Как понять, хорошо ли переведен сайт?

Если вы задаетесь таким вопросом, то более вероятным является другой: работает ли сайт, переведенный на иностранный язык? Этот вопрос гораздо ближе к той цели, для которой выполнялся перевод веб-сайта. Чтобы понять, работает переведенный сайт или нет, надо четко сформулировать критерии, которые важны именно вам. Например:

- Сайт не привлекает посетителей
- Сайт не зарабатывает деньги
- Сайт отпугивает клиентов

Разберем каждый из критериев подробно. Сайт переведен, работоспособен, но имеет крайне низкую посещаемость. Для каждой темы в интернете можно найти и вычислить усредненные значения посещаемости сайта. Понятно, что сайт по продаже профессионального холодильного оборудования никогда не сравнится по посещаемости с игровым сервером или облачным почтовым клиентом, и сравнивать их посещаемости неадекватно. Однако если переведенный сайт значительно, на порядок и более, отстает по посещаемости от ближайших конкурентов, то это повод задуматься о привлечении оптимизатора, или, как принято называть, SEO-аналитика.

Вполне возможно, что при переводе сайта был сохранен смысл с точки зрения лингвиста, однако специалист в области позиционирования сайта может применять другую лексику, терминологию. Все это становится важным, если в запросах пользователей поисковых систем встречаются иные фразы и слова, чем те, которые используются в заголовках и текстах переведенного веб-сайта.

Совсем по-другому стоит задача оптимизации веб-сайта, если переведенный сайт имеет стабильную, близкую к средней по рынку посещаемость, удерживает интерес посетителей (об этом ниже), но не зарабатывает деньги. Что значит для сайта "зарабатывать деньги"? Ведь каждый сайт в интернете создается или переводится для какой-либо цели: продажи (товаров, рекламы), предложение услуг, продвижение проектов и др. Достижение цели сайтом сводится к выводу пользователя на заданную страницу (заказа, контактов) и попутной подготовке пользователя к покупке. Но порой эта цель не достигается. Почему? Ответ вам даст профессиональный интернет-маркетолог, проведя исследование переведенных текстов веб-сайта и переходов пользователей по ссылкам сайта (путей по сайту).

Иногда случается даже обратный эффект от переведенного сайта. Вместо рекламы услуги или товаров можно получить отток покупателей из-за некорректной работы сайта, например, некорректного отображения текста на иностранном языке, некачественного контента сайта, созданного по вине непрофессионального переводчика, или недостатка нужной клиенту информации, например, контактов или характеристик товара.

Как понять, что именно перевод сайта является причиной потери потенциальных клиентов? Об этом свидетельствует слишком малое время пребывания на страницах сайта (обычно менее 10 секунд). Переведенный сайт может быть создан не в той кодировке, в которой его отображает сервер. На сайте могут быть пропущены при переводе страницы, если был выполнен частичный перевод сайта и верстальщик и веб-мастер не отследили выпавшие страницы, а пользователи попадают на них из поисковых систем.

Самым распространенным случаем является неверный перевод, выполненный неквалифицированным специалистом и не вычитанный носителем того языка, на который был переведен сайт. В этом случае в тексте попадается столько ошибок, опечаток и несуразностей, что потенциальный потребитель услуги или покупатель товара, описанного на сайте, решает отказаться от дальнейшей покупки.

Любой из перечисленных выше критериев по-своему важен при оценке работоспособности сайта, переведенного на иностранный язык. Выполнить аудит сайта может только носитель языка, являющийся при этом активным пользователем интернета, поисковых систем (Google, Yandex, Baidu) и знакомый с принципами контекстной рекламы (Direct, Adwords) контекстных сетей (Adsense). Бюро переводов Фларус обладает необходимыми компетенциями и исполнителями для выполнения подобных задач. Для расчета стоимости аудита, стоимости перевода сайта и цены создания и ведения рекламных компаний для сайта вы можете обратиться к менеджеру нашей компании.

Russia, Moscow,
24/3, Myasnitskaya, office 23
+7 495 5047135 (9-30..17-30)
info@flarus.ru
http://www.flarus.ru