



零售商若想邁向全球，得先掌握在地特色。

世界各地的消費者越來越習慣使用全通路零售，貴品牌能否跨越不同通路的藩籬，讓消費者與您的每次互動都能享有一致的體驗？

隨著零售與電子商務的界線越來越模糊，這個問題也越顯重要。怎麼做才能滿足全球客戶的期盼？關鍵就在於內容本地化，因為唯有如此，您才能打破地理藩籬，為無論身在何處的每一個使用者，提供真正符合品牌精神的相關體驗。

全通路能帶領品牌邁向全球，本地化則能協助品牌打動個人。



您知道嗎？



前 150 大全球品牌的網站平均支援 32 種語言

網際網路使用者使用最多的前四種語言是：英文、中文、西班牙文和阿拉伯文

網站使用最多的前四種語言是：英文、俄文、德文和日文



到 2022 年時，必須要使用 16 種語言，才能觸及 90% 的全球市場



60% 的消費者在接觸品牌時，期望能以他們的母語使用服務



在中國，75% 的電子商務購買是透過行動裝置完成，交易總額現已超過 \$1 兆美元



Z 世代 (Gen Z) 已超越千禧世代 (Millennials) 成為美國人口最多的一個世代，而且前者的消費比後者多出 \$650 億到 \$1,000 億美元



Facebook 支援多達 107 種語言，因此能穩居最熱門零售社群通路的寶座

客戶體驗的改善速度，已經趕不上消費者期望的增加速度

去年，獲消費者評比為「極佳/良好」的公司數減少了 7%

本地化能在整個客戶生命週期中發揮關鍵作用：

吸引目光
更迅速



銷售轉換
更快速



互動交流
更長久

增進全球客戶體驗

即時的多語言、多通路支援

1

善用全球社群能力：
社群媒體聆聽、社群、論壇

2

簡化全球數位行銷：
廣告投放、電子郵件廣告活動、國際搜尋引擎最佳化 (SEO)、行動商務、網頁本地化

3

最佳化全球營運：
產品庫存管理 (PIM) 系統、類別對映、內容與商務平台的 API、商業智慧與資料分析

全球成功案例

本地化是全球品牌與微型跨國企業獲致成功的關鍵要素：

某鞋類零售商成功地在今日的全球市場打下基礎站穩腳步，其關鍵就在於他們能
全天候 在 twitter 上以六種語言提供支援

70%
某線上服飾店將他們八個國家/地區的電子商務網站本地化為多種語言的網站，轉換率因而增加了 70% 之多

一間科技公司藉由本地化保持他們在亞洲市場的優勢地位，包括在單一市場中推出 22 種語言版本

部分零售商在全球化/本地化方面持續保持領先，並為網站增添其他新語言，這些零售商包括：Zara、Nestle、Pampers 和 IKEA

好消息是.....

全球規模的本地化工作，並沒有您想像的那麼難，可以更快而輕易地完成。在雲端技術、全球專家以及自助式工具的從旁協助下，您會發現全通路能力並不是遙不可及的夢想，而是隨時隨地唾手可得的能力。

想進一步了解？
LIONBRIDGE.COM