

Elenco di controllo per la localizzazione

Prima di iniziare la localizzazione

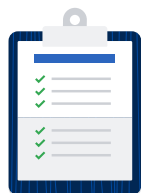
Controlla in quale parte del mondo vengono visti i tuoi contenuti, poi genera un [report sui dati geografici di Google Analytics](#) per ricavare ulteriori informazioni sul paese e sulla lingua utilizzati.

Localizzare un intero sito web può essere un'impresa titanica. Perché per il momento non traduci solo i tuoi contenuti più visti o i tuoi "grandi classici"? In questo modo ridurrai il time to market e faciliterai la massimizzazione del valore a lungo termine dei tuoi contenuti.

Studia la legislazione in materia di privacy e protezione dei dati in vigore nel nuovo mercato. In Europa, ad esempio, dovrai tenere conto del GDPR e assicurarti che il tuo sito soddisfi i requisiti legali europei. La cosa può essere complessa, quindi consulta un avvocato prima di lanciarti in questa avventura.

La localizzazione può essere anche abbastanza complicata. Un semplice foglio di lavoro va bene per i piccoli progetti, ma utilizza un sistema di gestione delle traduzioni per progetti più grandi. Ti aiuterà anche a snellire il processo e offrirà funzionalità extra per risparmiare tempo/costi come le "memorie di traduzione".

Tieni conto anche della piattaforma e del design utilizzati dal tuo sito web. Si può tradurre in più lingue? Anche lo spazio e il layout sono fondamentali. Ad esempio, le parole tedesche sono generalmente più lunghe di quelle inglesi e riempiono rapidamente la pagina. Altre lingue, come l'arabo, si leggono da destra a sinistra e alcuni siti non possono gestire i caratteri speciali. Consigliamo di utilizzare l'Unicode (UTF-8), poiché supporta tutti i caratteri, in qualsiasi lingua.



Suggerimenti per la traduzione

- 01** I programmi e le app di traduzione automatica online vanno bene per un uso personale, ma, se li utilizzi per i tuoi contenuti, un madrelingua potrebbe trovare il risultato strano o, peggio ancora, non appropriato. Quindi, è meglio non affidarsi a questi strumenti.
- 02** Coinvolgere un madrelingua qualificato ti assicurerà che le traduzioni non siano solo accurate, ma anche culturalmente corrette e comprensibili. Molte community fanno traduzioni in crowdsourcing, il che può essere un modo veloce ed efficace per ottenere contenuti di alta qualità da un pubblico già esistente.
- 03** Espressioni colloquiali e frasi idiomatiche come "a buon mercato" o "al volo" hanno senso in italiano, ma non si traducono facilmente. Rimuovile o sostituiscile sempre prima di effettuare la localizzazione.
- 04** Valuta l'utilizzo di un glossario per i contenuti che includa le espressioni più comuni e indichi se devono essere tradotte. Puoi anche dare indicazioni sulle parole legate al brand e su come dovrebbero essere usate.
- 05** Sul sito utilizza un ULS (Universal Language Selector). In questo modo chi visita il sito può facilmente configurare le preferenze di lingua quando legge i tuoi contenuti.

- 06 Il tuo sito web mostrerà a breve contenuti in diverse lingue e località, quindi assicurati di seguire le best practice internazionali per la SEO. Ad esempio, utilizza i [tag hreflang](#) per assicurarti che Google sappia quale versione del sito pubblicare.



Controlla il tuo progetto di localizzazione

Controlla sempre che le date, i simboli e la valuta siano nel formato corretto per ogni paese. Ad esempio, nel Regno Unito le date in genere sono nel formato GG/MM/AA, mentre negli Stati Uniti sono MM/GG/AA. Anche i separatori per decimali e migliaia devono essere adattati agli standard locali.

Assicurati che le immagini siano culturalmente adeguate e che qualsiasi testo scritto in immagini e video sia tradotto. Scegli idealmente immagini senza alcun testo incorporato; la presenza di testo nelle immagini rende le traduzioni più difficili e rappresenta un costo extra.

Controlla che i font che utilizzi funzionino bene nella nuova lingua e che il contenuto sia facile da leggere. Prova a utilizzare Google Fonts per fare prove con il testo in più lingue e scegli il font che dà complessivamente i migliori risultati.

Tieni sempre presente il significato culturale dei colori. Ad esempio, in Nord America e in Europa il blu è associato a fiducia e serenità, ma in Cina è associato a feste ed eventi celebrativi.

Prima di pubblicare il sito, fallo rivedere da un madrelingua per assicurarti che il testo sia di qualità. Anche le velocità di connessione variano nelle diverse zone del mondo, perciò chiedi di controllare anche i tempi di caricamento.



Dopo la pubblicazione

Ora che il tuo sito è localizzato, fai sapere al pubblico che è attivo e funzionante promuovendolo online e attraverso i social media.

Dovrai anche controllare se la localizzazione sta soddisfacendo i tuoi obiettivi iniziali. Google Analytics può aiutare in questo senso, poiché mostra quanti visitatori vanno sul sito, per quanto tempo vi rimangono e anche le frequenze di rimbalzo di ogni lingua. Inoltre, se stai monetizzando il sito, puoi misurare l'impatto del nuovo pubblico sulle entrate.

La localizzazione richiede tempo e un'attenta pianificazione, ma con il nostro elenco di controllo e i nostri consigli sarai sulla buona strada per creare contenuti interessanti che il tuo pubblico apprezzerà.