



Marketing y traducción

Traducción y marketing: un tándem perfecto para el éxito de la internacionalización

10 MAYO 2021

[COMPARTIR](#)
[f](#)
[t](#)
[in](#)
[✉](#)

La traducción supone el puente que transforma y adapta el mensaje y genera el éxito en el nuevo mercado.

¿Sabes si la traducción de tu web posiciona en otros mercados? ¿Sabes si los idiomas de tu web son SEO friendly? ¿Conoces la forma en la que buscan tus clientes en otros países sus productos o web? Tus eslóganes, contenidos, mensajes... ¿seducen al cliente internacional como tenías pensado en español? Y, por último, ¿sabes si tu cliente tiene la misma experiencia de usuario en otros idiomas de tu web?

La lengua, los idiomas, las diferentes estructuras, expresiones... hablamos de un campo de conocimiento maravilloso con el que, sin darnos cuenta, convivimos día a día. En nuestra rutina, recibimos constantemente impactos publicitarios de marcas cuya idea primigenia no tiene por qué tener origen en nuestro idioma. **La globalización y la facilidad de comunicación existente a día de hoy permite a las empresas llegar a un público objetivo más allá de sus fronteras** y, en consecuencia, se impone la necesidad de trasladar sus mensajes a otras lenguas.

Es en este contexto en el que cobran un gran protagonismo compañías como Nóvalo, una agencia de traducción y marketing digital especializada en la combinación de la traducción con el marketing digital para conseguir el éxito en la internacionalización empresarial. Con sede en Málaga y oficinas en Madrid, Sevilla y Toronto, ofrece sus servicios a aquellas empresas que desean expandir sus líneas de negocio y aumentar las ventas en otros países y, para ello, necesitan del vehículo de la lengua y el idioma para conseguirlo.

Los profesionales de Nóvalo son expertos en traducción, interpretación, tecnología, comunicación y, también, marketing. Cinco aspectos fundamentales para trasladar la imagen de marca y filosofía a un país diferente en el que se utiliza otro idioma, otras estructuras y en el que, además, la perspectiva cultural es también diferente. Teniendo esto en cuenta, **¿cómo trasladarlo a la realidad con éxito?** En Nóvalo, estructuran el proceso y todos sus matices en **tres pilares fundamentales: la traducción SEO, la traducción de marketing y la transcreación.**

Traducción SEO

El SEO es el posicionamiento orgánico en buscadores. Si hablamos de buscadores, inevitablemente debemos centrarnos en el más popular: Google. Por tanto, conseguir posicionar una web, un e-commerce o un negocio online en el buscador por excelencia requiere, sobre todo, enamorar a Google con el contenido. Primero en el idioma propio y, si se pretende llevar a cabo una estrategia de internacionalización, en otros idiomas. Con este fin, cuestiones técnicas y lingüísticas entran en juego: uso de palabras clave, con densidad, prioridad y clarísima intención, marketing de contenidos, con finalidades concretas y objetivos específicos de posicionamiento por contenido, secciones y productos específicos para ciertos mercados... **El SEO internacional, otro de los servicios que ofrece Nóvalo y de gran impacto en el posicionamiento de la marca, exige no solo conocimientos lingüísticos, sino conocimientos técnicos** acerca de cómo funciona el posicionamiento a ojos de Google u otros buscadores y, además, conocimientos sobre los comportamientos de búsqueda en Internet del público objetivo. Si el cliente cuenta ya con un plan de palabras clave en español, no basta con traducirlo al idioma del nuevo mercado. El proceso comprende varios pasos que siempre hay que llevar a cabo: investigación del comportamiento de búsqueda nuestro público objetivo, investigación de un plan de palabras clave específico del sector y ajustado a dicho comportamiento de búsqueda, implementación y optimización del contenido con el plan de palabras clave, desarrollo y planificación de una estrategia de marketing de contenidos en función de los datos obtenidos y, por último, definición de métricas y evaluación de los resultados para decidir posibles cambios en la estrategia.

Traducción de marketing

Una vez resuelto el tema más técnico, el SEO, y que ya estamos posicionando nuestra web en buscadores y otros idiomas, **llegamos a la redacción del contenido en sí. Esta es, quizás, una de las áreas de la traducción más subestimadas** y al mismo tiempo más complejas que existen. ¿Por qué? Porque en este punto no basta solo con tener conocimientos sobre marketing o marketing digital, o aspectos técnicos sobre las plataformas más efectivas y sus diferentes formatos, sino que se añade una labor de traducción que, además, debe tener como prioridad la persuasión comercial y el gancho de venta. Por ejemplo, si lanzamos publicaciones promocionadas en castellano pero la campaña también se dirige a países de habla inglesa, no solo tendremos que apostar por trasladar el mensaje de forma fiel para no llevar a engaño, sino que también **deberemos buscar un lenguaje atractivo** que, en otro idioma, requerirá sin duda de palabras o estructuras gramaticales diferentes. Un buen ejemplo es el humor, que funciona de forma muy diferente en según qué culturas y, así, lo gracioso en España puede resultar hiriente en otros países. O lo que puede ser un lenguaje relajado en español puede resultar demasiado informal en el mercado anglosajón.

Transcreación y marketing

Ahora ya nuestro contenido también está adaptado al target y engancha. Pero, **¿qué es lo más visible de un mensaje de marketing? Los claims y los eslóganes, por ejemplo.** ¿Qué ocurre si, siguiendo el ejemplo del punto anterior, no encontramos palabras o expresiones que se ajusten a lo que queremos transmitir y no sean igual de persuasivas? En esta situación **llegamos a lo que se conoce como «transcreación».** Es decir, el momento en el que el traductor, la persona responsable en adaptar el mensaje, debe también recurrir a su parte más creativa para adecuar el texto al idioma correspondiente y que este pueda tener éxito entre el público objetivo, aunque la traducción final pueda diferir bastante del sentido original. **Aquí prima la intención comercial por encima del sentido original.** La transcreación persigue el mismo impacto que el original, aunque el mensaje sea diferente.

Lógicamente, no hablamos de inventar un nuevo texto con información sesgada, sino de **investigar entre el target con qué frases o expresiones podemos tener mayor índice de éxito en su idioma y sin desvirtuar en gran medida la descripción de nuestro producto o servicio.** En ocasiones, los detalles culturales pueden marcar la diferencia, y es aquí donde el papel del traductor cobra toda su importancia, sobre todo cuando se trata de empatizar con un público objetivo que tiene un perfil sociocultural completamente diferente. ¿Un ejemplo? La marca sueca de aspiradoras, Electrolux, tuvo dificultades cuando llevó sus productos a Estados Unidos. La traducción literal de su eslogan original era Nothing sucks like an Electrolux (Nada aspira como una aspiradora Electrolux) y esa fue la que usaron. Sin embargo, el verbo suck tiene más significados en inglés, como uno bastante delicado: "felación". Lógicamente no se trata de la referencia más deseable a la hora de vender aspiradoras...

Los profesionales de Nóvalo tienen también muy presente la importancia de la imagen de marca, tanto personal como corporativa, ya que en un proceso de expansión es vital y fundamental transmitir el mismo mensaje y sensaciones cuando esa marca llega a un país con un idioma diferente. **La imagen de marca lo es todo: reputación, reconocimiento, confianza del público objetivo...** Por ello, es trascendental conseguir mantener su filosofía en el extranjero si el fin último es conseguir el éxito entre su público.

En este punto, **si queremos que la marca goce de la misma aceptación y del mismo concepto entre el público objetivo de otro país, de nuevo tenemos que destacar el papel de la traducción.** Además, también de esa traducción que va más allá del puro mensaje y que busca formas de, en ese nuevo idioma, captar la atención del target con expresiones o estructuras que no se utilizarían en nuestro idioma original. **Es un trabajo arduo y minucioso pero que, bien llevado a la práctica, será un gran punto de partida para expandir la marca más allá de nuestras fronteras.**

En resumen: **el marketing se sirve, principalmente, de la cultura para llegar al núcleo de su público objetivo.** Es algo que vemos a diario en aquellas marcas de mayor o menor envergadura que realizan publicidad en nuestros medios de comunicación o plataformas digitales y adaptan su mensaje al idioma local consiguiendo, en muchas ocasiones, sorprendernos con esa sensación de que nos conocen más de lo que creemos. Referencias culturales, alusiones a temas de actualidad, uso del sentido del humor... Es en este punto en el que confluyen marketing, traducción y cultura, en el que la acción no se detiene en la conversión pura de un eslogan o un claim a un nuevo idioma y se lanza al mercado. **La traducción supone, por tanto, el puente que transforma y adapta el mensaje y genera el éxito en el nuevo mercado.**

Nota de prensa.

No te pierdas nada de MarketingDirecto.com y únete a nuestro Telegram [t.me/MarketingDirecto](#)

[COMPARTIR](#)
[f](#)
[t](#)
[in](#)
[✉](#)

← [Space Media, el nuevo marketplace ...](#)

[Un nuevo estudio de IAS muestra el ...](#) →

0 comentarios

Ordenar por [Los más antiguos](#)



Añade un comentario...

[f](#)
 Plagin de comentarios de Facebook

Noticias recomendadas



TOP 5: LO MÁS VISTO

TENDENCIAS EN MARKETING
7 lecciones de liderazgo de Simone Biles...
 04 AGOSTO 2021

ANUNCIANTES
PepsiCo deja de "exprimir" Tropicana y otras...
 04 AGOSTO 2021

ANUNCIANTES
Las 10 marcas de coches que más...
 04 AGOSTO 2021

DIGITAL MARKETING
Spotify prueba un nivel de suscripción con...
 04 AGOSTO 2021

AGENCIAS DE MARKETING
Publicis Groupe se convierte en "pareja de...
 04 AGOSTO 2021

ÚLTIMAS NOTICIAS

ANUNCIANTES
Lindt sortea seis viajes a su Home...
 05 AGOSTO 2021

EVENTOS Y FORMACIÓN
The Valley y VOGUE lanzan Executive Master...
 05 AGOSTO 2021

AGENCIAS DE MARKETING
WPP pega un fortísimo brinco y abraza...
 05 AGOSTO 2021

SOCIAL MEDIA MARKETING
Google, acusado de confabular con Facebook para...
 05 AGOSTO 2021

DIGITAL MARKETING
Adobe Target: arquitecturas avanzadas server to server
 05 AGOSTO 2021



El medio líder online especializado en información de marketing, publicidad y tecnología, con más de 1.000.000* de usuarios únicos y páginas vistas por mes.

Somos referencia en la organización de eventos disruptivos de marketing y publicidad en España y en el extranjero.

*Según comScore, Google Analytics y SCOREN

MARKETING

- Agencias de marketing
- Marketing
- Marketing y Publicidad
- Eventos y Formación
- Tendencias en Marketing

DIGITAL

- Digital Marketing
- e-commerce Marketing
- Email Marketing
- Mobile marketing
- Social Media Marketing

ANUNCIANTES

- Anunciantes
- Medios de comunicación
- ESPECIALES
- Conectados
- Desde México
- Reportajes a fondo

MÁS MARKETINGDIRECTO

- Contacto
- Eventos
- Media Kit
- Diccionario
- Empresas

SÍGUENOS

