

Alltricks

La joya del e-commerce francés se lanza al mercado internacional

Alltricks es una plataforma e-commerce que nació en 2008 para ofrecer a los amantes del MTB todas las piezas de repuesto que necesitan para practicar su deporte favorito, y cuyo lema es «entrega al día siguiente». La marca está especializada en artículos para **bicicletas, carreras y actividades al aire libre**.

Desde que se creó, la sociedad ha recaudado más de **12 millones de euros** y tiene en la actualidad **1 millón de clientes**.

Al estar bien situada en un nicho de mercado, la plataforma se ha convertido en **la tienda de referencia para los amantes de las bicicletas y del triatlón**. En 2018, generó un volumen de negocios de **65 millones de euros**. En 2019, Decathlon adquirió una participación mayoritaria del capital de Alltricks.

Alltricks trabaja con **600 marcas** y dispone de más de **60 000 referencias**. La sociedad también ha desarrollado sus propias marcas para ofrecer a los clientes productos accesibles y originales.

Alltricks aspira a un desarrollo internacional ambicioso, concretamente en Europa, que es donde hasta ahora realiza el 20 % de sus ventas. La marca se dirige principalmente a los mercados español, italiano, alemán y portugués.



Los retos de traducir una plataforma e-commerce de artículos de deporte



En el marco de un amplio desarrollo internacional, Alltricks encargó a Milega la traducción multilingüe de su sitio web en **3 idiomas - español, italiano y alemán-** a largo plazo.

El principal reto fue garantizar un conocimiento técnico y una coherencia terminológica impecable, además de reducir lo máximo posible el coste de la traducción.

Al igual que el resto de plataformas e-commerce con una fuerte expansión, esta traducción presentaba **varios retos**:

- Un catálogo de productos muy amplio (miles de referencias).
- Un catálogo que cambia constantemente en función del stock.
- La disponibilidad de ciertos productos según la temporada y una actividad muy intensa en Navidad.
- Descripciones de productos de ciertas gamas muy similares entre sí (índice elevado de repeticiones).
- El sitio web solamente estaba traducido al inglés y eso disminuía la tasa de conversión; los clientes de los países no anglófonos prefieren comprar en una web que esté traducida a su lengua materna.

La solución de Milega para traducir un sitio web e-commerce de gran volumen



Para comprobar el potencial de la traducción, Milega le propuso a Alltricks realizar una primera traducción a modo de test. Así pues, primero se tradujeron las principales partes de la web (página de inicio, categorías, productos estrella, descripciones cortas, etc.) en un solo idioma, el español, para valorar la rentabilidad de la inversión.

Después de traducir el sitio web al español, las ventas de Alltricks aumentaron considerablemente en España, y el cliente decidió seguir trabajando con nuestros equipos para traducir los contenidos al alemán y al italiano.

El proyecto se desarrolló en 3 grandes etapas:

1. Preparar la traducción del sitio web

Preparar el proyecto de traducción es una etapa imprescindible para garantizar una traducción coherente y **respetar la identidad de la marca en el mercado internacional**.

Para empezar, validamos **el glosario y los términos técnicos** con los representantes de la marca de los países meta.

Después, colaboramos codo con codo con el director técnico de Alltricks para encontrar **la mejor solución técnica para extraer e integrar los contenidos** (flujos, XML, CSV, excel, html, API de Milega, etc.).

Por último, aplicamos tarifas adaptadas al gran volumen de contenidos de la página y **no facturamos las repeticiones**.

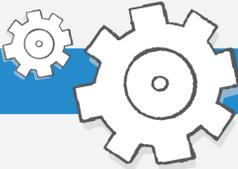


2. Garantizar la coherencia terminológica al traducir todos los contenidos de la plataforma

Uno de los principales retos de traducir plataformas e-commerce con gran volumen de contenidos es **la repetición de ciertos contenidos**, pues suele haber bastantes términos técnicos que aparecen muchas veces. Para garantizar la coherencia entre todos los contenidos, usamos **memorias de traducción** que nos ayudan a respetar el glosario de forma automática.

3. Realizar un proyecto de traducción a largo plazo

Como ocurre con cualquier plataforma e-commerce, los contenidos se actualizan constantemente, sobre todo para añadir nuevos productos. Desde que arrancó este proyecto en 2015, recibimos nuevos contenidos para **traducir de forma continua** en los 3 idiomas de destino. Colaboramos constantemente con los responsables de marketing de Alltricks para actualizar nuestros glosarios y proponer **nuevas estrategias de traducción**.



El proyecto en palabras de los colaboradores

La gestora de proyectos opina

"La fase de preparación de este proyecto fue clave para que fuera un éxito. Se desglosó en dos etapas.

En primer lugar, la preparación técnica: el cliente nos envió un flujo XML de mucho volumen con mucho código html. Tuvimos que crear unos filtros a medida para extraer el contenido que había que traducir sin interferir en el código.

En segundo lugar, la preparación terminológica: elaboramos unos glosarios con los términos previamente validados por los representantes de la marca de los países meta. Esto nos permitió partir de una buena base."



Laura Vargas / Gestora de proyectos de Milega

El cliente opina

"Confiamos en Milega para internacionalizar nuestra página web y que tradujeran nuestro catálogo de productos al español, italiano y alemán. El equipo de Milega se adapta a nuestras necesidades según las temporadas, y sus traducciones son siempre de calidad.

En la actualidad, el mercado internacional representa el 20 % del volumen de negocios de nuestra página. Este porcentaje aumenta constantemente, lo que demuestra que la colaboración funciona."



Jérémy Durand / Responsable de coordinación de las traducciones

¿Cómo internacionalizar tu plataforma e-commerce?



El desarrollo internacional representa un importante motor de crecimiento para plataformas e-commerce; por eso es crucial elegir un buen colaborador de traducción.

Para posicionarse en un mercado extranjero, el sitio web debe estar traducido en **la lengua materna del cliente** para generar un **clima de confianza**. Los internautas prefieren optar por una web que presente los contenidos en su lengua materna.

La traducción de tu sitio web e-commerce debe:

- Trasladar con fidelidad **la imagen de tu marca** para recrear tu universo en el país meta.
- Tener en cuenta **los matices lingüísticos locales y regionales** para garantizar una experiencia de usuario natural y fluida.
- No descuidar nunca **el posicionamiento natural**, ya que es un factor importante para la visibilidad y las conversiones.

¿Quieres internacionalizar tu plataforma e-commerce? Recurre a nuestros traductores SEO.