

2 simples y poderosas razones para traducir tu tienda virtual

Escrito por R. G. 30 de diciembre de 2018, domingo.

Después de muchos años intentando arraigar en nuestro país, el ecommerce – traducción de comercio electrónico- está empezando a dar sus buenos frutos. Poco a poco los especialistas del marketing han ido borrando la tradicional desconfianza del consumidor europeo a “comprar sin tocar” y, por fin, vemos como el sector se consolida, crece y comienza a escribir en negro sus cuentas de resultados. Es más, el imparable avance de las tecnologías de la información y la comunicación ha propiciado el nacimiento de un nuevo término primo hermano del ecommerce: el m-commerce, también conocido como comercio móvil o comercio electrónico móvil; una imparable tendencia de compra que utiliza como soporte el teléfono inteligente, una tendencia de consumo que dará mucho que hablar en este año 2015.

[Okodia-Grupo traductor](#) es una [agencia de traducción](#) y desde nuestra experiencia podemos afirmar que los clientes que deciden escoger una [traducción de e-commerce](#) a diferentes idiomas han visto cómo crecían sus ventas. Hoy queremos compartir con todos los lectores de “solomarketing” un artículo que te va a interesar si trabajas en el sector del comercio electrónico o si estás valorando dar ese paso y comenzar a vender tus productos y servicios en otros mercados diferentes al español. Hoy desde Okodia vamos a intentar convencerte aportando datos concretos y muy claritos: 2 simples y poderosas razones para [traducir tu página web](#).

Razón 1: una premisa: los clientes prefieren comprar en su idioma

Seguro que has escuchado esta afirmación no una, sino mil veces: la mayor parte de los clientes compran en los sitios web escritos en su propio idioma. Este hecho no es ninguna novedad, es una estrategia de venta que los comerciantes llevan practicando desde hace muchos años. Extrapolemos la premisa al mercado de la venta minoritaria tradicional: en tus viajes al extranjero ¿no prefieres hacer tus compras en una tienda en la que los dependientes dominen tu idioma? ¿Los turistas que visitan nuestro país no prefieren visitar restaurantes, comercios y espectáculos en los que se hable su propia lengua? Este hecho tan lógico y mil veces probado parece que todavía no ha calado en profundidad en los nuevos comerciantes online, así que Okodia te lo demuestra con números:

2 simples y poderosas razones para traducir tu tienda virtual

Escrito por R. G. 30 de diciembre de 2018, domingo.

¿Conoces la revista Harvard Business Review? Esta publicación online publicó hace tiempo un interesante artículo sobre la incidencia del idioma en los hábitos de consumo de los clientes ecommerce. Según este artículo, el lenguaje de la página web es determinante a la hora de que un cliente foráneo decida comprar o no. Las cifras lo dicen todo:

- Más de un 72% de los consumidores pasan su tiempo de navegación visitando entornos web que hablan su propio idioma o que ponen a su disposición una traducción de los textos de alta calidad.

- Cerca de un 73% de los ciberclientes afirmaron que preferirían comprar un producto si su descripción estaba redactada en su lengua materna. Además, más de un 56% de los clientes aseguraron que preferían enterarse bien de lo que estaban comprando a que la tienda virtual les ofreciera descuentos en su compra.

Desde el punto de vista del idioma, el comercio electrónico español tiene una importante ventaja competitiva: el español es la segunda lengua más hablada del mundo después del chino. Que 406 millones de personas hablen español es una ventaja para nuestra tienda virtual, pero ¿por qué no intentar llegar también a esos 335 millones de posibles clientes que hablan inglés? ¿Y a ese ingente mercado chino de casi 1.200 millones de hablantes? En estos años de economía convulsa nuestro sector comercial tiene una puerta abierta: el acceso a través de la red de redes a un ingente número de mercados y de clientes. ¿La clave del éxito? Hablar el idioma de esos clientes traduciendo los contenidos de tu tienda virtual.

Razón 2: Europa más cerca que nunca.

Recientemente la prestigiosa Consultora Forrester – gran conocida por los profesionales del

2 simples y poderosas razones para traducir tu tienda virtual

Escrito por R. G. 30 de diciembre de 2018, domingo.

marketing – publicó un estudio sobre las expectativas económicas del comercio electrónico de ahora al 2017. Los resultados del estudio no han sorprendido a los expertos del sector, pero sí a los vendedores y a los consumidores virtuales.

Según Forrester, en el 2017 el comercio electrónico en Europa llegará a vender la pasmosa cifra de 191.000 millones de euros. Con un crecimiento anual de más de un 10%, se estima que los comercios electrónicos europeos prácticamente liderarán las ventas mundiales on-line. En principio, España no se quedará a la cola de esos datos positivos, pero como todos sabemos el impacto económico del comercio electrónico en nuestro país es todavía mucho menor que el de nuestros vecinos europeos cercanos. Hoy por hoy, la cuota de mercado del comercio electrónico español está en torno al 3,5%, una cifra muy lejana a ese 12% del Reino Unido, al 9% del la economía alemana o al 7,5% de la fronteriza Francia.

Analizando estos dos grupos de datos, el previsible crecimiento del comercio electrónico en Europa y la escasa repercusión actual del mismo en el mercado español, vemos cómo se perfila la denominada “razón 2” de por qué invertir en traducir nuestro entorno web a los idiomas de la Unión Europea. Si el inglés, el francés y el alemán son los tres idiomas mayoritarios que hablan nuestros futuros clientes europeos ¿por qué no traducir a esos idiomas la información corporativa y los productos que vendemos a través de nuestra tienda virtual? Estamos en Europa, vendamos en Europa.

Internet ha roto muchas barreras trasnacionales, pero todavía queda una que solo puedes romper tú: la barrera idiomática. Si te decides a comerciar con el mundo entero no puedes limitarte a comunicarte en un solo idioma o en traducir automáticamente los textos de tu web.

Okodia, la [agencia de traducción en Barcelona](#) , ha traducido decenas de entornos web, así que podemos hablar desde la experiencia: te juegas mucho, nada más y nada menos que llegar a convencer – o no- a los millones de clientes potenciales que quieren informarse en su idioma antes de decidirse a comprar tus productos. ¿La respuesta?: traducir tu tienda virtual.