

LIONBRIDGE



TENDENZE PRINCIPALI PER IL 2020: ASPETTI DA CONOSCERE

I dati sono sempre stati importanti. Nel 2020 sono essenziali.
Ecco le tre tendenze più di rilievo.

1

Privacy dei dati

2

Sicurezza dei dati

3

Creazione
di contenuti
convincenti

Sembra facile? Non lo è. Scoprite che cosa dovete fare di diverso.

Argomenti trattati in questo white paper:

Strategie per proteggere le informazioni private

Approcci per tenere alla larga i criminali informatici

Come investire sulle lacune del contenuto per eccellere nell'ottimizzazione
per i motori di ricerca

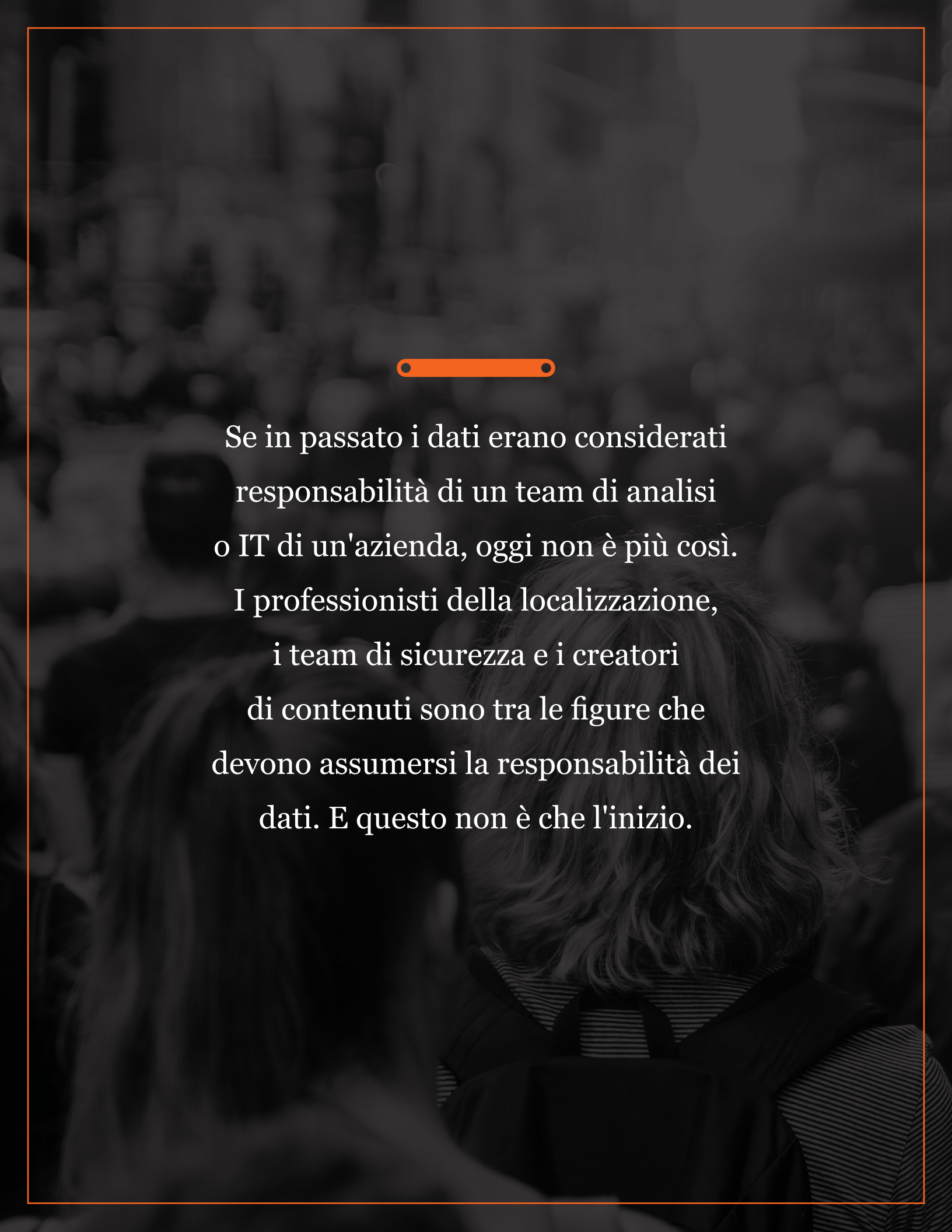
Sono inclusi questi principali concetti:

8 principi della protezione dei dati per un fornitore di servizi linguistici

Prime 5 domande da porre a un fornitore di servizi linguistici

Best practice per la sicurezza informatica

I Sì e i No della creazione di contenuti per una strategia SEO multilingue



Se in passato i dati erano considerati responsabilità di un team di analisi o IT di un'azienda, oggi non è più così. I professionisti della localizzazione, i team di sicurezza e i creatori di contenuti sono tra le figure che devono assumersi la responsabilità dei dati. E questo non è che l'inizio.

Nel 2020 il successo di un'azienda si basa in larga misura sul modo in cui vengono gestiti i dati. La scelta di un fornitore di servizi linguistici competente è più importante che mai.

Diversi fattori rendono la scelta del fornitore di servizi linguistici una questione delicata:

1

Le leggi sulla protezione dei dati impongono che il fornitore di servizi linguistici sia conforme perché la vostra azienda sia in regola.

2

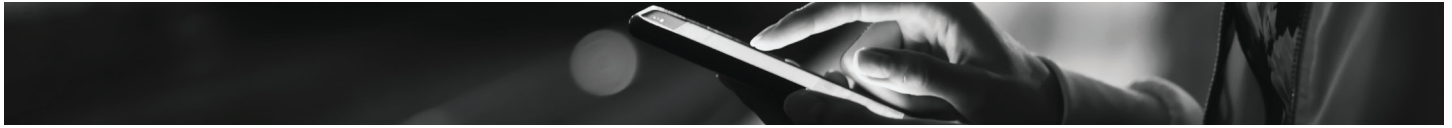
Le vulnerabilità della sicurezza informatica rendono essenziale determinare se il fornitore di servizi linguistici stia dedicando risorse alla prevenzione delle minacce di attacchi informatici.

3

BERT, il nuovissimo algoritmo di ricerca di Google, impone un approccio alla creazione di contenuti più sofisticato.

Se il vostro fornitore di servizi linguistici non vi parla di questi tre problemi, la vostra azienda potrebbe trovarsi in posizione di grande svantaggio o addirittura in pericolo per aver involontariamente infranto la legge.

Continuate a leggere per scoprire come gestire al meglio i dati alla luce dei cambiamenti in atto nel panorama aziendale.



PRIVACY DEI DATI E FORNITORI DI SERVIZI LINGUISTICI

Il proliferare di leggi sulla privacy richiede una valutazione più attenta del fornitore di servizi linguistici

Conoscete la cultura del vostro fornitore di servizi linguistici riguardo alla privacy? In caso contrario, è arrivato il momento di scoprirlo. In tutto il mondo viene implementato un numero sempre maggiore di normative sulla privacy. Se il vostro fornitore di servizi linguistici non è conforme relativamente ai vostri dati, lo stesso vale per voi.

Un mosaico di normative: che cosa deve fare un'azienda?

Secondo la [Conferenza delle Nazioni Unite sul commercio e sullo sviluppo](#), a tutt'oggi più di 100 paesi hanno implementato una legislazione per la protezione dei dati e della privacy e questo numero sta aumentando. Il Brasile è uno tra una decina di paesi che stanno attualmente affrontando il problema con un disegno di legge. Negli Stati Uniti la [legge sulla privacy della California](#), il California Consumer Privacy Act, è entrata in vigore il 1° gennaio 2020. Le aziende globali degli Stati Uniti possono essere tenute a rispettare queste nuove normative, ad esempio il Regolamento Generale sulla Protezione dei dati (GDPR). Il GDPR è un'iniziativa entrata in vigore a maggio 2018 che assicura ai cittadini dell'Unione Europea (UE) maggiore controllo sulle proprie informazioni personali.

Douglas Graham, Chief Security Officer di Lionbridge, indica la privacy, sia a livello generale sia nel contesto dei fornitori di servizi linguistici, come una tendenza del 2020, in quanto il mondo sta affrontandone l'importanza. Al cuore delle iniziative legali vi è la conclusione che le informazioni delle persone vengono condivise eccessivamente. Di conseguenza, dobbiamo aspettarci che altri stati seguiranno la direzione della California e sempre più aziende saranno tenute alla conformità alle normative sulla privacy. Le aziende e i rispettivi fornitori di servizi linguistici dovranno rispettare le nuove leggi. Tuttavia, l'adesione a un mosaico talvolta ambiguo di normative sarà una sfida complessa. La soluzione? Attenersi alla normativa più restrittiva applicabile alla vostra azienda.

Come verranno gestiti i dati dal fornitore di servizi linguistici?

Al centro della privacy vi è l'individuo. Le informazioni

personali sono informazioni come il nome e il cognome di una persona, insieme ad altri dati. Queste informazioni possono includere, tra gli altri, la data di nascita, il codice fiscale o il numero di patente. Ci si aspetta che i fornitori di servizi linguistici gestiscano le informazioni personali correttamente, in modo non ambiguo per la persona e in conformità alla legge.

Esigete trasparenza. Il vostro fornitore di servizi linguistici deve fornire linee guida e dichiarazioni chiare su cosa farà con i dati, evitando di usarli per altri motivi. Un fornitore di servizi linguistici attendibile non tradurrà i materiali per poi usarne i dati per altri scopi, ad esempio per attività di marketing rivolte alle persone citate nel documento tradotto. Diffidate dei fornitori di servizi linguistici che offrono servizi di traduzione gratuiti o a basso costo.

Evitate di negoziare rinunciando a parte dei vostri diritti alla privacy e non consentite mai al fornitore di servizi linguistici l'uso dei vostri dati per altri scopi. Per verificare che i dati dell'azienda vengano trattati in base alle vostre specifiche, potete sottoscrivere un contratto contenente una clausola sulla privacy con il fornitore di servizi linguistici.

Chi deve preoccuparsi delle violazioni dei dati?

Qualsiasi azienda che abbia clienti raccoglie informazioni private. Se inviate tali dati a un fornitore di servizi linguistici, è bene che sappiate come verranno gestiti. Se il fornitore di servizi linguistici commette una violazione, potreste essere ritenuti responsabili anche se non lo siete direttamente. E le conseguenze possono essere gravi.

Una violazione delle informazioni private può comportare sanzioni ai sensi delle leggi federali e nazionali. Le sanzioni possono raggiungere 1 milione di dollari in ogni stato. La mancata osservanza del GDPR della UE può costare fino al 10% del profitto lordo di un'azienda.

Se sanzioni monetarie esose non bastano a farvi allarmare, pensate agli altri costi, tra cui l'aumento di controlli da parte delle autorità e la perdita di fiducia dei vostri clienti. Impedite al vostro fornitore di servizi linguistici di distruggere le iniziative positive che avete realizzato.

Come devono essere gestiti i dati dal vostro fornitore di servizi linguistici?

La cosa migliore da fare quando si collabora con un fornitore di servizi linguistici è valutare se sia davvero necessario inviare i propri dati personali al fornitore stesso. Più copie dei dati esistono, maggiore è la possibilità che vengano usati impropriamente o condivisi erroneamente con altri. Se possibile, revisionate o spersonalizzate i dati personali. Se dovete inviare informazioni private al vostro fornitore di servizi linguistici, assicuratevi che questi sappia come gestire questo tipo di dati e sia tenuto a proteggerli in virtù di un contratto.

Ecco alcune best practice:

- Quando la revisione dei dati non è possibile, è consigliabile usare un protocollo di trasferimento dei file sicuro. Le informazioni devono essere collocate in server sicuri del fornitore di servizi linguistici.
- Il fornitore di servizi linguistici deve revisionare le informazioni private, se possibile, prima di inviare i file alla community per la traduzione.
- Se la revisione non è possibile, il fornitore di servizi linguistici deve assicurarsi che le informazioni vengano condivise solo con persone autorizzate.
- In alcuni casi, il fornitore di servizi linguistici deve usare una stanza sicura. Il dipendente svolgerà il proprio lavoro in questo ambiente fisico, ma non avrà accesso a un telefono o a materiale cartaceo su cui scrivere né potrà sottrarre informazioni.
- In rari casi, il fornitore di servizi linguistici dovrà inviare il proprio dipendente presso la sede del cliente in modo che le informazioni non lascino mai l'azienda.

Oltre a queste best practice, un solido programma di sicurezza è essenziale per proteggere la privacy delle informazioni. Se il vostro fornitore di servizi linguistici non ha predisposto alcuna misura di sicurezza, non può essere conforme alle norme sulla privacy, perché la privacy dipende dalla sicurezza.

Che cosa succede ai dati al termine del lavoro?

In alcuni casi, un fornitore di servizi linguistici è tenuto ad

archiviare i dati per un determinato periodo di tempo, ma non per sempre. Dovrete identificare quali dati verranno conservati dal fornitore e perché. Determinate con molta attenzione se i dati contengano informazioni private. È appropriato salvare certe informazioni durante la creazione di una memoria di traduzione. Una memoria di traduzione è un glossario di parole e frasi usate ripetutamente che permette di elaborare più rapidamente e in modo più efficiente le traduzioni. Una memoria di traduzione non contiene informazioni personali.



SUGGERIMENTO:

Valutate con attenzione in che modo il vostro fornitore di servizi linguistici gestisce i dati sensibili

Come determinare se un fornitore di servizi linguistici ha una cultura della privacy?

Il vostro fornitore di servizi linguistici ha una cultura della privacy? Ci riferiamo ai comportamenti principali del fornitore e al fatto che i suoi dipendenti abbiano o meno a cuore la privacy e la sicurezza.

Come indizi rivelatori di tale cultura, considerate gli aspetti seguenti:

- Risorse monetarie al servizio di iniziative per la privacy
- Esistenza di un programma per la privacy continuamente valutato e perfezionato
- Formazione dei dipendenti riguardo ai processi di gestione della privacy

In particolare, deve essere prevista la consulenza di alto livello a cura di un professionista specializzato in queste questioni. Dopo tutto, l'aggiornamento sugli sviluppi delle leggi sulla privacy e sui conseguenti obblighi legali per un fornitore di servizi linguistici è una pratica piuttosto complessa. È importante che svolgiate alcune attività di due diligence preventiva sulle procedure e informative sulla privacy del vostro fornitore di servizi linguistici. Queste saranno molto utili nel preservare la reputazione della vostra azienda e nell'evitare le implicazioni finanziarie della mancata conformità.

8 PRINCIPI DELLA PROTEZIONE DEI DATI PER IL VOSTRO FORNITORE DI SERVIZI LINGUISTICI

1. I dati possono essere raccolti e trattati solo in modo equo e legittimo.
2. I dati possono essere raccolti e trattati solo in base allo scopo formulato.
3. È necessario dimostrare che i dati siano adeguati, pertinenti e vincolati in relazione allo scopo.
4. I dati devono essere mantenuti accurati, puliti e aggiornati.
5. I dati devono essere distrutti allo scadere dello scopo formulato.
6. I dati devono essere trattati nel rispetto dei diritti dell'interessato.
7. I dati devono essere protetti tramite misure aziendali e tecniche appropriate.
8. Il trasferimento dei dati è vietato a meno che non esista un meccanismo legale a questo scopo.



LA SICUREZZA INFORMATICA E I DATI DI TRADUZIONE

Perché preoccuparsi di proteggere i propri dati nel 2020 e oltre

Nello scegliere un fornitore di servizi linguistici, sorgono spontanee alcune domande. Quanto costerà la traduzione? Quanto rapidamente riceverò il prodotto finale? La traduzione ottenuta sarà di alta qualità? Tutte queste preoccupazioni sono di estrema importanza. Tuttavia, un'altra considerazione altrettanto importante, e senza dubbio anche più decisiva, è determinare quale sia l'approccio del fornitore di servizi linguistici verso la protezione dei dati. Se non ponete la questione della sicurezza dei dati al fornitore, esporrete voi stessi alla possibile perdita di proprietà intellettuale, segreti aziendali o altri materiali altamente sensibili. Quando questo tipo di informazioni viene reso pubblico o finisce nelle mani sbagliate, i risultati possono essere devastanti per un'azienda.

Che cosa può andare storto usando app di traduzione online gratuite?

Se utilizzate uno strumento di traduzione online gratuito per i dati della vostra azienda, fate molta attenzione, in particolare se i **dati sono sensibili o privati**. Ricordate il detto "Se non paghi per il prodotto, il prodotto sei tu". In questo caso, ogni elemento immesso nello strumento gratuito diventerà di proprietà del titolare dello strumento stesso.

Da più parti è stata segnalata la perdita di controllo su dati inviati ad app gratuite di terze parti. Ad esempio, la società petrolifera Statoil ha dovuto apprendere la lezione nel 2017. In quel caso, un'app online gratuita **ha caricato i dati personali dei dipendenti** in Google Search all'insaputa di Statoil.

L'assegnazione dei vostri progetti di traduzione a un fornitore di servizi linguistici di livello professionale è un ottimo primo passo verso la sicurezza dei dati. Ma attenzione: non tutti i fornitori di servizi linguistici si impegnano in sicurezza

informatica e protezione dei dati. Di conseguenza, dovrete compiere alcune indagini e porre le giuste domande.

Il ciclo di vita della traduzione

Come fornite i vostri materiali per la traduzione?

I clienti si servono di metodi diversi per inviare i propri dati a un fornitore di servizi linguistici. In questa fase devono essere realizzati tre obiettivi:

1. Nessuno deve essere in grado di rubare i dati.
2. I dati devono essere caricati in un'area cui possano accedere solo le persone autorizzate.
3. I dati non devono poter essere copiati.

Il fornitore di servizi linguistici e il cliente devono collaborare per determinare il metodo di invio dei dati. Per materiali altamente sensibili, l'onere ricade sul fornitore di servizi linguistici, che dovrà rendere disponibile un'opzione valida, come un portale o un sito web sicuro. Questo metodo di invio impedirà l'intercettazione dei dati durante la trasmissione. Il sistema deve essere progettato anche in modo che non vi siano intrusioni interne quando il materiale si trova sul portale. Il cliente è tenuto a usare il portale e non deve chiedere al fornitore di accettare dati tramite un metodo non sicuro.

Quando i dati si trovano nel portale, le misure di sicurezza devono comprendere più livelli di controllo. Questi controlli possono includere un'autenticazione sicura, la gestione degli

accessi in base al ruolo e la possibilità di integrazione con il sistema di gestione degli accessi del cliente. L'idea è limitare l'accesso alle persone che lavorano attivamente al progetto e archiviare i dati in modo che non possano essere facilmente acquisiti da altri. Se poche persone hanno accesso ai dati, il rischio per la sicurezza è minimo.

Come viene svolto il lavoro di traduzione?

I traduttori devono essere obbligati ad accedere con credenziali per poter utilizzare i dati e quindi a lavorare nel portale in cui i dati sono al sicuro. Per dati altamente sensibili, il lavoro del traduttore deve essere monitorato nei server del fornitore di servizi linguistici e devono essere usati strumenti speciali. Risorse come un software di gestione delle traduzioni impediscono la rimozione dei dati dal portale. Inoltre, per i materiali assolutamente riservati, i dati devono essere forniti ai traduttori in piccoli blocchi. Questo impedisce di divulgare completamente la totalità dei contenuti.

Infine, i traduttori devono lavorare in un ambiente in cui i dati vengano mantenuti nei sistemi del fornitore di servizi linguistici e protetti all'interno del suo framework di sicurezza. Al modello di traduzione possono essere applicati diversi livelli di sicurezza. Questo approccio dipenderà da quanto sensibili sono i dati e dalla protezione necessaria.

Come viene consegnato il lavoro di traduzione?

Il fornitore di servizi linguistici deve consegnare la traduzione completa al cliente allo stesso modo in cui ha ricevuto il materiale. Per contenuti sensibili, il processo di consegna deve avvenire attraverso il portale sicuro. Assicuratevi che i dati siano sicuri e crittografati.

Quali criteri e standard proteggono i dati?

I processi del fornitore di servizi linguistici implicano diversi problemi di protezione dei dati. Ad esempio, le persone che accedono ai dati sono spesso linguisti che potrebbero non prestare la dovuta attenzione alla sicurezza. Assicuratevi che il fornitore di servizi linguistici informi i propri professionisti riguardo all'importanza di proteggere i dati e chieda loro di seguire i criteri di sicurezza predisposti. Inoltre, i dipendenti del fornitore di servizi linguistici devono essere formati su come gestire i dati per garantirne la sicurezza. Infine, chiedete al fornitore se i metadati del progetto sono nascosti. Il team operativo usa nomi in codice per i progetti come parte del processo? Questo accorgimento è assolutamente necessario.

Quali strumenti devono essere usati dai team IT e di sicurezza dedicati?

Un'azienda che affida i propri dati a un fornitore di servizi linguistici deve sapere se il fornitore ha gli strumenti necessari per gestire i propri sistemi IT e affrontare qualsiasi violazione imprevista alla sicurezza. Il fornitore di servizi linguistici usa una tecnologia specializzata, ad esempio uno strumento

di gestione degli eventi e degli incidenti di sicurezza? Questo tipo di strumento permette di rilevare praticamente in tempo reale un evento dannoso, perché i professionisti della sicurezza possano intervenire tempestivamente. Il fornitore di servizi linguistici possiede un sistema di gestione delle vulnerabilità per tenere traccia dei punti deboli nei server e in altri asset?

Per valutare in modo efficace il vostro fornitore di servizi linguistici, potete semplicemente verificare se abbia team IT e di sicurezza dedicati al suo interno. È necessaria una notevole quantità di risorse per supportare team di questi tipi e non tutti i fornitori di servizi linguistici possono permetterseli.



SUGGERIMENTO:

Diffidate delle app di traduzione online gratuite

In che modo le best practice del fornitore di servizi linguistici minimizzano le minacce per i dati?

È impossibile eliminare completamente tutte le minacce interne ed esterne. Tuttavia, la sicurezza è maggiore quando ci si impegna nella protezione dei dati e si ricorre a un fornitore di servizi linguistici che si avvale delle migliori procedure di sicurezza informatica.

Un'azienda che stia scegliendo un fornitore di servizi linguistici dovrà rivolgersi al proprio team di sicurezza e il fornitore di servizi linguistici dovrà essere disposto a parlare dei propri processi, procedure e strategie per la protezione dei dati. In definitiva, il fornitore di servizi linguistici deve impegnarsi a mantenere la propria parola accettando di sottoscrivere un contratto che indichi le responsabilità di sicurezza verso il cliente.

PRIME 5 DOMANDE DA PORRE A UN FORNITORE DI SERVIZI LINGUISTICI PER VERIFICARE LA PRESENZA DI BEST PRACTICE PER LA SICUREZZA INFORMATICA

1. Avete al vostro interno un Chief Security Officer il cui unico compito è la protezione dei dati?
2. Avete al vostro interno un team di sicurezza dedicato e in che modo è organizzato?
3. Svolgete penetration test dei vostri sistemi e applicazioni?
4. Avete implementato solidi criteri di controllo degli accessi?
5. Formate dipendenti e traduttori sulla sicurezza dei dati?

STRATEGIA DI CREAZIONE DI CONTENUTI PER PROCESSI SEO MULTILINGUE NEL 2020 E OLTRE

Meno traduzione, più transcreazione e creazione di contenuti locali

Che tipo di contenuti online può essere rilevante per il vostro pubblico di riferimento?

Se in passato avete avuto buoni risultati di ricerca online nonostante testi mediocri o redatti frettolosamente, oggi dovrete ripensare il vostro approccio. Nell'anno 2020 e oltre le aziende, e in particolare quelle globali, dovranno creare contenuti di *qualità* specifici per ogni mercato per poter ottimizzare i risultati dei motori di ricerca. Ecco come fare.

Il concetto di qualità dei contenuti è legato agli argomenti su cui scegliete di scrivere e ai metodi di traduzione o creazione di dati selezionati per esprimere le vostre idee. Entrambi questi aspetti sono essenziali per raggiungere il vostro pubblico di riferimento. E poiché il pubblico cui vi rivolgete raramente cerca la vostra azienda in particolare, dovete adottare una strategia efficace per collocarvi nelle prime posizioni dell'elenco di ricerca quando viene eseguita una query online.

Perché adottare una strategia di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) proprio ora?

BERT, il nuovo algoritmo di Google, è la forza trainante dell'esigenza di perfezionamento dei contenuti online per l'ottimizzazione dei risultati dei motori di ricerca. BERT sta per Bidirectional Encoder Representations from Transformers. Google ha introdotto l'algoritmo a ottobre 2019 in seguito alla crescente popolarità delle ricerche vocali e delle query più lunghe. BERT riconosce queste domande più lunghe e, ancora più importante, la relazione *tra* le parole per poter determinare il contesto della ricerca.

Tutte quelle piccole parole, ad esempio “suo”, “in”, ed “e”, vengono ora usate per indicare al motore di ricerca le finalità. Questo significa che l'algoritmo più sofisticato di Google non premierà più i contenuti che si limitano a contenere molte parole chiave. Analogamente, il contenuto verrà penalizzato se la grammatica non è corretta, perché Google tenderà a selezionare i contenuti che ritiene più pertinenti. Anche se Google ha inizialmente implementato BERT solo per query in lingua inglese, l'algoritmo **oggi supporta 70 lingue** di tutto il mondo. Un modello BERT viene usato anche per migliorare gli snippet, o caselle di risposta, disponibili a livello globale.

Ideazione di contenuti: da dove iniziare?

Nello sviluppare la vostra **strategia di creazione di contenuti**, pensate sempre ai vostri clienti e provate a immaginare che cosa vogliono sapere.

Brendan Walsh, Global Search Subject Matter Expert di Lionbridge, forma i dipendenti dei brand internazionali per ottenere risultati SEO eccezionali. Walsh offre questi suggerimenti:

- Determinate che cosa chiedono le persone in ogni area cui vi rivolgete usando Google per indagare sulle query più comuni.
- Create un elenco di queste domande e organizzatele in gruppi.
- Usate questi raggruppamenti per generare idee per i vostri post di social media, blog o sito web.

Le aziende che operano in più mercati devono rendersi conto che lo stesso argomento spesso produce risultati diversi a causa delle differenze tra i mercati.

Ad esempio, un'azienda che svolga una ricerca sulle auto elettriche potrebbe riscontrare che le persone di Los Angeles sono più attente agli standard sulle emissioni, mentre quelle del Québec saranno più sensibili alle prestazioni durante la stagione invernale. Lo stesso argomento può produrre query piuttosto diverse, che orienteranno i vostri contenuti locali.

“È essenziale che i contenuti siano basati sui dati e specifici per ogni mercato. È così che si assicura rilevanza per il pubblico di riferimento e si ottengono in definitiva i risultati desiderati.”

Brendan Walsh
Global Search Subject Matter Expert, Lionbridge



Come realizzare una strategia SEO multilingue?

Le aziende che operano a livello globale e gestiscono più lingue dovranno indubbiamente affrontare sfide aggiuntive rispetto a quelle che si rivolgono a un'unica area locale. Poiché la qualità dei contenuti è un fattore così essenziale per l'ottimizzazione per i motori di ricerca, dovranno impegnarsi a creare contenuti originali in ogni lingua e in grado di rispondere alle domande degli utenti, sostiene Walsh. Per raggiungere livelli di eccellenza, è essenziale creare contenuti basati sui dati e specifici per ogni mercato. Ciononostante, esistono altri metodi utili che possono fare parte della soluzione, aggiunge.

Il secondo approccio migliore per efficacia è la **transcreazione**, ovvero il processo di ricreare contenuti per una lingua e un mercato di riferimento, preservandone il richiamo creativo ed emozionale. Infine, anche se la traduzione può occupare il sedile posteriore, trova comunque posto in questo scenario. In definitiva, le aziende globali possono usare una combinazione di questi metodi per soddisfare le proprie esigenze. Lionbridge offre servizi di valutazione nei mercati locali e sa determinare la migliore combinazione di creazione di contenuti, transcreazione e traduzione per ottenere i **risultati SEO** più efficaci ed economicamente convenienti.

Dove si nascondono le opportunità migliori per la definizione di una strategia di creazione di contenuti?

In un oceano di contenuti, la capacità di farsi notare può apparire un'ardua sfida. Dopo tutto, il vincitore è uno

solo quando si tratta di **ricerche vocali**: è l'unica voce cui l'assistente vocale sceglie di rispondere. Nelle ricerche di testo i clic si riducono significativamente se l'azienda non riesce a occupare le prime cinque posizioni.

Nel definire una strategia di creazione di contenuti, tenete presente i dati statistici indicati di seguito. Sebbene secondo Unbabel.com l'inglese comprenda il **55% di tutti i contenuti online**, solo il 20% del mondo parla inglese e un esiguo 5% della popolazione considera l'inglese la propria lingua madre. Di conseguenza, vi è una forte carenza di contenuti per lingue diverse dall'inglese.

Oltre a questa carenza, i contenuti disponibili online non hanno qualità sufficiente. Il motivo è che buona parte di questi contenuti è semplicemente tradotta dall'inglese anziché essere progettata per il mercato specifico. Le aziende globali impegnate a creare contenuti di qualità per i propri mercati non di lingua inglese hanno l'opportunità di fare notevoli progressi con il proprio pubblico di riferimento.

Che cosa succede per chi resta indietro?

Ora che sono disponibili diversi strumenti per creare contenuti eccezionali e ottimizzare la **strategia SEO multilingue**, assicuratevi di utilizzare questi metodi. Se non riuscirete a evolvere e a migliorare i vostri contenuti, perderete traffico a vantaggio delle aziende locali che sanno come rivolgersi ai propri mercati. Collaborando con i nostri clienti, abbiamo costantemente osservato che se si ha la capacità di creare contenuti di valore, le persone li utilizzeranno.

SEO MULTILINGUE CON BERT:



I Sì e i No della creazione di contenuti



- **SÌ:** creare contenuti basati sui dati, che risulteranno utili al pubblico di riferimento.
- **SÌ:** investire sulla richiesta di contenuti in lingue diverse dall'inglese.
- **SÌ:** creare contenuti locali rivolti in modo specifico al pubblico locale e saper determinare quando scegliere la traduzione, la transcreazione o la creazione da zero.



- **NO:** creare contenuti che includono inesattezze grammaticali. BERT le riconoscerà e vi collocherà più in basso nelle classificazioni.
- **NO:** limitarsi a stipare i contenuti di parole chiave, una strategia antiquata che non funziona più con l'algoritmo sofisticato di Google.
- **NO:** limitarsi a tradurre contenuti creati per un altro mercato locale. La probabilità che non siano pertinenti per il nuovo pubblico di riferimento è molto elevata.

SUGGERIMENTO:

Per realizzare una strategia SEO multilingue, create contenuti di qualità per ogni lingua.





Continueremo a osservare con attenzione queste e altre tendenze emergenti nel corso dell'anno.

Consideriamo nuove leggi, algoritmi in evoluzione e altri sviluppi sul mercato opportunità per il successo dei nostri partner.

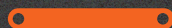
Se avete domande sulle vostre esigenze specifiche, siamo pronti a rispondervi.

Contattateci per iniziare oggi stesso visitando la pagina all'indirizzo lionbridge.com/get-in-touch



Informazioni su Lionbridge

Lionbridge lavora a stretto contatto con i più noti brand internazionali per costruire un modo più connesso. Da oltre vent'anni aiutiamo le aziende a comunicare con i loro clienti e dipendenti globali, offrendo servizi di localizzazione e dati di training in oltre 350 lingue. Attraverso la nostra innovativa piattaforma, una rete di un milione di appassionati linguisti situati in oltre 5.000 città, collaboriamo con i più importanti brand al mondo alla creazione di esperienze culturali significative. La passione per le lingue ci guida nella scelta delle migliori risorse umane e tecnologie di intelligenza artificiale, allo scopo di veicolare contenuti rilevanti per i clienti dei nostri clienti. Con sede a Waltham, Massachusetts, Lionbridge opera attraverso centri distribuiti in 26 paesi.



PER ULTERIORI INFORMAZIONI
[LIONBRIDGE.COM](https://www.lionbridge.com)



LIONBRIDGE

© 2020 Lionbridge. Tutti i diritti riservati.