

LIONBRIDGE

GUÍA PARA EL COMPRADOR DE SERVICIOS
DE LOCALIZACIÓN:

10 PASOS PARA ENCONTRAR EL SOCIO PERFECTO



SU ORGANIZACIÓN TIENE UNA VOCACIÓN GLOBAL



Desea llegar a todas partes. Pero sus clientes buscan un trato cercano, local. Y ahí está el reto.

Su marca es **global**, es decir, uniforme, de largo alcance y coherente, y al tiempo es una marca **local**, flexible, con matices y próxima. ¿Cómo logra alcanzar un equilibrio entre estas prioridades aparentemente en conflicto?

Introduzca la localización.

Quedan ya muy lejos aquellos días en que bastaba con hacer una traducción. Una traducción puede comunicar lo básico de un idioma a otro, pero las marcas de hoy día ya asumen lo que sospechaban desde hace tiempo: los consumidores son cualquier cosa *menos* básicos y el trato y la personalización importan más que nunca. Si usted confía solo en la traducción no logrará establecer relaciones con los clientes que buscan experiencias personales en cada rincón del mundo.

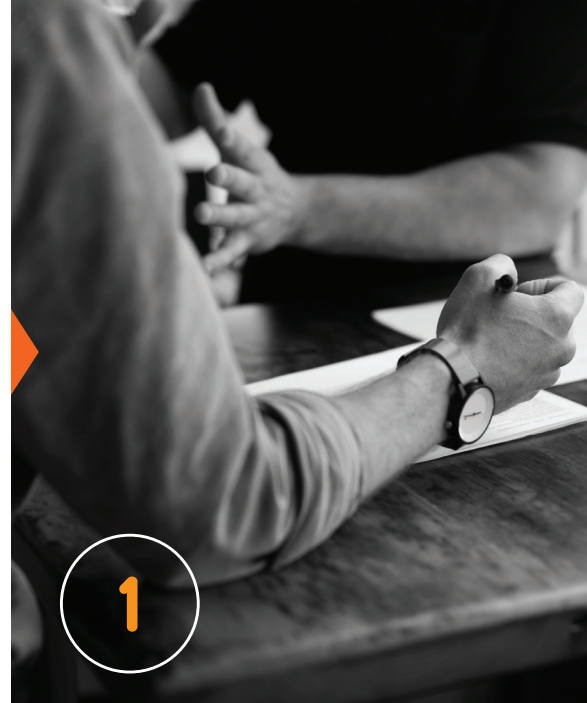
Y ello se debe a que las relaciones dependen de las *emociones* y el modo de desatar esas emociones que generan la lealtad del cliente varía de una región, cultura o contexto a otro. En resumen, necesita ajustar la voz uniforme y coherente de su marca para adaptarla a los dialectos y normas locales de todos y cada uno de sus clientes en el mundo. Necesita un proceso de localización.

Y ese es el punto en el que se encuentra, listo para ser más global, y más local, que nunca. Pero para ello tiene que hacer algunas compras. Aquí le ofrecemos una guía para saber qué comprar cuando necesita servicios de localización.

INVESTIGUE A FONDO

Su socio de localización empezará por realizar una profunda investigación de su negocio. Haga usted otro tanto. Empiece por conocer a su posible socio de localización en profundidad. ¿Son líderes del sector con más de 20 años de experiencia o son relativamente nuevos en este campo? ¿Hablan samoano, uzbeko o suajili (y *todos* los idiomas de sus clientes)? ¿Son capaces de prestar sus servicios con puntualidad y ajustándose al presupuesto en *todo* momento?

Pregunte en cuántos idiomas pueden darle soporte. Averigüe si su equipo de traductores está integrado solo por lingüistas o por lingüistas *y* expertos en las distintas materias. Analice el historial del equipo de dirección. Sea curioso. Pregunte. Investigue por Internet. **Cuanto más sepa sobre ellos, más inteligente será la decisión que tome.**



1



2

VAYA AL DETALLE

Contratar a un socio de localización implica, como mínimo, comprender los servicios que este presta. Vaya un paso más allá.

¿Ofrecen también recursos especiales para cubrir sus necesidades específicas? ¿Han creado plataformas de tecnología para cubrir esas necesidades rápidamente? ¿Qué tipo de información van a facilitarle y cómo puede usted medir sus avances?

Haga estas tres preguntas antes de firmar.

CONSIGA EL AJUSTE PERFECTO

Asegúrese de que su proveedor de servicios de localización tiene la agilidad suficiente para ajustarse a cualquier aumento o disminución de volumen que su empresa necesite. ¿Podrán asumir proyectos de grandes dimensiones en tiempos muy ajustados? ¿Pueden prestarle la atención personalizada que usted necesita? Asegúrese de que quede clara la asignación de los recursos internos frente a recursos externalizados.

Pida ejemplos de clientes de un tamaño similar al suyo con necesidades similares. **Es importante encontrar el proveedor óptimo, el que se ajusta como un guante a sus necesidades.**



3



APLIQUE CRITERIOS DE CANTIDAD Y CALIDAD

Imagine una red de miles de expertos en cada país que llevan su mensaje a los mercados locales. Deje de imaginar. Su socio de localización debería ser capaz de proporcionarle los lingüistas y expertos en la materia que necesita para tener la certeza de que su mensaje suena auténtico en todos los mercados a los que se dirige.

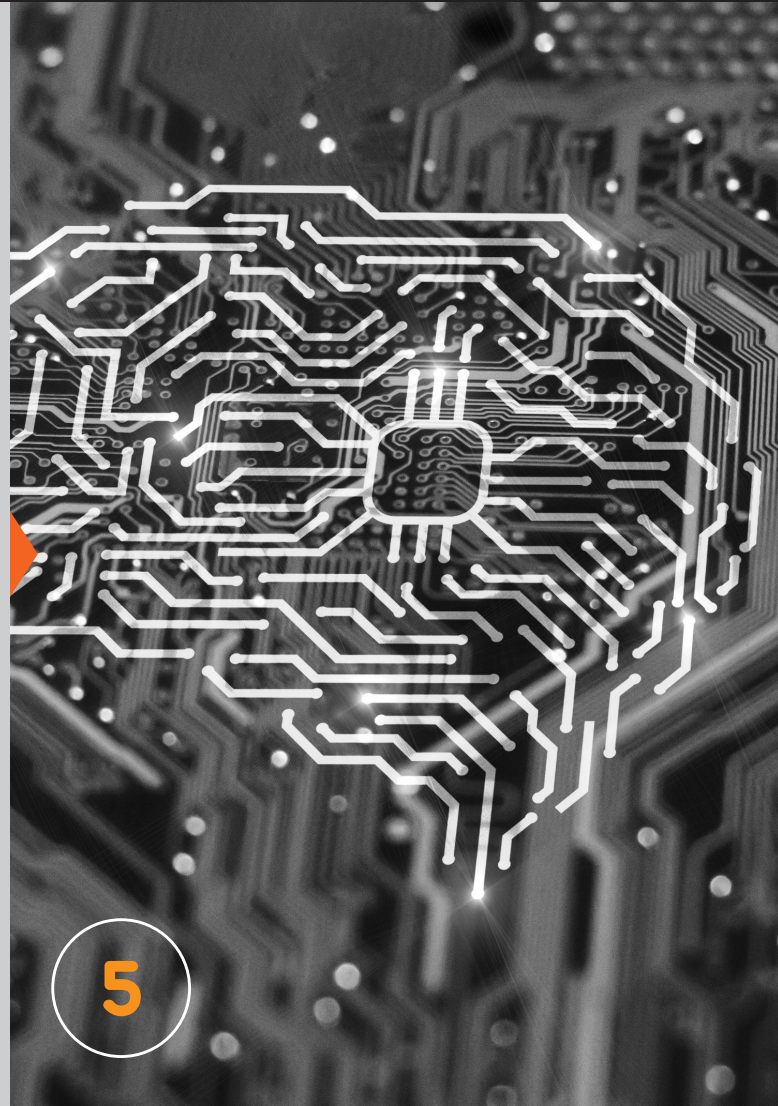
Tómese el tiempo necesario para estudiar el alcance mundial de la cadena de suministro de sus posibles socios. Saber cómo seleccionan y eligen sus recursos y subcontratistas (y si el uso de subcontratistas es transparente) puede ayudarle a determinar si son una buena opción.

¿Son capaces de gestionar sus necesidades lingüísticas? ¿Pueden encajar picos estacionales? ¿Vacaciones? ¿Urgencias de última hora? **No deje de preguntarlo.**

ACEPTE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Encontrar un proveedor de servicios de localización que optimice la velocidad, el volumen y la calidad puede ser una tarea ardua. El secreto está en la inteligencia artificial. Gracias a ella, su posible proveedor puede estar a la altura de sus necesidades de velocidad dentro de unos costes razonables. Es esencial que su socio de localización utilice (e incluso cree) tecnologías que mejoran la velocidad, la precisión y los procedimientos. (Y no, eso no significa que hayan sustituido a las personas por robots).

¿Tienen el compromiso de utilizar un único software de traducción automática o cuentan con un enfoque mejor que les permite adaptar sus procesos a las necesidades de cada cliente? ¿Innovan en el proceso de traducción para sacar el máximo partido de la dedicación de los traductores humanos, al tiempo que garantizan la calidad y la velocidad? **Pregunte cómo utilizan las tecnologías de traducción y la inteligencia artificial como complemento de sus hablantes nativos y sus expertos lingüísticos.**



CONTROLE SU GESTIÓN

Sencillamente, cuanto mejor sea la gestión de su socio de localización, más fácil le hará este la vida. Empiece por saber si destinan un recurso específico para la comunicación diaria y la gestión de la carga de trabajo.

Verifique, asimismo, si el equipo de gestión recopila todos los comentarios relacionados con el proyecto y los datos de rendimiento de sus subcontratistas; **eso será un buen indicativo de si su posible socio se centra en la mejora constante o solo en terminar los proyectos.**



6



7

COMPRENDA EL DÍA A DÍA

Si se dirige a clientes en muchos mercados, debe ser consciente de que deberá invertir mucho tiempo de calidad con su equipo de localización. Antes de elegir a su socio, conozca cómo va a ser la relación con ellos a diario. ¿Cómo entregan los proyectos y servicios? ¿Qué controles lingüísticos y técnicos realizan en el material original antes de iniciar la traducción? ¿Contratan a expertos en la materia? ¿Quién será la persona de contacto diario?

Conocer el día a día de su socio le permitirá hacerse una idea mejor de cómo se integrará este en los procesos establecidos en su empresa y, es de esperar, cómo podrá mejorarlos.

ESTABLEZCA SUS CONDICIONES

El lenguaje evoluciona constantemente. ¿Su socio de localización es capaz de estar al día? Es muy importante que encuentre un proveedor que pueda prestar servicios para la creación y el mantenimiento de la terminología. Las guías de estilo y los glosarios terminológicos ofrecen a los expertos en localización las herramientas esenciales para garantizar un contenido de marca coherente y atractivo que llega a los clientes en todo el mundo, dondequiera que se encuentren.

Interésese por aspectos concretos de los procesos y analice cómo mantienen la terminología multilingüe.



8



ASEGÚRESE DE QUE SE APLICAN CONTROLES DE CALIDAD

Los errores minan la confianza de los consumidores. Por eso es importante averiguar si su socio de localización ofrece controles de calidad lingüísticos y técnicos, y si dichos controles son independientes de la producción. Verifique qué clase de modelos y estándares de calidad utiliza el socio y cómo van a compartir con usted los resultados de esas evaluaciones.

El control de calidad es en parte arte, en parte ciencia, y una de las cosas más importantes que su socio de localización puede ofrecerle. Algunos proveedores (¿se pregunta cuáles?, pues, para empezar, quienes esto redactan) le ofrecen incluso servicios de control de calidad independientes e imparciales que **le ayudan a introducir mejoras en todo su contenido traducido.**

COMPRUEBE LA SOLVENCIA FINANCIERA

Haga preguntas directas para determinar el estado general de las políticas, los procedimientos y el rendimiento en materia de Cuentas por cobrar y Cuentas por pagar de sus posibles socios. Esos factores son indicadores clave de una cadena de suministro estable **y elementos muy importantes para construir una relación con su empresa satisfactoria a largo plazo.**



¿LISTO PARA DAR EL SIGUIENTE PASO?

Siga nuestro consejo y aplíquenos esta guía: llámenos y vea cómo respondemos a las preguntas anteriores.

En Lionbridge, creamos sólidas relaciones con las empresas más grandes del mundo, para que estas, a su vez, puedan crear sólidas relaciones con sus clientes. **Estamos listos para hacerlo por usted.**

MÁS INFORMACIÓN EN
[LIONBRIDGE.COM](https://www.lionbridge.com)

LIONBRIDGE

© 2019 Lionbridge. Todos los derechos reservados.