Jede ROI-Berechnung (Return of Investment) für die Lokalisierung hängt davon ab, was für Ihr Unternehmen am wichtigsten ist. Die Übersetzung in eine bestimmte Sprache reicht nicht aus. Sie müssen Ihre Zielgruppe, Website-Leistung, Marketing-Kampagnen usw. analysieren.

Inhalte für die Übersetzung müssen ebenfalls lokalisiert werden, um den kulturellen Aspekten Ihres Zielmarktes gerecht zu werden. Wenn dies sorgfältig durchgeführt wird, hat dies eine sehr positive Wirkung und Benutzererfahrung für Ihre Kunden.

**Welche Art von Inhalten lokalisieren Sie?**

Der erste Schritt bei der erfolgreichen Lokalisierung besteht darin, den Zweck des Inhalts zu bestimmen. Wenn Sie den Zweck des Inhalts und der Zielgruppe festgelegt haben, können Sie auch den richtigen Übersetzungsdienst auswählen.

Die Lokalisierungskosten basieren auf dem Volumen des Inhalts, den Sie übersetzen und lokalisieren müssen. Sie müssen sorgfältig prüfen, welche Inhalte wirklich in welche Zielmärkte übersetzt werden müssen.

Wenn Sie einfache Marketingmaterialien, Kataloge, E-Commerce-Websites übersetzen, ist es sehr wahrscheinlich, dass die maschinelle Übersetzung Ihren Anforderungen entspricht. Nachdem das Übersetzungsprojekt erstellt wurde, wird Ihr gesamter Inhalt maschinell übersetzt und von einem menschlichen Übersetzer bearbeitet, um sicherzustellen, dass alles korrekt übersetzt wird.

Professionelle technische Dokumentation für Maschinen oder komplexere Handbücher sollte vollständig von einem menschlichen Übersetzer übersetzt und zusätzlich von einem Korrektor überprüft werden. Dieser Prozess gewährleistet die höchste Qualität der Übersetzung, ist aber auch teurer als der MT + Human Review-Ansatz.

Sie müssen eine Vorstellung davon haben, welches Qualitätsniveau der Übersetzung Ihr Inhalt sein muss und welche Art von Übersetzung benötigt wird.

**ROI für Websites**

Aufgrund der Verfügbarkeit von Analysen, Seitenaufrufen, Likes und Freigaben ist es einfacher, die Effektivität der Übersetzung und den ROI für Websites zu bestimmen. Übersetzte Websites führen zu höheren Conversion-Raten und übersetzte Anzeigen generieren mehr Klicks. Besucher auf Ihrer Website werden eher zu Kunden konvertieren, wenn Sie Informationen in ihrer Muttersprache angeben.

**Übersetzungskosteneinsparungen**

Die Zeit wird kommen, in der das Bearbeiten einer maschinellen Übersetzung einfach nicht kosteneffektiv ist. Es würde Zeit und Geld sparen, einen computergestützten Ansatz und einen professionellen menschlichen Übersetzer zu verwenden. Planen Sie mögliche Übersetzungsfehler im Voraus und zusätzliche Überprüfungskosten.

Die Kosten für schlechte Übersetzungen, manuelle Prozesse und Projektmanagement können durch den Einsatz des richtigen TMS (Translation Management System) reduziert werden.