

Posiciónate en Internet

TRADUCCIONES SEO FRIENDLY

TABLA DE CONTENIDOS

- 03 Introducción
- 04 ¿Cómo afectan los contenidos a tu visibilidad online?
- 05 SEO y traducción, lo que debes saber
- 06 Traducciones SEO friendly. Así son
- 07 ¿Cómo traducir para el SEO?
- 09 ¿Qué se traduce en una web?
- 11 Checklist para traducir una web
- 12 ¿Qué se traduce en un e-commerce?
- 14 Ventajas de la traducción SEO

INTRODUCCIÓN

¿Luchas cada día por ofrecer a tus clientes lo mejor? ¿Y por **estar en las primeras posiciones de Google para captar más leads**? Si es así, es hora de cambiar de marcha e incorporar las **traducciones 'SEOfriendly'** a tu estrategia.

Aunque pueda parecer complicado, destacar en Internet es mucho más fácil de lo que parece. Solo hay que tomar las decisiones adecuadas. Una de ellas es, por ejemplo, **traducir los contenidos que cuelgas en Internet**.

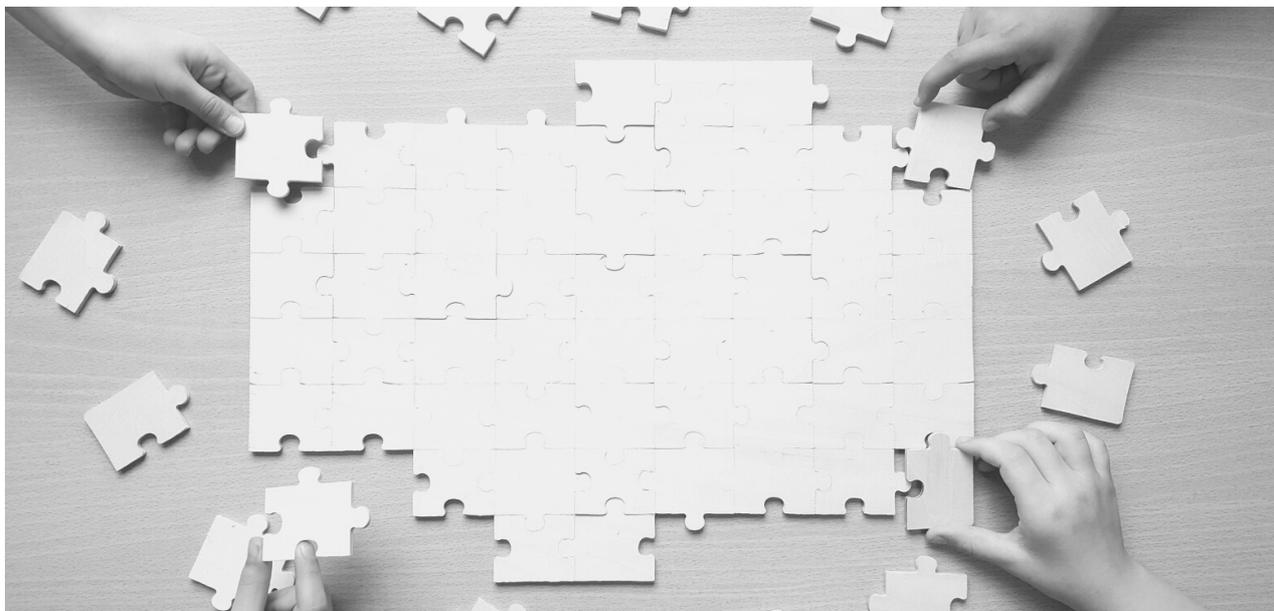
Si eliges el **idioma correcto para difundir tus conocimientos**, darás un gran paso para posicionar tu marca en Internet. Pero no solo debes centrarte en publicar contenido en tu idioma, sino que también debes centrarte en tus lectores.

Al principio, esto puede parecer un problema, ya que tradicionalmente **el inglés está sobrerrepresentado en la Red**. Hace una década el 80% de las páginas estaban en inglés. Actualmente, esa cifra ni siquiera es una cuarta parte de todas las páginas publicadas en Internet.

En este eBook te vamos a dar las claves de por qué recurrir a una agencia de traducción para **ganar notoriedad en la Red** y hacer lo que hemos denominado 'traducciones SEO-friendly'.



¿CÓMO AFECTAN LOS CONTENIDOS A TU VISIBILIDAD ONLINE?



Si no apuestas por la **visibilidad online** de tu negocio solo conseguirás una cosa: desaparecer en el extenso océano de internet.

Que tu web disponga de un **contenido interesante** es importantísimo para atraer tráfico. Trabajar el contenido hará que sea mucho más fácil **atraer a aquellos usuarios que puedan llegar a convertirse en clientes potenciales**.

Para ello, te aconsejamos **trazar primero una estrategia de contenidos**. Gracias a ella sabrás qué tienes que publicar, dónde, cuándo y por qué. Esto tendrá un impacto directo en el grado de visibilidad de tu marca.

A partir de esta estrategia, ya podemos empezar a trabajar en el **posicionamiento en buscadores o SEO** para ganar visibilidad en tu web.

Una estrategia de contenidos es fundamental, pero... ¿solo en tu idioma? ¡No!

SEO Y TRADUCCIÓN, LO QUE DEBES SABER



Hablar de SEO hoy en día es lo más natural del mundo. El SEO o posicionamiento web se ha convertido en el pan de cada día de miles de empresas. Se trata, como bien sabes, de una **optimización natural de un sitio web para que sea fácilmente localizado** por los principales motores de búsqueda.

Se puede trabajar en muchos tipos de posicionamiento: local, internacional... Cuando hablamos del **SEO internacional** nos centramos en optimizar los contenidos visibles e invisibles de un sitio web escrito y programado en dos o más idiomas y mercados. Este sitio web puede ser un **blog, una página web, una tienda virtual, un entorno de teleformación**, etc.

¿Sabías que se puede potenciar el SEO internacional al **adquirir dominios internacionales** como .ru en Rusia, .pt en Portugal, .cn en China... y publicar en ellos contenidos en sus idiomas?

**El SEO
internacional te
ayudará a
posicionar tu
empresa en otros
países**

TRADUCCIONES SEO FRIENDLY. ASÍ SON

En Internet hay tanta información sobre el SEO multilingüe que a veces nos perdemos y nos quedamos sin saber exactamente en qué consiste la traducción SEO de nuestra web.

Te lo explicamos en los siguientes puntos:



No. 01 – Traducir SEO no es trasladar literalmente

Las palabras escritas en un idioma a sus sinónimos en otras lenguas. Para firmar una traducción de páginas web de calidad desde el punto de vista del SEO hay que conocer muy bien tanto el idioma como la cultura, costumbres, historia o tendencias de compra del país donde vayan a consumirse los contenidos traducidos.



No. 02 – La traducción SEO debe estar enfocada al

SEO semántico, al significado de la posible búsqueda de los usuarios más allá de la pura literalidad. El SEO semántico es el presente y el futuro y la traducción SEO debe ir por el mismo camino: ir más allá de las palabras, comprender qué está buscando el usuario realmente y ofrecerle los resultados web más aproximados a su búsqueda.

¿CÓMO TRADUCIR PARA EL SEO?

Si los contenidos de tu web, blog o e-commerce no están optimizados para los buscadores, es muy difícil que aparezcan en los primeros resultados de búsqueda. Y eso equivale prácticamente a ser invisible. En nuestra [agencia de traducción](#) te contamos las claves para traducir los contenidos y mejorar el posicionamiento web.



Olvida la traducción automática porque

Google penaliza el contenido que está traducido automáticamente. El buscador castiga a las páginas que usan contenido de mala calidad y, sobre todo aquel que ha sido generado por máquinas en lugar de humanos. En estos casos, lo mejor es recurrir a una empresa de traducción experta en este tipo de trabajos.



Escoge bien las palabras clave para el idioma

de destino. Las keywords ayudan a posicionar mejor un contenido, pero hay que tener en cuenta que las palabras clave que más se buscan en España para un determinado tema, podrían no ser las mismas que las que se buscan en Francia, por ejemplo. Puedes hacer un estudio de palabras clave utilizando el planificador de palabras clave de Google.



Optimiza siempre los textos a traducir

Existen algunas claves para hacer el contenido más amigable para Google. Es aconsejable que la palabra clave aparezca en el título de la página, que también lo haga al principio del contenido y utilizarla en metadescripciones y en los atributos alt de la imagen. Así cuando envíes el texto a traducir, obtendrás un contenido totalmente optimizado para los buscadores.

¿CÓMO TRADUCIR PARA EL SEO?



Adapta los metadatos de tus textos

Para conseguir que la traducción sea totalmente 'SEO-friendly', es necesario traducir adecuadamente los metadatos que incluye el contenido. Esto abarca, aparte de las palabras clave, la traducción del título y la descripción de la página, así como de la URL o nombre del enlace con el que se publicará la página. También se deben enviar a traducir aquellos contenidos ocultos como las etiquetas alt, los avisos de error o de mantenimiento, etc.



Ojo con los enlaces internos

A nivel de posicionamiento web es importante incluir en los contenidos enlaces, tanto internos como externos a fuentes oficiales. En el caso de los internos hay que tener cuidado, pues si el contenido está, por ejemplo, en inglés, el link interno debe ir a la versión inglesa de dicho contenido no a una página en un idioma diferente.

¿QUÉ SE TRADUCE EN UNA WEB?



Traducir una página web es un proyecto de gran envergadura que no se debe dejar a la improvisación. **El contenido de la página deberá adaptarse al público meta** respetando la imagen de la empresa y sus valores.

Para algunos países, habrá que adaptar el posicionamiento web **al motor de búsqueda más utilizado que en ocasiones no será Google**. Por ejemplo, en Rusia el motor de búsqueda que hay que tener en cuenta es Yandex.

Además, cuando uno se dirige a una cultura nueva, no puede limitarse a traducir el contenido, sino que también debe **localizarlo**. Con esto nos referimos al proceso de adaptación y fabricación de un producto para que presente el aspecto y el funcionamiento de un artículo fabricado en un país en concreto, algo en lo que te puede ayudar una agencia de traducción profesional.

Hay que tener en cuenta que en otros países Google no es el buscador más utilizado

¿QUÉ SE TRADUCE EN UNA WEB?

El principal error a la hora de traducir una web es querer correr demasiado. Antes de traducir una página web recopilas toda la información que necesitas traducir. También es importante determinar en qué CMS está alojada tu página web. Por ejemplo, si está en **WordPress** el **proceso de recopilación de la información y de envío a la agencia de traducción será mucho más sencillo** gracias al plugin **WPML**. [Aquí](#) te contamos cómo funciona el plugin y en este [videotutorial](#) te mostramos el proceso.

A continuación te indicamos qué se suele traducir de las páginas web:

- **URLs.**
- **Títulos.**
- **Metadescrpciones.**
- **Textos.**
- **Imágenes.**
- **Infografías y elementos gráficos.**

100%

El plugin WPML facilita la tarea de recopilación y envío para traducir toda la información del sitio web

Checklist para traducir una web

Antes de mandar a traducir tu página web, comprueba que has realizado todo lo anterior.

- Averigua qué tipo de web tienes, si está alojada en WordPress o en otro CMS.
- Decide a qué idioma o idiomas quieres traducir tu página web.
- Haz un listado con las páginas, secciones y contenidos que necesitas traducir.
- Ten en cuenta los textos de las imágenes y de elementos no editables como pdfs.
- No olvides traducir los elementos 'escondidos' como alertas, avisos de error, e-mails automatizados...
- Haz un estudio de las palabras clave en los países donde piensas posicionar tu negocio.
- Determina cómo estructurarás los nuevos contenidos de tu página.
- Valora si geolocalizar tu página web.
- Escoge a una agencia de traducción especializada en traducciones 'SEO-friendly' como Okodia.

¿QUÉ SE TRADUCE EN UN E-COMMERCE?



Según Euromonitor 2020, el comercio electrónico entre países de Europa ha crecido en los últimos años el doble que el doméstico, ya que **el 71% de los compradores online europeos hace pedidos transfronterizos.**

En el proceso de **traducción y localización de un e-commerce**, es importante conocer qué contenidos deben traducirse para mejorar la experiencia del usuario, aumentar la confianza hacia la marca y conseguir que la compra tenga lugar.

A continuación te detallamos qué se debe traducir en un e-commerce para **conseguir un posicionamiento top.**

***El 71% de los
compradores
europeos hace
pedidos
transfronterizos***

Traducción de productos y servicios

En un e-commerce se deben traducir todos los contenidos referentes a **catálogos de productos y servicios** ofrecidos a través de la web. El nombre del producto o servicio y la descripción de este son algunos de los elementos esenciales que deben enviarse a traducir. No olvides tampoco adaptar la divisa al mercado local.

Traducción de páginas corporativas

Antes de realizar una compra, los usuarios suelen navegar y recopilar información sobre la marca o la empresa. Para ello es esencial tener las páginas que contienen dicha información correctamente traducidas. No hay que olvidar traducir páginas como **quiénes somos, equipo, historia, localización, contacto**, entre otras. Esta traducción debe realizarse de la mano de un profesional, puesto que será vital a la hora de decidir la compra.

Traducción del proceso de compra

El **proceso de compra** es una etapa clave en cualquier e-commerce, por lo que siempre debe estar en el idioma del usuario. En este sentido, es especialmente importante la adaptación de las diferentes divisas y la correcta traducción del contenido del resumen del pedido para evitar confusiones por parte del usuario y evitar la pérdida de clientes.

Traducción de textos legales

Para evitar sanciones y garantizar un correcto funcionamiento, los e-commerce tienen que cumplir con una serie de normas. Entre ellos figuran el **aviso legal y condiciones de uso, la política de privacidad y de cookies**. Los contenidos de estas páginas deben estar correctamente traducidos, por lo que es fundamental que esta labor la realicen traductores profesionales especializados.

VENTAJAS DE LA TRADUCCIÓN SEO

Cuando se quiere conseguir un eficiente posicionamiento orgánico para nuestra web, el contenido es el principal pilar sobre el que sostener la estrategia. Creando **contenidos interesantes y de calidad** para el usuario se puede llegar a más clientes potenciales. Y en esta tarea las traducciones orientadas al SEO son muy importantes. ¿Sabes cuáles son las ventajas de este tipo de traducción?

- ✓ Aumenta la visibilidad de tu negocio en otros países.
- ✓ Aumenta la confianza de tus clientes internacionales en la empresa.
- ✓ La imagen de tu negocio mejorará en el extranjero.
- ✓ Se conseguirá llegar al público objetivo.
- ✓ Se incrementará el tráfico que llegue a tu página web de manera orgánica.
- ✓ Mejorará la usabilidad de la página web.



TU AGENCIA

DE TRADUCCIONES

PROFESIONALES

okodia
translations 

www.okodia.com

info@okodia.com

BCN - 931 727 830

MAD - 910 052 352