



소매 업체가 글로벌로 나아가려면 현지화가 필요합니다.



전 세계의 소비자는 옴니채널 소매 방식에 젖어두고 있습니다. 소비자가 귀사의 브랜드를 방문할 때마다 일관된 경험을 제공하고 있습니까?

소매업과 전자 상거래 사이의 경계가 점점 더 모호해짐에 따라 이러한 질문이 중요하게 대두되고 있습니다. 전세계 고객의 기대를 충족하기 위한 핵심은 무엇일까요? 자사의 콘텐츠를 로컬라이즈하여 전 세계 어느 지역의 사용자에게나 진정성 있고 공감이가는 브랜드 경험을 제공할 수 있어야 합니다.

옴니채널을 통해 브랜드를 글로벌화하고 로컬라이제이션을 통해 브랜드를 개인화해야 합니다.

알고 계셨나요?



최상위 150개 글로벌 브랜드의 웹사이트는 평균적으로 32개 언어를 지원하고 있습니다.

인터넷 사용자가 가장 많이 사용하는 4가지 언어: 영어, 중국어, 스페인어, 아랍어

웹사이트에서 가장 많이 사용되는 4가지 언어: 영어, 러시아어, 독일어, 일본어



2022년까지 전 세계 잠재적 소비자의 90%에게 다가가는 데 **16개 언어가 필요할 것으로 전망되고 있습니다.**



전체 소비자의 60%가 브랜드를 방문할 때 모국어 서비스를 기대하고 있습니다.



중국 전자 상거래 구매액의 75%는 모바일 거래를 통한 것이며 이제 그 규모가 **1조 달러를 넘어섰고 있습니다.**



Z세대의 수는 이제 미국에서 가장 두터운 인구 층인 Y세대를 앞지르고 있으며 소비 지출 측면에서도 **1천억 달러로 Y세대의 650억 달러를 상회하고 있습니다.**



페이스북은 107개 언어를 지원하므로 소매업에 있어서 가장 인기있는 소셜 채널의 위상을 유지하고 있습니다.

소비자의 기대치는 사용자 환경의 실제 향상 속도가 따라잡기 어려운 정도로 빠르게 높아지고 있습니다.

지난해에 소비자로부터 "우수함/양호함" 등급을 받은 기업의 수는 7% 감소했습니다.

고객 주기 전반에 걸쳐 로컬라이제이션으로 차이를 만들어냅니다.

더 빠른 캡처



더 빠른 전환



더 지속적인 고객 관계

전세계 고객의 사용 환경 개선

실시간 다국어 다중 채널 지원

1

글로벌 소셜 미디어 활용: 소셜 미디어 청취, 커뮤니티, 포럼

2

글로벌 디지털 마케팅의 효율성 향상: 광고, 이메일 캠페인, 국제 검색 엔진 최적화 (SEO), 모바일 상거래, 웹 로컬라이제이션

3

글로벌 운영 최적화
제품 재고 관리(PIM) 시스템, 카테고리 매핑, 콘텐츠 및 상거래 플랫폼용 API, 비즈니스 인텔리전스 및 데이터 분석

글로벌 성공 사례

로컬라이제이션은 글로벌 브랜드와 소규모 다국적기업 (Micro-multinational)을 위한 성공의 열쇠입니다.

한 신발 소매업체가 다음의 사례를 통해 오늘날 글로벌 시장에서 탄탄한 입지를 확보했습니다.

24/7 트위터 지원 6개 언어

70% 한 온라인 의류 판매업체가 자사의 전자 상거래 사이트를 8개 국가에서 다국어로 로컬라이즈하여 **구매 전환율을 70%나** 끌어올렸습니다.

한 기술 업체가 단일 시장 한 곳에서 **22개 언어로 출시하는 등** 로컬라이제이션을 통해 아시아에서 선도적인 위치를 유지하고 있습니다.

지속적으로 글로벌라이제이션/로컬라이제이션을 선도하며 새로운 언어를 웹사이트에 추가 중인 **소매 업체로는 Zara, Nestle, Pampers** 및 **IKEA**가 있습니다.

그러나 그 무엇보다도

글로벌 차원의 로컬라이즈는 생각보다 빠르고 손조롭게 진행되고 있습니다. 클라우드 기술, 글로벌 전문가, 셀프 서비스 툴을 사용하여 **언제 어디서든 옴니채널 역량을 손쉽게** 구현할 수 있습니다.

자세히 알아보시겠습니까?
LIONBRIDGE.COM