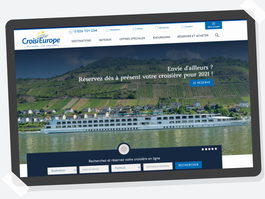
CASO CROISIEUROPE

CASO PRÁCTICO
e-turismo

CroisiEurope, una empresa familiar en fase de internacionalización



CroisiEurope es una empresa familiar creada en 1976 y con sede en Estrasburgo que oferta todos los años nuevos cruceros fluviales. Además, desde 2007 también realiza cruceros marítimos y costeros y, desde 2013, cruceros por los canales de Francia.

La empresa posee actualmente 56 buques de turismo y recibe cada año más de **200 000 pasajeros.**

En 2019, generó **200 millones de euros** de volumen de negocios.

Hoy por hoy, CroisiEurope es el organizador de viajes fluviales más importante de Europa y su oferta es la más amplia del mercado. Su flota está equipada con tecnología avanzada que permite a los barcos acceder de manera exclusiva a ciertos ríos y amarrar los barcos en pleno corazón de algunas ciudades.

Los retos de traducir un sitio web de e-turismo

En un contexto de **desarrollo internacional constante**, CroisiEurope confió en 2017 a Milega la traducción al **español** y al **alemán** de su web de turismo. Y seguimos colaborando desde entonces.

CroisiEurope necesitaba traducir todos los programas de viaje para los pasajeros, es decir, los itinerarios y la descripción de los destinos, las excursiones y las actividades de cada día, además de las fichas técnicas de los barcos y los boletines.

Los sitios web de turismo y comercio electrónico suelen tener un **porcentaje elevado de contenidos que se repiten** (fichas de productos similares, actividades idénticas para destinos diferentes...).

Normalmente las traducciones son urgentes y **el plazo para entregarlas es de una semana.**

La solución de Milega para traducir un sitio web de e-turismo

Al recurrir a Milega, CroisiEurope ha podido disminuir considerablemente el coste de las traducciones, pues **no facturamos las repeticiones** gracias a que usamos herramientas tecnológicas de traducción.

Nuestros equipos de traductores utilizan programas de traducción y herramientas tecnológicas como **las memorias de traducción**, que permiten registrar los contenidos traducidos y recuperarlos cuando vuelve a aparecer un fragmento idéntico.

Así, al poder reutilizar las traducciones y mantener la coherencia terminológica, aceleramos y **optimizamos el proceso** de traducción de todos los archivos.

Los retos de traducir un sitio web de e-turismo

El proyecto en palabras de los colaboradores

Laura Calvo / gestora de proyectos de Milega

La gestora de proyectos opina

"Este proyecto de traducción de español y alemán siempre ha sido muy fácil de gestionar. Para empezar, el tema es muy interesante y los traductores disfrutan y viajan con la imaginación mientras traducen. Además, la comunicación entre el equipo y el cliente siempre ha sido estupenda y nunca hemos tenido ningún problema de terminología o de redacción.

A veces, el cliente nos ha hecho algunos comentarios y recomendaciones en cuanto al estilo o la terminología específica que debíamos usar según sus preferencias.

Por último, al usar las herramientas y las memorias de traducción hemos podido reducir el coste de los proyectos debido al alto porcentaje de repeticiones. Siempre es un placer trabajar para CroisiEurope."

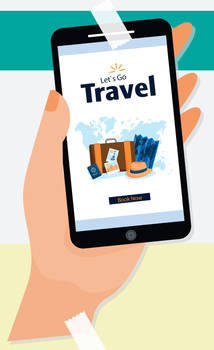
Eléonore Lovillo / CroisiEurope

El cliente opina

*Desde que empezamos a trabajar con Milega, **la rapidez, la eficacia y calidad** están aseguradas. El trato es agradable y continuo. Nunca me ha llegado ninguna traducción con retraso, sino todo lo contrario; normalmente llegan **antes del plazo establecido.***

*Nuestro equipo de Madrid revisó algunas traducciones, hizo algunas recomendaciones en cuanto a preferencias terminológicas y, desde entonces, Milega las respeta sin problema. **Las tarifas son muy competitivas** para el sector de la traducción y **las traducciones son de gran calidad**, por lo que recomiendo colaborar con ellos.*

¿Cómo conseguir una buena traducción de tu página web de turismo?



Traducir contenidos turísticos precisa una doble habilidad: **la pedagogía para explicar la cultura local** y **la capacidad para comprender las particularidades culturales del público meta**.

No se trata únicamente de traducir el sitio web en otro idioma, sino que también hay que garantizar que **se mantenga la identidad de la marca**.

Para conseguir una buena traducción de tu página web de turismo:

- Recurre a traductores **nativos, titulados y especializados en tu sector de actividad**.
- Asegúrate de que los traductores dominan las reglas de **posicionamiento natural (SEO).** No te fíes de la traducción automática; suele ser literal y será un desastre para la imagen de tu marca y para la tasa de conversión.
- Si quieres traducir la web en varios idiomas, busca a un equipo de traductores para garantizar que **todas las traducciones sean homogéneas.**

¿Quieres traducir tu página web de turismo?
Recurre a nuestros traductores SEO.