



谋全局者必先谋一隅， 要打开国际市场，必须 要因地制宜开展业务。

如今，全球各地的消费者都已接受并习惯于全渠道零售。您的品牌能否在各渠道提供一致体验，每次都让客户称心如意呢？

随着零售与电子商务之间的边界日渐模糊，上述问题就变得至关重要。那么，满足全球客户期望的关键是什么呢？答案就是将您的内容本地化，为世界各地的每一位用户提供贴合当地市场、满足用户需求的品牌体验。

全渠道零售为您的品牌开辟国际市场，本地化让您的产品走进千家万户。



您知道吗？



排名前 150 位的国际品牌的网站平均支持 32 种语言

Internet 用户使用最多的四种语言分别是：英语、汉语、西班牙语和阿拉伯语

网站使用最多的四种语言分别是：英语、俄罗斯语、德语和日语



到 2022 年，您需要支持 16 种语言才能覆盖全球 90% 的市场



60% 的消费者希望在与各个品牌接触时，商家能以其母语提供服务



中国 75% 的电子商务交易通过移动设备完成，交易额现已超出万亿美元



Z 世代已超过千禧一代，成为美国人数最多的年龄群体，其消费总额超出后者：一个是 1,000 亿美元，另一个只有 650 亿美元



Facebook 支持 107 种语言，这是它稳坐零售业热门社交渠道头把交椅的一大原因

消费者期望值跃升速度之快，已超出了商家对客户体验的改进速度

去年，消费者评选出的“卓越/优秀”商家数量减少了 7%

本地化对客户生命周期的每个阶段都意义非凡：

迅速吸引



快速转化



长久保留

改善全球客户体验

实时的多语言、多渠道支持

1

充分利用全球化的社交资源：社交媒体聆听、社区、论坛

2

简化全球数字营销：广告宣传、电子邮件营销活动、国际搜索引擎优化 (SEO)、移动电子商务、网站本地化

3

优化全球运营：产品库存管理 (PIM) 系统、类别映射、内容与商务平台 API、商业智能与数据分析

全球成功案例

本地化对国际品牌和微型跨国企业至关重要：

一家鞋类零售商在如今的全球市场中树立了“服务基准”，因其

24/7 全天候提供六种语言的 Twitter 支持

70% 某线上服装商城将其电子商务网站针对八个国家/地区进行了本地化，并支持多种语言，其交易转化率提升了 70%

某技术企业通过本地化维持其在亚洲的领先地位，甚至不惜在单个市场内以 22 种语言进行市场推广

以下零售品牌一直在全球化/本地化方面处于领先地位，持续不断地为他们的网站添加新的语言版本：
Zara、Nestle、Pampers 以及 IKEA

但最值得一提的是...

在全球范围内进行本地化比您想象的更加简单快捷。在云技术、自助服务工具以及全球专家的帮助下，您会发现全渠道功能现在随时随地触手可及。

想了解更多信息？
LIONBRIDGE.COM