



LORSQUE LES DÉTAILLANTS VISENT L'INTERNATIONAL, ILS DOIVENT PENSER À L'ÉCHELLE LOCALE.

Les consommateurs du monde entier se tournent vers le commerce omnicanal. Leur offrez-vous une expérience uniforme chaque fois qu'ils interagissent avec votre marque ?

Tandis que les frontières entre la vente au détail et l'e-commerce s'amenuisent, cette question devient essentielle. Vous souhaitez connaître le secret pour répondre aux attentes des clients à l'échelle mondiale ? Il vous suffit de localiser votre contenu, afin d'offrir à chaque utilisateur des expériences de marque pertinentes et authentiques, quel que soit son lieu de résidence.

L'omnicanal confère à votre marque une portée globale, et la localisation crée une expérience personnalisée.



LE SAVIEZ-VOUS ?



Les sites Web des 150 premières marques mondiales prennent en charge 32 langues en moyenne

Les quatre langues les plus utilisées par les internautes :

l'anglais, le chinois, l'espagnol et l'arabe

Les quatre langues les plus utilisées sur les sites Web :

l'anglais, le russe, l'allemand et le japonais



D'ici 2022, 16 langues suffiront à atteindre 90 % du portefeuille mondial



60 % des clients attendent un service dans leur langue maternelle lorsqu'ils entrent en contact avec une marque



75 % des achats en ligne chinois se font sur mobile et dépassent dorénavant mille milliards de dollars



La génération Z a surpassé la génération Y en matière de population aux États-Unis, et elle représente 100 milliards de dollars contre 65 milliards de dollars



Avec 107 langues prises en charge, Facebook conserve son statut de réseau social le plus populaire pour les enseignes de vente au détail

Les attentes des clients augmentent plus rapidement que les améliorations en matière d'expérience client

Le nombre d'entreprises jugées « excellentes/bonnes » par les clients a chuté de 7 % l'année dernière

Au cours du cycle de vie des clients, la localisation fait une réelle différence :

touchez PLUS TÔT



convertissez PLUS RAPIDEMENT

fidélisez sur le LONG-TERME

AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT INTERNATIONALE

Assistance multicanal et multilingue en temps réel

1

EXPLOITER LES RÉSEAUX SOCIAUX MONDIAUX :

Écoute des réseaux sociaux, communautés, forums

2

RATIONALISER LE MARKETING NUMÉRIQUE GLOBAL :

Publicité, campagnes d'e-mailing, référencement naturel (SEO) international, localisation Web

3

OPTIMISER LES OPÉRATIONS MONDIALES :

Systèmes de gestion des stocks (PIM), mapping de catégorie, API pour plate-formes de commerce et de contenu, business intelligence et analyse de données

TÉMOIGNAGES DE RÉUSSITE À L'ÉCHELLE MONDIALE

La localisation est essentielle aux marques internationales, ainsi qu'aux microentreprises et aux multinationales :

Un détaillant de chaussures établit les bases sur le marché international actuel en proposant

24/7 une assistance sur Twitter en six langues

70%

Un magasin de vêtements en ligne a augmenté ses conversions de 70 % en localisant son site de vente en ligne pour huit pays et en de nombreuses langues



Une société de technologie conserve sa position de leader en Asie grâce à la localisation, et notamment au déploiement de 22 langues dans un marché unique

Parmi les détaillants qui restent leaders en matière de globalisation/localisation et continuent d'ajouter de nouvelles langues à leurs sites Web, nous trouvons **Zara, Nestlé, Pampers, et IKEA**

MAIS SURTOUT...

La localisation à l'échelle internationale s'avère plus rapide et plus simple que vous ne le croyez. Grâce à la technologie du Cloud, aux experts internationaux et aux outils de libre-service, vous constaterez que les fonctionnalités omnicanales sont dorénavant à votre portée, partout et en toutes circonstances.

Vous souhaitez en savoir plus ?
LIONBRIDGE.COM