



I RIVENDITORI GLOBALI HANNO BISOGNO DI UN APPROCCIO LOCALE.

I consumatori di tutto il globo sfruttano sempre di più il retail omnicanale. Voi siete già in grado di offrire un'esperienza cliente coerente ad ogni punto di contatto tra il vostro marchio e i consumatori?

Si tratta di una questione molto importante, dal momento che i confini tra retail ed e-commerce si fanno sempre più labili. Il segreto per soddisfare le aspettative dei clienti globali è localizzare tutti i contenuti, in modo da offrire sempre, e ovunque nel mondo, esperienze del marchio autentiche e rilevanti.

Gli strumenti omnicanale rendono il vostro marchio globale, la localizzazione aggiunge connotazioni personali.



DA SAPERE:



I siti web dei 150 maggiori marchi globali utilizzano una media di 32 lingue

Le quattro lingue più parlate dagli utenti di internet:

inglese, cinese, spagnolo e arabo

Le quattro lingue più usate dai siti web:

inglese, russo, tedesco e giapponese



Entro il 2022, saranno necessarie 16 lingue per raggiungere il 90% degli acquirenti mondiali



Il 60% dei consumatori si aspetta di essere servito nella sua lingua madre, quando entra in contatto con i marchi



In Cina, il 75% degli acquisti e-commerce avviene tramite tecnologia mobile superando i 1000 miliardi di dollari



La Generazione X è diventata la generazione statunitense più popolosa, con una spesa pari a 100 miliardi di dollari, contro i 65 dei Millennial



Facebook supporta 107 lingue, rimanendo, in questo modo, il canale social di maggior successo per il retail

Le aspettative dei consumatori crescono tanto velocemente che i miglioramenti dell'esperienza cliente non riescono a tenere il passo

Lo scorso anno, il numero di aziende valutate come "eccellenti/ottime" dai consumatori è sceso del 7%

Durante il ciclo di vita del cliente, la localizzazione fa la differenza:

catturare
SUBITO



convertire
VELOCEMENTE



coinvolgere
A LUNGO

POTENZIARE L'ESPERIENZA CLIENTE A LIVELLO GLOBALE

Supporto multicanale, multilingue e in tempo reale

1

SFRUTTARE I SOCIAL GLOBALI:

Social media listening, comunità, forum

2

OTTIMIZZARE I PROCESSI DI MARKETING DIGITALE GLOBALI:

Pubblicità, campagne via mail, SEO internazionale, m-commerce, localizzazione web

3

OTTIMIZZARE LE ATTIVITÀ GLOBALI:

Sistemi PIM (Product Inventory Management), mappatura delle categorie, API per piattaforme di contenuto e commerciali, business intelligence e analisi dei dati

STORIE DI SUCCESSO GLOBALE

La localizzazione è la chiave di successo per i marchi globali e per le micro-multinazionali:

Un rivenditore di calzature stabilisce i "table stakes" degli attuali mercati globali offrendo

24/7 supporto di twitter in sei lingue

70%

Un negozio di abbigliamento online aumenta le conversioni del 70% localizzando il suo sito di e-commerce in 8 paesi e diverse lingue



Un'azienda del settore tecnologico mantiene il suo posizionamento da leader del mercato asiatico grazie alla localizzazione, compreso un lancio in 22 lingue in un solo mercato

Tra i rivenditori che continuano a supportare globalizzazione e localizzazione, aggiungendo anche nuove lingue ai propri siti web, ci sono: **Zara, Nestle, Pampers, e IKEA**

MA L'ASPETTO MIGLIORE È CHE...

Localizzare su scala globale è più semplice e rapido di quanto si pensi. Affidandovi a tecnologia cloud, esperti internazionali e strumenti self-service, **scoprirete che le funzionalità omnicanale oggi sono a portata di mano, sempre e ovunque.**

Per ulteriori informazioni,
LIONBRIDGE.COM