



## CUANDO EL COMERCIO SE GLOBALIZA, ES EL MOMENTO DE LOCALIZAR.

Particulares de todo el mundo se han pasado ya al comercio omnicanal. ¿Les está ofreciendo una experiencia de marca coherente cada vez que interactúan con ella?

Los límites entre el comercio y el comercio electrónico son cada vez más difusos. Por eso resulta vital esta pregunta: ¿cuál es la clave para satisfacer las expectativas de un cliente global? Respuesta: localizar el contenido para ofrecerle una experiencia de marca relevante y auténtica con independencia de en qué parte del mundo se encuentre.

La omnicanalidad internacionaliza su marca, pero la localización la acerca a los consumidores.



### DATOS DE INTERÉS



Los sitios web de las 150 marcas multinacionales más importantes están traducidos a una media de 32 idiomas.

Los cuatro idiomas más hablados por los usuarios de internet: inglés, chino, español y árabe.

Los cuatro idiomas más utilizados en sitios web: inglés, ruso, alemán y japonés.



En 2022, solo serán necesarios 16 idiomas para llegar al 90 % de los bolsillos de todo el mundo.



El 60 % de los consumidores espera recibir atención en su idioma materno cuando se pone en contacto con una marca.



En China, el 75 % de las compras por internet se realiza a través de dispositivos móviles y, en la actualidad, supera el billón de USD.



La generación Z ha superado a los miléniales como la generación más numerosa en los EE. UU., con un gasto de entre 100 000 y 65 000 millones de millones de USD.



La plataforma Facebook está traducida a 107 idiomas, por este motivo es la red social favorita del comercio.

Las expectativas de los consumidores avanzan mucho más rápido que las mejoras en la experiencia del cliente.

El número de marcas calificadas como "excelentes" o "buenas" por los usuarios cayó un 7 % el año pasado.

Durante todo el ciclo de vida del cliente, la localización es lo que marca la diferencia:



#### MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE GLOBAL

Asistencia multilingüe y multicanal en tiempo real

1

##### APROVECHAMIENTO DE LAS REDES SOCIALES GLOBALES:

Escucha activa de redes sociales, comunidades, foros...

2

##### OPTIMIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL GLOBAL:

Anuncios, campañas a través del correo electrónico, SEO internacional, comercio móvil, localización de sitios web...

3

##### OPTIMIZACIÓN DE LAS OPERACIONES GLOBALES:

Sistemas de gestión de información del producto (PIM), asignación de productos a categorías, API para plataformas de contenido y comercio, inteligencia empresarial y análisis de datos...

#### HISTORIAS DE ÉXITO DE CLIENTES

La localización es la clave tanto para las grandes marcas multinacionales como para las micromultinacionales.

Un comerciante de calzado puede lograr más en el mercado internacional actual con solo ofrecer:

**24/7** Asistencia a través de Twitter en seis idiomas.

Una tienda de ropa en línea aumentó sus conversiones en un 70 % tras localizar su sitio web de comercio electrónico en ocho países y a distintos idiomas.

Una empresa tecnológica conserva el primer puesto en Asia gracias a la localización, incluida la traducción a 22 idiomas dentro de un único mercado.

Algunas de las empresas que continúan siendo líderes en globalización y localización, y que siguen añadiendo idiomas a sus sitios web, son: **Zara, Nestle, Pampers e IKEA.**

#### PERO LO MEJOR DE TODO ES QUE...

La localización a escala global es más rápida y sencilla de lo que imagina, ya que, gracias a la tecnología en la nube, a expertos globales y a herramientas autoservicio, **tendrá acceso a capacidades omnicanal en cualquier momento y lugar.**

¿Desea obtener más información?  
LIONBRIDGE.COM