

¡DESCARGABLE!

**E-BOOK
GRATIS DE
DIFUSIÓN
LIBRE**

Aprende herramientas de traducción ◀

Consigue un resultado profesional ◀

Conoce los mejores consejos ◀

eBOOK

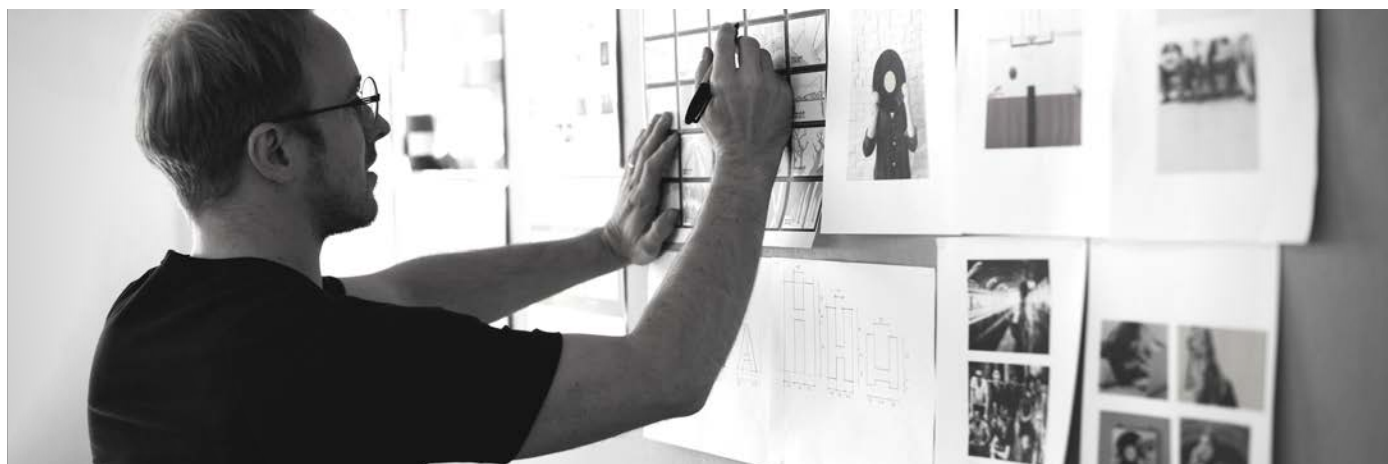
**GUÍA PARA
TRADUCIR TU BLOG**

**y triunfar en
internet**



ÍNDICE

- 01 PLANTEARSE UN OBJETIVO.**
- 02 ¿A QUÉ IDIOMAS SE DEBE TRADUCIR EL BLOG? LA MANO EXPERTA DEL TRADUCTOR.**
- 03 UN CONSEJO: DIVERSIFICA LAS URLS.**
- 04 ELEMENTOS IMPRESCINDIBLES PARA TRADUCIR EL BLOG.**
- 05 CHECKLIST PARA ACORDARNOS DE TODO AL TRADUCIR NUESTRO BLOG.**



Hoy en día traducir una página web a otros idiomas es casi una obligación, pero... ¿y un blog? ¡También!

Si quieres que tu 'site' reciba visitantes que no hablen tu idioma o enganchar a aquellos que desde otros países han llegado 'por casualidad' a tu web, traducir un blog es lo más recomendable.

Además, traducir un blog te ayudará a crear contenido dinámico en otros idiomas que, de otro modo, difícilmente podrías conseguir. Para ello, contar con la mano experta de una agencia de traducción es indispensable.

1. PLANTÉATE TU OBJETIVO

Conviene lanzarse a la piscina cuando las ventajas superan con creces los inconvenientes. Traducir un blog solamente tiene ventajas, aunque por supuesto no hay que perder de vista el objetivo principal del blog y qué pretendes conseguir al traducirlo. Por ejemplo:

¿Quieres aumentar las visitas a tu página web?

¿Tus objetivos son monetarios y pretendes duplicar las conversiones de tu tienda online?

¿Te estás planteando conseguir prestigio internacional y posicionarte como gurú en tu nicho de mercado?



¿Estas luchando por estar en el 'top 10' de Google, también en otros mercados?

¿Simplemente quieres ser internacional y dar una muy buena imagen corporativa por ello?



HA LLEGADO LA HORA.

**PLANTÉATE
TRADUCIR TU BLOG A
UNO O VARIOS
IDIOMAS, TE
AYUDARÁ A
ALCANZAR TUS
OBJETIVOS.**

2. DEFINE EN QUÉ MERCADO TE QUIERES POSICIONAR Y A QUÉ IDIOMA QUIERES TRADUCIR TU BLOG.

Echar un vistazo a Google Analytics antes de decidir a qué idioma quieres traducir tu blog es de gran utilidad para la mayoría de empresas y webmasters. Esta potente **herramienta gratuita de Google** te permitirá determinar de qué países sueles recibir más visitas, o hacer un buen seguimiento después de traducirlo. Si, por ejemplo, tu público proviene principalmente de Canadá, deberías plantearte traducir tu blog al inglés o al francés (o incluso a los 2).

En cualquier caso, consultar las opciones con una agencia de traducción profesional te servirá para conocer cómo funcionan los distintos nichos de mercado y saber que un blog no se traducirá literalmente, ya que cualquier traducción profesional debe adaptarse a las características del idioma en cuestión. También es importante saber que un blog es algo que se irá traduciendo con cierta frecuencia, en función de tu periodicidad para escribir en él.

Tampoco te olvides de la competencia. Seguramente, muchos blogs de tu competencia y que ya sigues estén traducidos al inglés, 'el idioma internacional' por excelencia. El inglés es un idioma clave para cualquier web o empresa, también para ti, algo así como "un comodín", pero no olvides que tu público también puede provenir de zonas del mundo donde se hablan otros idiomas y en los que se sienten más cómodos. Ya lo sabes, a todos nos pasa: compramos más a gusto y con más confianza en nuestro idioma materno, aunque entendamos otros. Y eso se notará en tu beneficio económico posterior.

¡Sé constante con ello y prepara un pequeño presupuesto para esta parte!

3. ¿UNA ÚNICA ENTRADA PARA TODOS LOS IDIOMAS? ¡EVÍTALO!

La imagen del blog siempre ha de ser un factor a destacar para fidelizar y atraer a nuevos lectores. Así, si en el blog aparecen contenidos cargados de texto resulta un riesgo añadir un texto doble para la traducción y que esta marea de letras sea un verdadero monstruo que asuste a posibles lectores (sin contar que a Google no le va a gustar). En estos casos es importante realizar la traducción en otra url en la que incluyas el contenido traducido, la metaetiqueta de idioma correctamente introducida, el título de la URL en el idioma en cuestión, etc.

De esta forma también mejorarás de forma natural el SEO de tu blog, lo que generará innumerables beneficios.

Nuestro consejo es que estudies las posibilidades y las características de tu propio blog, por ejemplo, en Wordpress el plugin por excelencia suele ser WPML (aunque hay otros muy buenos), y será la fórmula más adecuada y cómoda para aportar ese contenido en otros idiomas, tanto a tus lectores humanos como a tus lectores robots (Google y otros buscadores importantes).*



* Si deseas mayor información sobre este punto en concreto te recomendamos consultar nuestro e-Book #1 'Páginas web. La guía indispensable para para traducir tu web de forma profesional.

4. ELEMENTOS IMPRESCINDIBLES PARA TRADUCIR TU BLOG

En primer lugar deberás plantearte un presupuesto, ya que la escritura de posts en un blog y su posterior traducción, generalmente, es un proceso continuo y que se realiza de manera frecuente. En función de tu presupuesto, traducirás todo o quizás deberás centrar tus esfuerzos en traducir únicamente aquellos artículos que se adecuen a tu nueva audiencia, los que tengan mayor relevancia en el idioma o mercado original, etc.

No obstante, ten en cuenta que el contenido que creaste para tus lectores en el idioma original no tiene por qué ser igualmente válido en otro idioma o en otro mercado del mismo idioma. Si puedes, busca ayuda de una agencia especializada en SEO.

A continuación te mostramos 6 elementos esenciales para triunfar con tu blog.

¡JUNTOS FORMAMOS UN GRAN EQUIPO!

4.1 PALABRAS CLAVE

Para cada mercado necesitarás crear una lista de palabras clave que sean relevantes y que correspondan con los hábitos de búsqueda de los hablantes nativos de ese mercado. Para saber si una palabra clave es relevante, puedes ayudarte con el planificador de palabras clave de AdWords*. Y sí, también deberían traducirse, ya que como su propio nombre indica son clave para los buscadores.

* CONSEJO

Un traductor profesional te echará una mano a traducir las palabras clave de tu web al idioma que desees. Para conocer qué incidencia tiene esa palabra en otro idioma, abre Google Adwords y utiliza los filtros idiomáticos que pone esta herramienta a tu disposición para ir introduciendo las palabras clave y comprobar el nivel de búsqueda. Una vez las estés utilizando en tus posts, comprueba si están teniendo el rendimiento deseado analizando el tráfico de tu web con Google Analytics.

4.2 TÍTULO DEL POST

Seguro que para elegir el título de tu post en tu idioma has dudado en si era mejor con o sin artículo, con este adjetivo o con otro, si ponerlo así o asá... ¡Un buen traductor hace lo mismo en su traducción, hasta que elige! Es importante, en la medida de lo posible, que el traductor esté muy en contacto con el equipo de marketing de tu empresa para que entre todos puedan elegir el mejor título posible, el que más engagement genere o el que mejor represente aquello que quieres transmitir. Muchas veces el título del post no coincide con el título traducido. Lo que sí debe hacer, en cualquier caso, es incluir la palabra clave que elegiste anteriormente en el idioma que se traduzca y resultar atractivo para los lectores. Un traductor profesional sabrá escoger el adecuado y te consultará cualquier duda que pueda surgir.

4.3 LLAMADAS A LA ACCIÓN: CTA

Del inglés, Call-to-action, son aquellos textos o botones que habitualmente vemos como "Regístrate", "Contacta", "Pruébalo", "Descárgatelo". Todos ellos son ejemplo de CTA o llamadas a la acción, denominadas así porque incitan al usuario a involucrarse en lo que está leyendo y dar un paso más: seguir descubriendo el contenido tan interesante que tienes que ofrecerle.

De poco sirve colocar muchas CTAs si el usuario no comprende lo que le propones. Si traduces tus llamadas a la acción, el número de clics seguro que se multiplican y ofrecerás una imagen más cuidada de tu blog a tus seguidores.

4.3 ENLACES EN CADA POST

Si el enlace de tu artículo original dirige hacia otra fuente en español, tu lector extranjero no podrá aprovechar este recurso. Siempre que enlaces un post, hazlo hacia otro que sea de utilidad para tu lector y que esté en el mismo idioma. Este trabajo lo realiza normalmente el desarrollador web o la persona que se encarga de la gestión del blog, y debes tenerlo en cuenta para que tus posts traducidos sean consistentes con el mercado al que te diriges.

En cualquier caso, no olvides los AnchorText. El traductor los traducirá conscientemente y te ayudarán a posicionarte en el mercado objetivo. Como ves, no solamente se traduce lo que ven los usuarios finales, hay que seguir pensando en los grandes buscadores.

4.5 IMÁGENES

Las imágenes no deberían darte demasiada guerra si solamente has incluido la imagen destacada y si esta no tiene nada de texto. Como en el apartado anterior, el traductor profesional tendrá en cuenta los atributos “alt” y “title” para traducir esa información valiosa de la imagen. También, y esto sí es importante para el lector humano, si incluyes infografías o imágenes con texto, necesitarás editarlas para traducir su contenido. Recuerda que con archivos editables (PSD, por ejemplo) se trabaja mejor que con PNG o JPG. Un traductor profesional se convertirá en tu mejor aliado para traducir esa infografía o imagen. Cuenta con él.

4.6 TRADUCIR LAS URLS Y METADATOS

Tener un blog localizado no es suficiente para posicionarlo bien en Internet. Es también indispensable traducir los metadatos y las urls.

Los metadatos son importantes para catalogar los distintos servicios o productos que se ofrecen al cliente. Ayudan, además, a que el internauta encuentre los recursos que necesita. Google tampoco tiene en cuenta los elementos susceptibles de ser manipulados para impulsar el posicionamiento, aunque sí todo aquello que se realiza de forma natural. Las descripciones, palabras clave e incluso las URL son elementos sensibles que tradicionalmente se han usado para introducir texto natural que mejore el posicionamiento.

5. CHECKLIST PARA TENERLO TODO BAJO CONTROL

¡Ahora te toca a ti! Con estos nueve puntos, que a continuación se describen, te resultará así de fácil acordarte de lo más importante para obtener una traducción perfecta de tu Blog.

1 - ¡Ya tengo claro mi objetivo!

Apúntalo para tenerlo siempre presente:

.....
.....

2- He revisado qué países aportan más tráfico a mi blog.

Y son:

.....

3- He elegido el idioma que quiero para mis posts

¿Es uno solo o más de uno? Anótalos:

.....

4- Mi webmaster y mi agencia SEO son conscientes de la traducción del blog

En el proceso de desarrollo y palabras clave ayudarán en:

.....

5- He chequeado la lista de palabras clave para mis posts (en otro idioma)

¿Te animas a apuntar alguna de ellas?

.....

6- He contactado con Okodia para llevar a cabo todo el proceso de traducción de forma profesional

7- Me he fijado una periodicidad de publicación y difusión de los posts en otros idiomas

Lo voy a hacer vez/veces al día/semana/mes/año

8- Reviso Google Analytics cada mes para analizar si mi estrategia da resultados

9- ¡Ya estoy cumpliendo mi objetivo!

TU AGENCIA DE TRADUCCIONES PROFESIONALES

**CONTACTA HOY, Y EMPIEZA
A GANAR MÁS AUDIENCIA**



www.okodia.com

info@okodia.com

BCN - 931 727 830

MAD - 910 052 352

