

POUR TRADUIRE VOTRE SITE WEB:

traduire vos contenus
avec la technique adaptée

On croit communément que l'opération de traduction d'un site web est sans équivoque. Il suffirait d'envoyer son URL au traducteur que vous avez sélectionné pour que vos contenus soient immédiatement traduits de façon optimale. Si c'est ce que chaque créateur de site web, particulièrement fier de son contenu souhaite, c'est rarement le cas.

En cause, les spécificités de chacun d'entre eux avec un traitement des contenus qui diffère. Il est primordial de s'appuyer sur des techniques qui ont fait leurs preuves pour aboutir à un résultat optimal.

1. TRADUCTION SIMPLE

Les règles d'une traduction simple sont strictes :
le respect du texte source prime.

Un bon traducteur doit par conséquent se garder de réinterpréter un texte en sous-traduisant ou en sur-traduisant. Il n'est habituellement pas mandaté pour donner son avis ou réécrire le texte, il doit simplement retranscrire dans sa langue maternelle le texte d'origine. Ni plus, ni moins.

Pour quels contenus ?

Cela concerne les fiches de produits, Les descriptions, les guides pour les utilisateurs, les emails type...

3. LOCALISATION

Cette technique consiste à adapter tous les éléments de géographie, d'économie, de législation de votre site créé dans un cadre donné pour les transférer à celui du marché visé. Cela concerne les adresses, les devises, les mesures, les emails, les téléphones, le fuseau horaire, les mentions légales, les conditions générales de ventes. Il s'agit de doter votre site d'une dimension plus universelle en intégrant des éléments localisés.

Pour quels contenus ?

il s'agit de site web multilingue pouvant être consulté dans un autre pays intégrant les caractéristiques de celui-ci.

5. TESTING

Ce n'est pas une technique de traduction proprement dit. Il s'agit de vérifier qu'il n'y a pas de problème d'affichage pour les boutons, menus, phrases coupées sans contexte, mots trop longs ainsi que de tester la pertinence de la traduction effectuée. Elle repose sur une vérification en ligne après l'intégration des traductions.

Pour quels contenus ?

Il convient de l'effectuer pour tout site web traduit.

QUELLES
SONT-ELLES?

2. TRANSCRÉATION

La transcréation peut être définie comme l'adaptation complète du message de marque d'un produit ou d'une publicité pour un marché cible. Cela nécessite donc de la créativité et une connaissance approfondie de la culture et des coutumes du pays cible pour pouvoir s'y adapter. Le défi du transcréateur n'est pas la fidélité au texte original mais la fidélité à l'émotion originale, à la réalité du message. La transcréation s'apparente donc davantage à la conception-rédaction qu'à la traduction.

Pour quels contenus ?

Les fiches de produits spécifiques avec un appel à l'action et un engagement du client., article de blogs, newsletter, posts. Ces contenus contiennent en germe des sentiments qu'il s'agit de traduire en respectant les attentes de la cible.

4. TRADUCTION SEO

C'est une technique spécifique reposant sur la traduction et l'utilisation d'outils de recherche et d'équivalences de mots clés. Elle utilise des outils comme Google AdWords, kW Finder, SEO rush. La traduction SEO englobe également l'optimisation de fichiers avec l'insertion des mots clés et un formatage avec des balises, des titres, des images...

Pour quels contenus ?

Les contenus visés sont les listes de mots clés, Campagne Adwords, articles SEO

7. SOUS TITRAGE VIDÉOS

Le sous-titrage est une technique liée aux contenus audiovisuels, notamment, consistant à afficher du texte au bas de l'image, lors de la diffusion d'une vidéo par exemple

Pour quels contenus ?

Il est adapté pour les vidéos Youtube corporate, les guides d'utilisateur, les tutoriels.

6. SERVICE DE TRADUCTION DE SITE CLÉ EN MAIN

Le fournisseur de traduction se charge également de l'export des contenus à traduire et de l'import des traductions sur le site web. Ce travail peut passer par des plugins et modules spécifiques ou par un travail manuel. Dans ce dernier cas vous devez fournir un accès au back office et au serveur.

Pour quels contenus ?

Les contenus concernés sont les plateformes de e-commerce comme Prestashop, Wordpress, Magento, Shopify, Drupal ou encore un site en développement propre.

C'est en maîtrisant ces techniques et en optant pour celle qui convient à votre projet que vous rendrez votre traduction parfaitement conforme à vos attentes et à celles de votre cible.

Entrez dans l'ère de la traduction 2.0 !