

软件本地化的五大优秀实践

什么是本地化?

本地化是一个将产品或内容针对特定地区或市场进行调整的过程。打造“全球就绪型”软件可确保关键功能特性(界面、度量单位、图像和导航)专为目标市场设计,符合特定语言、文化或地区的习惯。

总而言之,本地化是影响用户满意度的关键因素。

据 STANDISH GROUP 估测:

在 IT 项目的真实成本中,有

23%

花在了促进用户参与上。

20%

的特性和功能代表了项目的真正价值。

在如今竞争激烈的软件市场中,本地化可以提高市场参与度,为用户提供更高价值,在不引入其他风险的情况下提高投资回报率。

6080 亿美元

全球软件市场价值超过五千亿美元,并且在各个领域仍在全面增长。

关键本地化元素

本地化有若干考虑事项,其中一些可能不太受重视,但并不表示它们就不重要。

根据目标市场调整图像。



修改内容以满足其他市场的喜好和消费习惯。



调整设计和布局以合理呈现已翻译文本。



按当地需求进行转换(比如货币和度量单位)。



日期、地址和电话号码采用当地惯用格式。



满足当地法规和法律要求。



应用程序本地化

应用程序本地化过程与软件本地化类似,但是由于存在界面和其他限制因素,因此难度更大。优先开发和本地化应用程序有助于减少错误和延期。

敏捷本地化

通过敏捷本地化,可以在应用程序或软件程序的开发过程中对其进行本地化。这种方式有助于发布不断更新的本地化软件以便尽早进行用户测试。

基本原则:全球化就绪软件的五大优秀实践

1

将本地化需求融入设计过程。要尽可能减少进度拖延和成本超支现象,从一开始就要开发便于本地化的设计。设计所采用的源代码和结构要能够防止常见的本地化和翻译错误。

2

规划文字占用空间。在将文字和短语翻译为其他语言时,其长度可能延长(英语译至德语)也可能缩短(英语译至亚洲语种)。至少预留出30%的扩展空间。

3

谨慎使用符号。符号的翻译需求更小,可以节省成本,但不是所有符号都全球通用,有些甚至在其他地区被认为有不好的含义。例如,美式风格的邮箱图标并不适用于其他许多文化。

4

测试软件进行本地化的难易程度。准本地化是一种本地化难易程度测试技术,它会将可本地化的文本替换为自动生成的“假”译文,帮助您在投资于翻译服务之前发现潜在问题。

5

如有疑问,一定要咨询专家。您的本地化服务提供商(LSP)可为您提供深刻见解和优化的流程,帮您省时、省钱、省力。在开发早期咨询专家解答疑问,能确保开发内容为本地化做好准备。

从非常简单的移动应用程序到复杂的多用户系统,所有系统均可受益于本地化基本原则,但在开始实施战略之前,您还应该知晓一些其他细节。

获取更多软件本地化技巧和最佳实践。



了解详情