

RecogSense®

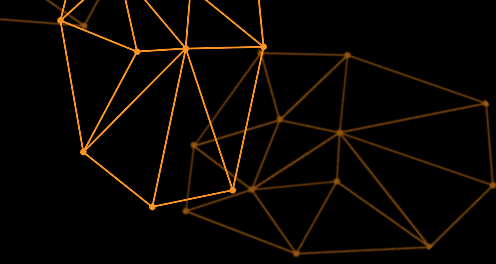
Culturally sensitive translations.
Better found, better recognised, better connected.



Die Fakten

- Die weltweite Verbreitung des Coronavirus führt zu besonderen Herausforderungen in der digitalen Geschäftsanbahnung.
- Bei circa 59 % der Websites sind Content und Sprache NICHT auf die Zielgruppe und deren Suchverhalten ausgerichtet – Tendenz steigend (Mindshape 2020). Somit verzichten in Österreich in etwa 200.000 Unternehmen auf das Potenzial einer sprachlich gut optimierten Website.
- Wirkung von RecogSense® Website-Übersetzungen am Beispiel des Referenzpartners Kara5: 20 % höhere Konversionsraten, 10 % Umsatzsteigerung.
- 56 % der Konsumenten sind bereit, einige Euro mehr für ein Produkt auszugeben, von dem Sie wissen, dass die Betriebsanleitung verständlich und gut übersetzt ist. (Connect, TQS 2020)
- Die Sprache ist ein wichtiger Faktor bei der Kaufentscheidung:
 - 85 % der Verbraucher sind eher dazu geneigt, Produkte bzw. Dienstleistungen zu kaufen, wenn sie ihnen in der Muttersprache angeboten werden. (Common Sense Advisory 2014)
 - Die von Connect und TQS (2020) Befragten geben an, sich eher auf deutschen Seiten zu informieren (67 %), dort zu kaufen (70 %) und den dortigen Informationen mehr zu vertrauen (60 %).
 - Korrekte sprachliche Formulierungen (93 %), themenbezogene Fachbegriffe (84 %) und zielgruppengerechte, kreative Texte (83 %) stärken das Vertrauen in eine unbekannte Seite. 72 % stimmen eher bzw. stark zu, dass Dialekt /regionaler Sprachgebrauch das Vertrauen stärkt. (Connect, TQS 2020)





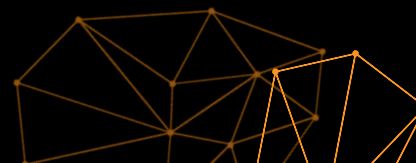
RecogSense[®]

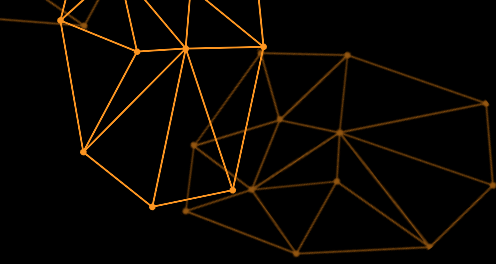
Culturally sensitive translations.
Better found, better recognised, better connected.

- 95 % der Konsumenten verwenden das Internet täglich. Rund die Hälfte „surft“ auch in einer anderen Sprache als in der Muttersprache, meistens Englisch. (Connect, TQS 2020)
- Das Ranking einer Website bzw. eines Webshops entscheidet über den nachhaltigen Erfolg:
 - 80 % aller Internetnutzer schauen nur die obersten drei der von der Suchmaschine gelieferten Suchergebnisse an. (Sistrix 2015)
 - Weniger als 1 % der Internetnutzer macht sich die Mühe, die zweite Seite der Suchergebnisse anzuschauen. (Sistrix 2015)

B2B-Kundenrückmeldungen zur Bedeutung von Übersetzungen in der digitalen Geschäftsanbahnung

- First impressions go a long way...
- Den Kunden mit einer guten Übersetzung abholen!
- Die Website ist das Schaufenster für die angebotenen Produkte und Dienstleistungen und die Visitenkarte des Unternehmens.
- Ordentliche, professionelle Übersetzungen stärken das Vertrauen.
- Die Website internationaler Unternehmen muss auf jeden Fall mehrsprachig sein.
- Die Landessprache der Kunden steht ganz oben.
- Eine mehrsprachige Website darf nicht wie eine Übersetzung klingen, sondern muss authentisch landesspezifische Merkmale berücksichtigen und einen Lokalisierungseffekt erzeugen.
- Man fühlt sich wertgeschätzt, wenn man in der eigenen Sprache angesprochen wird.
- Websites mit Grammatik- oder Rechtschreibfehlern empfinde ich als unseriös. Dort kaufe ich nicht; es zeigt, dass das Unternehmen keinen Wert darauf legt, welches Image beim Kunden entsteht.
- Schlecht übersetzte Websites sind Vertrauenskiller.





RecogSense®

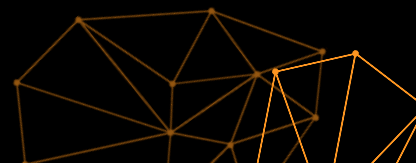
Culturally sensitive translations.
Better found, better recognised, better connected.

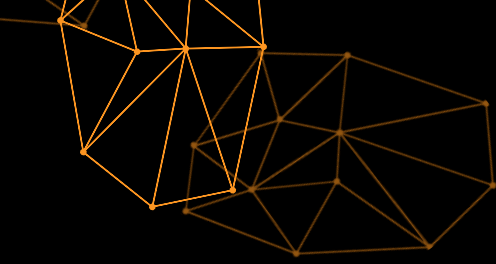


Die Herausforderung

- In Zeiten, in denen zwischenmenschliche Kontakte stark eingeschränkt werden, ist die für den geschäftlichen Erfolg erforderliche Kundennähe nur noch in geringem Maße durch die charismatische Wirkung persönlicher Treffen zu bewerkstelligen.
 - Die Einschränkung persönlicher Kontakte rückt die Bedeutung des geschriebenen Wortes in der internationalen Geschäftsanbahnung in den Vordergrund.
 - Die länderspezifisch erfolgreiche sprachliche Umsetzung digitaler Marketingstrategien bedarf mehr als der herkömmlichen Übersetzung in eine andere Sprache.
 - Damit multilinguale Websites zum gewünschten nachhaltigen Erfolg im internationalen Wettbewerb führen, müssen sie
 - von der Zielgruppe *gefunden*
 - als *vertrauenswürdig* empfunden
 - und *verstanden* werden
- bzw.
- suchmaschinengerecht
 - korrekt und kultursensibel
 - sowie zielgruppenorientiert formuliert sein.

Nur multilinguale Websites, die alle diese Kriterien erfüllen, führen zum gewünschten Erfolg.





RecogSense®

Culturally sensitive translations.
Better found, better recognised, better connected.



Die Lösung – RecogSense®

- Die RecogSense® Website-Übersetzungen von Connect Translations stehen für:
 - Professionalität und sprachliche Perfektion,
 - die Kombination digitaler Kompetenz mit menschlichem Fachwissen,
 - die Umsetzung von datenbasierten digitalen Erkenntnissen in kultursensiblen, auf das Suchverhalten der jeweiligen Gruppen abgestimmten Content.

- RecogSense® Website-Übersetzungen sind die perfekte Basis für den gewinnbringenden Dialog mit dem Kunden. Sie werden von der jeweiligen Zielgruppe *gefunden*, als *vertrauenswürdig* empfunden und *verstanden*.

