



현지화 체크리스트

현지화 시작 전 확인사항

내 콘텐츠가 조회되는 지역을 확인한 다음, [Google 애널리틱스의 지역 보고서를](#) 통해 국가 및 언어별 통계를 살펴보세요.

웹사이트 전체를 현지화하려면 힘들 수 있습니다. 하지만 일단 가장 인기 있거나 '항상 관심을 끄는' 콘텐츠만 번역한다면 어떨까요? 이렇게 하면 TTM(time to market)을 단축하고 콘텐츠의 장기적 가치를 극대화할 수 있습니다.

새로운 시장의 개인 정보 보호 및 데이터 보호 법규를 살펴보세요. 예를 들어 유럽의 경우 GDPR을 고려해야 하며 현지 법규를 준수하도록 사이트를 제작해야 합니다. 법규가 복잡할 수 있으니 먼저 법무 담당자에게 문의하세요.

현지화 작업은 상당히 번거로울 수도 있습니다. 소규모 프로젝트에서는 간단한 스프레드시트 하나만 사용해도 괜찮지만, 프로젝트의 규모가 크면 번역 관리 시스템을 이용하는 것이 좋습니다. 번역 관리 시스템을 이용하면 작업 과정을 간소화하는 데 도움이 되며, '번역 메모리'와 같은 기능을 통해 시간과 비용을 추가로 절약할 수 있습니다.

웹사이트 플랫폼과 디자인을 고려하세요. 여러 언어로 번역할 수 있나요? 공간과 레이아웃도 중요합니다. 예를 들어 독일어는 영어보다 단어가 긴 경우가 많아서 페이지를 금방 채우게 됩니다. 아랍어처럼 오른쪽에서 왼쪽으로 읽는 언어도 있으며, 사이트에 따라 특수문자 처리가 불가능할 수도 있습니다. 따라서 모든 언어의 문자를 지원하는 유니코드(UTF-8)를 사용하는 것이 좋습니다.



번역 관련 팁

- 01 일상에서는 온라인 번역기를 무난하게 사용할 수 있지만, 원어민에게는 번역기의 문장이 투박하거나 부적절하게 들릴 수 있습니다. 따라서 온라인 번역기만 사용하는 것은 바람직하지 않습니다.
- 02 일정 자격을 갖춘 현지 원어민에게 번역을 의뢰하면 내용이 정확할 뿐 아니라 문화적으로도 적절하고 매끄럽게 읽히는 번역이 가능합니다. 자체적으로 클라우드소싱 방식을 통해 번역을 하는 커뮤니티가 많습니다. 이 방식을 이용하면 기존 사용자로부터 고품질의 번역을 효과적으로 빠르게 받을 수 있습니다.
- 03 구어 표현과 'the best of both worlds' 또는 'call it a day'와 같은 관용 표현은 영어로만 의미가 있으니 직역하면 안 됩니다. 현지화 전에 생략하거나 다른 표현으로 바꾸세요.
- 04 내 콘텐츠에서 관용 구문과 번역 여부를 발췌하여 정리한 용어집을 활용해 보세요. 브랜드 단어의 의미와 표시 방법에 대한 지침을 만들어 사용할 수도 있습니다.
- 05 사이트에서 범용 언어 선택기(ULS)를 사용하세요. ULS를 사용하면 사람들이 내 콘텐츠를 읽을 때 원하는 언어를 쉽고 유연하게 설정할 수 있습니다.

- 06 웹사이트의 콘텐츠가 조만간 여러 위치에서 여러 언어로 게시되므로 국제 검색엔진 최적화 권장사항을 준수해야 합니다. 예를 들어 내 사이트의 어떤 버전이 게시되는지 Google 시스템이 인식할 수 있도록 [hreflang 태그](#)를 사용하세요.



현지화 검토하기

날짜, 기호, 통화가 올바른 형식을 갖추었는지 국가별로 항상 확인하세요. 예를 들어 일반적으로 영국에서는 날짜를 일/월/연도 형식으로 표시하지만, 미국에서는 월/일/연도 형식으로 표시합니다. 소수점과 천 단위 쉼표도 지역 기준에 맞게 사용해야 합니다.

이미지의 경우 문화적 차이를 고려해야 하며, 오버레이된 언어를 모두 번역해야 합니다. 텍스트가 삽입되지 않은 사진을 선택하는 것이 가장 좋습니다. 텍스트가 이미지에 포함되면 번역이 까다롭고 추가 비용이 듭니다.

글꼴이 번역 대상 언어에 적합한지 확인하여 가독성이 높은 글꼴을 사용하세요. Google Fonts를 사용하여 여러 언어를 테스트해 보고 모든 언어에 가장 적합한 글꼴을 선택하세요.

색상별 문화적 차이를 항상 고려해야 합니다. 예를 들어 파란색의 경우 북미와 유럽에서는 신뢰와 평온을 의미할 수 있지만, 중국에서는 축제 또는 기념행사와 관련이 있습니다.

번역된 사이트를 게시하기 전에 현지 원어민이 가독성을 확인하게 하세요. 지역에 따라 인터넷 연결 속도가 다를 수 있으니 현지 원어민에게 로드 시간도 확인해 달라고 요청하세요.



현지화된 사이트 게시 후 조치사항

사이트가 현지화되면 소셜 미디어를 포함한 온라인 채널을 통해 사이트를 홍보하면서 사용자에게 사이트가 운영 중임을 알려주세요.

현지화가 원래의 목표를 달성하는 데 도움이 되고 있는지도 확인해야 합니다. Google 애널리틱스를 보면 사이트 방문자 수, 사이트에 머문 시간, 이탈률을 언어별로 확인할 수 있습니다. 사이트에서 수익을 창출하고 있다면 신규 사용자 유입에 따라 수익이 어떻게 달라졌는지 확인해 보세요.

현지화를 하려면 시간이 꽤 걸리고 세심한 계획이 필요하지만, Google에서 제공하는 체크리스트와 핵심 팁을 참고하면 사용자의 눈길을 사로잡는 콘텐츠를 손쉽게 만들 수 있습니다.