

5 chyb, proč na váš web nechodí zahraniční zákazníci

... nebo alespoň ne tolik, kolik byste sami chtěli.

1. NEMÁTE JAZYKOVOU MUTACI

Představte si, že hledáte dovolenou v Itálii. Co uděláte? Půjdete na italský vyhledávač a zadáte tam klíčové slovo *vacanze in Italia*?

Jedním z nejprozaičtějších důvodů, proč Váš web nenavštěvují zahraniční návštěvníci, je, že nemáte jazykové mutace v jazycích zemí, na které cílíte. Jednoduše řečeno, pokud chcete získat návštěvníky z Německa, nelze spoléhat na to, že si německy hovořící návštěvník otevře český vyhledávač a zadá české klíčové slovo. Ani v dnešní době automatických překladačů, kdy si člověk může přeložit celý web do svého rodného jazyka, nestačí mít web pouze v jednom jazyce, jelikož se podstatně snižuje šance, že se zahraniční návštěvník na Váš web vůbec dostane.

Jak zjistit, jakou jazykovou mutaci potřebujete?

a. Kdo Vám píše a volá?

Nahlédněte do minulosti. V jakém jazyce dostáváte e-maily s dotazy? Dostáváte čas od času e-maily v angličtině, němčině, polštině? Zavolal Vám čas od času někdo, kdo hovořil německy, anglicky, francouzsky?

b. Pomocí Google Analytics

Pokud máte na svém webu nasazený tzv. analytický nástroj, např. Google Analytics, navštivte stránku analytics.google.com. Tam v nabídce vyberete předmětný web podle názvu domény. Pak postupujte:

- vpravo nahoře vyberte co nejdelsí sledované období
- v levém menu vyberte Demografické údaje > Jazyk

Demografické údaje	Jazyk	Návštěvy	Návštěvy v %
Jazyk	1. cs	1 208	83,71 %
Země / území	2. en-us	93	6,44 %
Město	3. cs-cz	52	3,60 %
System	4. sk	41	2,84 %
Prohlížeč	5. en	8	0,55 %
Operační systém	6. en-gb	6	0,42 %
Poskytovatel služeb	7. it-it	4	0,28 %
Mobil	8. nl	4	0,28 %
Operační systém	9. ru-ru	4	0,28 %
Poskytovatel služeb	10. pl	3	0,21 %
Rozlišení obrazovky			zobrazit celý přehled

Otevře se Vám přehled jazyků, kterými hovoří návštěvníci Vašeho webu. **Pokud některý cizí jazyk zaujímá více než 5 % návštěv, měli byste začít uvažovat o vytvoření jazykové mutace pro tento jazyk.**

Jak jazykovou mutaci vytvořit?

Nabízí se varianta překladu českého webu. Tato varianta má však několik zásadních nevýhod.

- 1. sebelepší překlad bývá z hlediska prodeje příliš kostrbatý**
- fakta o firmě, která mají zvuk v češtině, jsou pro cizince nezajímavá
- pokud je český web rozsáhlejší (nad 15 stránek), je překlad velmi nákladnou záležitostí

Mnohem efektivnější z obchodního a marketingového hlediska je varianta vytvoření cizojazyčného webu na míru. Můžete za tímto účelem oslovit firmu v zahraničí, nicméně i v České republice již existují firmy, které se copywritingem v cizích jazycích zabývají. Výhodou je pak nepoměrně nižší cena jazykové mutace.

Na co si dávat pozor

A ať už se rozhodnete pro kteroukoliv variantu, nezapomeňte v zadání definovat důležité skutečnosti:

Pro koho to vůbec děláte

Byť se to zdá banální, skutečně na tom záleží. V cizích jazycích, např. v angličtině nebo ve franouzštině, jsou poměrně významné regionální rozdíly, které mají vliv i na chování zákazníků. Dobrý překladatel nebo copywriter si je těchto nuancí vědom, a pokud má tuto informaci, dokáže je zachytit.

Hadinec, nebo hadovka? Nebo hadice?

Jistě jsou ve Vašem oboru specifické výrazy, které se v běžné řeči nepoužívají. Proto je vhodné před započítím prací vytvořit terminologický slovník. Práci si navíc ulehčíte tím, když slovník vytvoří překladatel / copywriter a Vy termíny jen schválíte.

Prosím, nenuďte zahraniční návštěvníky!

Častým morem českých podniků je, že nechávají přeložit všechny informace, co mají na českém webu. Prosím, nedělejte to! Vybráním skutečně podstatných informací, které budou na Vaší jazykové mutaci, nejen že snížíte náklady, ale také budete mít jazykovou mutaci přehlednější a z hlediska prodeje efektivnější.

2 KLÍČOVÁ SLOVA NEŘEŠÍTE.

Když hledáte, kam pojedete v létě, zadáte spíš dovolená u moře, nebo přímořská letoviska? Jak je možné, že na každé z nich dostanete jiné výsledky?

Mít jazykovou mutaci není vše. **Pokud se na ní nevyskytují klíčová slova, která Váš zákazník zadává do svého vyhledávače, nebude tato jazyková mutace v zahraničí viditelná.** Nechali jste si pouze přeložit český web bez další specifikace a požadavků? Pak pravděpodobně na svém webu ta správná klíčová slova buď nemáte, nebo máte klíčová slova natolik konkurenční (např. *boty, hudební nástroje, nebo autodoprava*), že přes konkurenci prostě nejste vidět.

Jak vybrat ta správná klíčová slova v cizích jazycích?

a. Špehujte konkurenci

Spolehlivým způsobem, jak zjistit, která klíčová slova jsou ve Vašem oboru vyhledávaná, je podívat se na weby konkurenčních firem v zahraničí. Tam většinou najdete ta klíčová slova, která jsou ta pravá i pro Váš business.

b. Pomocí nástroje Google Adwords

Pomocí tohoto nástroje získáte i poměrně přesné údaje o vyhledávanosti klíčových slov. Velmi důležité je v pokročilých nástrojích a filtrech zvolit správnou cílovou zemi a jazyk.

Po stisknutí tlačítka Hledat dostanete (v záložce Návrhy klíčových slov) poměrně podrobný seznam klíčových slov, které můžete eventuálně použít. Vyberte taková, která nejsou příliš konkurenční a mají co nejvyšší hledanost a souvislost s Vaší firmou a produkty.

Klíčové slovo	Konkurence	Celosvětový objem vyhledávání za měsíc ?	Místní objem vyhledávání za měsíc ?
<input type="checkbox"/> czech translation ▾	Nízká	27 100	5 400
<input type="checkbox"/> translate to czech ▾	Nízká	14 800	3 600
<input type="checkbox"/> translate english to czech ▾	Nízká	8 100	2 400
<input type="checkbox"/> translate into czech ▾	Nízká	260	73
<input checked="" type="checkbox"/> Uložit vše Návrhy klíčových slov (59)		Položky 1–50 (celkem 59) < >	
Klíčové slovo	Konkurence	Celosvětový objem vyhledávání za měsíc ?	Místní objem vyhledávání za měsíc ?
<input type="checkbox"/> translate czech to english ▾	Nízká	8 100	2 400
<input type="checkbox"/> english to czech translation ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> czech to english translation ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> czech translation to english ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> translation czech to english ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> english czech translation ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> translate english to czech republic ▾	Nízká	210	91
<input type="checkbox"/> czech english translation ▾	Nízká	12 100	3 600
<input type="checkbox"/> translation english to czech ▾	Nízká	12 100	3 600

TIP: Připojením regionu ke klíčovému slovu můžete zacílit na návštěvníky, které potřebujete. Např. pokud propagujete pivovar, v angličtině *brewery*, vytvořením klíčového slova *breweries Czech Republic*. Tím získáte více návštěvníků a nemusíte zápasit s vysoce konkurenčním slovem *brewery*.

Kam klíčová