóng và hiệu quả để tìm nguồn nội dung chất lượng cao từ đối tượng hiện tại của bạn.
- 03** Thành ngữ và các cụm từ phổ biến như "the best of both worlds" hay "call it a day" có ý nghĩa trong tiếng Anh, nhưng không dễ dịch. Luôn loại bỏ hoặc thay thế các cụm từ đó trước khi bản địa hóa.
- 04** Xem xét việc sử dụng bảng thuật ngữ cho nội dung của bạn để liệt kê những cụm từ phổ biến nhất và liệu có nên dịch những cụm từ đó hay không. Bạn cũng có thể đưa ra hướng dẫn về các từ thương hiệu và cách trình bày các từ đó.
- 05** Sử dụng Bộ chọn ngôn ngữ phổ biến (ULS) trên trang web của bạn. Nhờ đó, người dùng có thể dễ dàng và linh hoạt thiết lập các lựa chọn ưu tiên về ngôn ngữ khi đọc nội dung của bạn.

- 06 Trang web của bạn sẽ sớm hiển thị nội dung bằng nhiều ngôn ngữ và cho các vị trí khác nhau, vì vậy, hãy đảm bảo tuân theo các phương pháp hay nhất dành cho quy trình Tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm (SEO) quốc tế. Ví dụ: hãy sử dụng [các thẻ hreflang](#) để đảm bảo Google biết sẽ phân phát phiên bản ngôn ngữ nào của trang web.



Xem lại nội dung bản địa hóa

Luôn kiểm tra để chắc chắn rằng ngày tháng, ký hiệu và đơn vị tiền tệ của bạn được trình bày bằng định dạng phù hợp cho từng quốc gia. Ví dụ: ngày tháng ở Vương quốc Anh thường xuất hiện là DD/MM/YY, còn ngày tháng ở Hoa Kỳ là MM/DD/YY. Dấu phân cách thập phân và hàng nghìn cũng phải được điều chỉnh cho phù hợp với tiêu chuẩn của quốc gia đó.

Đảm bảo hình ảnh của bạn phù hợp với văn hóa và mọi nội dung ở lớp phủ đều được dịch. Tốt nhất, hãy chọn những hình ảnh không nhúng văn bản, nếu không, việc dịch sẽ khó hơn và tốn thêm chi phí.

Kiểm tra để chắc chắn rằng phông chữ phù hợp với ngôn ngữ của bản dịch và giúp nội dung dễ đọc. Hãy thử sử dụng phông chữ của Google để thử nghiệm trên nhiều ngôn ngữ, sau đó chọn một phông chữ phù hợp nhất cho tất cả ngôn ngữ.

Luôn lưu ý đến ý nghĩa văn hóa của các màu sắc. Ví dụ: ở Bắc Mỹ và Châu Âu, màu xanh dương có nghĩa là sự tin tưởng và thanh bình, nhưng ở Trung Quốc, màu xanh dương có liên quan đến lễ hội hoặc sự kiện tưởng niệm.

Trước khi hiển thị nội dung, hãy nhờ người bản xứ đánh giá trang web của bạn để đảm bảo trang web đó dễ hiểu. Tốc độ kết nối cũng khác nhau trên thế giới, vì vậy, hãy yêu cầu họ kiểm tra thời gian tải của bạn.



Sau khi hiển thị

Bây giờ, trang web của bạn đã được bản địa hóa. Hãy cho đối tượng của bạn biết bạn đang điều hành trang web bằng cách quảng bá trang web trực tuyến và thông qua mạng xã hội.

Bạn cũng cần kiểm tra xem liệu việc bản địa hóa có đạt được các mục tiêu ban đầu hay không. Google Analytics có thể hỗ trợ bạn việc này bằng cách cho biết số lượng khách truy cập vào trang web của bạn, thời gian họ ở lại trang web và thậm chí là tỷ lệ thoát cho từng ngôn ngữ. Ngoài ra, nếu đang kiếm tiền từ trang web của mình, bạn có thể đo lường mức tác động đến doanh thu từ đối tượng mới.

Việc bản địa hóa sẽ tốn thời gian và đòi hỏi bạn phải lập kế hoạch kỹ càng, nhưng thông qua danh sách kiểm tra và các mẹo hàng đầu của chúng tôi, bạn sẽ có thể tạo nội dung hay mà đối tượng của mình yêu thích.