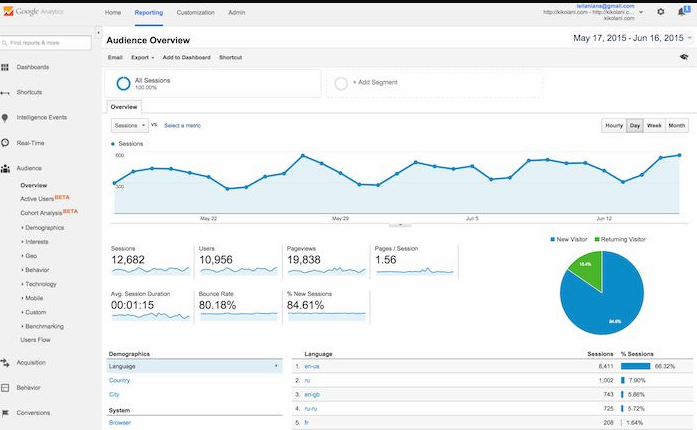
**Come valutare il potenziale di localizzazione del tuo sito web?**

Strumenti come Google Analytics, Zap o Piwik, tutti permettono di vedere informazioni approfondite sul tuo sito web. Calcola il volume del traffico di ricerca e il traffico potenziale dai mercati in cui al momento non stai mirando. Questi strumenti ti aiuteranno a capire la quantità specifica di traffico locale, a conoscere le fonti del tuo traffico e le informazioni cruciali per un'ottimizzazione SEO, parole chiave e frasi che generano più traffico.

**Ricerca approfondita di parole chiave nei mercati di destinazione**

Con i dati raccolti in precedenza o lavorando con il team di marketing, esegui una ricerca sulle parole chiave che guidano maggiormente il traffico. Cerca specifici modelli di ricerca e tendenze. Puoi utilizzare il pianificatore di parole chiave di Google per scoprire preziose parole chiave utilizzate di frequente.

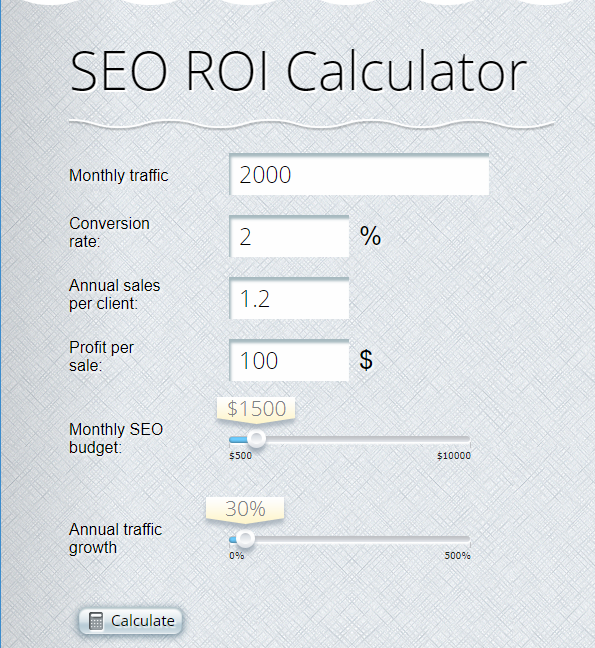


**Calcola il ROI - Return of Investment**

I costi di localizzazione si basano sul volume di contenuti che è necessario tradurre e localizzare. È necessario valutare attentamente quali contenuti devono essere realmente tradotti in quali mercati target.

Esistono molti indicatori e parametri di rendimento che è possibile utilizzare per misurare i costi e i rendimenti di un sito web localizzato rispetto a un sito Web non localizzato.

<https://www.promodo.com/roi-calculator/>



Le decisioni relative alla localizzazione devono prendere in considerazione molteplici fattori, tra cui il potenziale dei mercati target e la concorrenza esistente in quei locali. È estremamente importante dotarsi dei numeri e delle metriche corretti che supportano la strategia di localizzazione. Stimare costi e rendimenti con chiari indicatori di prestazione è molto utile per valutare il ROI complessivo di localizzazione.