

Lokalisatiechecklist

Voordat u begint met lokaliseren

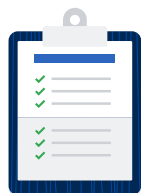
Kijk waar ter wereld uw content wordt bekeken en voer in [Google Analytics een geo-rapport](#) uit om meer te weten te komen over het land en de taal die er wordt gesproken.

Het is een hele klus om een website te vertalen. U kunt overwegen om eerst uw populairste of vaste content te vertalen. Hierdoor verkort u uw time to market en maximaliseert u de langetermijnwaarde van uw content.

Doe onderzoek naar de wetgeving voor privacy en gegevensbescherming in uw nieuwe markt. In Europa moet u bijvoorbeeld rekening houden met de AVG en moet uw site daarnaast voldoen aan regionale wettelijke vereisten. Dit kan ingewikkeld worden. Overleg daarom eerst met een juridisch adviseur voordat u de knoop doorhakt.

Lokalisatie kan ook een complex proces zijn. Een overzichtelijke spreadsheet volstaat voor kleinere projecten, maar gebruik vertaalssoftware als u iets omvangrijkers wilt lokaliseren. Met vertaalssoftware kunt u het hele proces stroomlijnen en tijd en kosten besparen, bijvoorbeeld dankzij een vertaalgeheugen.

Kijk eens naar het platform en ontwerp van uw website. Kan deze in meerdere talen worden vertaald? Ruimte en lay-out zijn ook belangrijke aspecten. Duitse woorden zijn bijvoorbeeld vaak langer dan Engelse, waardoor pagina's sneller gevuld zijn. In andere talen (zoals het Arabisch) wordt van rechts naar links gelezen. En sommige sites kunnen geen speciale tekens verwerken. We raden aan Unicode (UTF-8) te gebruiken, omdat deze standaard alle tekens ondersteunt in elke taal.



Vertaaltips

- 01** Geautomatiseerde online vertaaltools zijn uitstekend geschikt voor alledaags gebruik. Maar de vertalingen die ze leveren, klinken voor een moedertaalspreker vaak onnatuurlijk of zelfs ongepast. U kunt ze daarom beter niet gebruiken.
- 02** Als u een gekwalificeerde moedertaalspreker inzet, zorgt u niet alleen dat uw vertalingen kloppen, maar ook dat ze cultureel gepast en leesbaar zijn. Veel community's gebruiken crowdsourcing om vertalingen te leveren. Dit kan een manier zijn om snel en effectief content van hoge kwaliteit te verkrijgen van uw bestaande doelgroep.
- 03** Spreektaal en lokale uitdrukkingen zoals 'the best of both worlds' of 'call it a day' zijn logisch in het Engels, maar kunnen niet altijd letterlijk worden vertaald. Verwijder of vervang deze altijd voordat u begint met lokaliseren.
- 04** Gebruik een woordenlijst voor woorden die vaak in uw content terugkomen en geef aan of deze moeten worden vertaald. U kunt ook richtlijnen opstellen voor de manier waarop woorden in combinatie met een merk moeten worden gebruikt.
- 05** Gebruik een Universal Language Selector (ULS) op uw site. Hiermee geeft u gebruikers een makkelijke en flexibele manier om hun taalvoorkeuren in te stellen als ze uw content lezen.

- 06 Omdat uw website binnenkort content voor verschillende talen en locaties bevat, raden we u aan internationale SEO-richtlijnen te volgen. Gebruik bijvoorbeeld [hreflang-tags](#) om ervoor te zorgen dat Google weet welke versie van uw site moet worden getoond.



Uw lokalisatie nalopen

Check altijd of u voor elk land de juiste notatie gebruikt voor datums, symbolen en valuta. In het Verenigd Koninkrijk worden datums bijvoorbeeld geschreven als DD/MM/JJ en in de Verenigde Staten als MM/DD/JJ. Scheidingstekens voor decimalen en duizendtallen moeten ook aan de regionale standaard worden aangepast.

Zorg dat uw afbeeldingen cultureel acceptabel zijn en dat alle tekstoverlays zijn vertaald. Kies bij voorkeur foto's zonder ingesloten tekst. Ingesloten tekst is moeilijker te vertalen en levert u alleen maar extra kosten op.

Check of uw lettertypen geschikt zijn voor de nieuwe taal en zorg dat uw content makkelijk leesbaar is. Probeer Google-lettertypen voor verschillende talen en kies er een die voor elke taal goed werkt.

Houd altijd rekening met de culturele betekenis van verschillende kleuren. Blauw staat in Noord-Amerika en Europa bijvoorbeeld vaak voor vertrouwen en rust, maar in China wordt de kleur geassocieerd met festivals en vieringen.

Laat uw site voordat u live gaat nalopen door een moedertaalspreker, zodat u zeker weet dat alles goed leesbaar is. De internetsnelheid kan in verschillende regio's variëren. Vraag de moedertaalspreker dus ook of uw laadtijden in orde zijn.



Nadat u live bent gegaan

Als uw site is gelokaliseerd, moet u uw doelgroep laten weten dat u online bent door uw site op het web en via social media te promoten.

Check ook of uw gelokaliseerde site de beoogde doelen bereikt. Hiervoor kunt u Google Analytics gebruiken. Zo kunt u zien hoeveel mensen uw site bezoeken, hoelang mensen uw site bekijken en u kunt zelfs voor elke taal het bouncepercentage checken. En als u met uw site inkomsten genereert, kunt u zien in hoeverre de nieuwe doelgroep bijdraagt aan uw opbrengst.

Lokalisatie kost tijd en moet goed gepland worden, maar met onze checklist en tips heeft u een goed uitgangspunt om aantrekkelijke content te maken die uw doelgroep graag zal bekijken.