



**AHA ...**

**SÅ DET ÄR**

**DÄRFÖR**

**DET ÄR SÅ SMART**

**ATT ÖVERSÄTTA?**

**+ VÄRDEFULLA  
TIPS OCH GUIDER  
SOM DU HAR  
NYTTA AV DIREKT**

# DÄRFÖR SKA DU

LÄSA VIDARE MED EN GÅNG

Den här e-boken är fullmatad med relevant information och nyttiga tips, och ändå är den inte själsdödande tråkig.

Tvärtom – vi har sett till att göra den både lättsam och underhållande.

## ALLT DET HÄR KAN DU SE FRAM EMOT:

Fakta: 10 konkreta skäl att översätta – ur ett affärsmässigt perspektiv förstås

Skälen att det ibland inte räcker att webbplatsen finns på engelska

Tio språk som når 85 % av världens nätanvändare

Värdefulla guider och rekommendationer för översättningshantering

”Testa dig själv”

Inblick i varför språk kvalitet är en konkurrensfördel

# VAD HITTAR DU VAR?

## KLICKA OCH GÅ PÅ UPPTÄCKTSFÄRD

4

**Öka köplusten:**  
Kanske förstår de helt enkelt inte vad du skriver

6

**Fakta: Nej, det räcker inte**  
med enbart engelska

7

**Fortfarande inte helt**  
övertygad?

8

**Gör testet: Skulle du**  
själv köpa om ...?

9

**Fakta: Översättningar**  
drar kunder och gör dem  
villiga att betala mer

10

**De 10 språken som**  
täcker 85 % av världens  
nätanvändare

11

**Satsa på kvalitet: Så får**  
du en konkurrensfördel

12

**Nu har du antingen blivit övertygad**  
eller fått det du redan visste  
bekräftat

13

**4 guider som du**  
kan använda direkt

20

**What's next**

# ÖKA KÖPLUSTEN:

Tänk dig in i det här ...

Du har just tagit fram en ny webbplats, en broschyr eller en produktpresentation.

Det blev bra – faktiskt ännu bättre än du hade hoppats på. Fantastiskt!

Nu ser du fram emot att nå ut med budskapet: Ut till kunderna på alla era marknader. Ut till hela världen.

Med bara några klick skickas materialet iväg för översättning och du kan luta dig tillbaka på stolen med ett belåtet leende.

För du känner till de många fördelarna med att kommunicera på målgruppens språk. Och då är det svårt att inte le.



**KANSKE FÖRSTÅR  
DE HELT ENKELT INTE  
DET DU SKRIVER?**

# FÖRDELARNA

## DU VET ATT ...

- du nu kan attrahera nya kunder och marknader, men också uppnå mer- eller korsförsäljning och upprepade köp på de marknader där ni redan finns.
- blotta symbolvärdet i att materialet eller webbplatsen nu finns översatt signalerar att ni är ett väletablerat företag och en seriös aktör på marknaden.
- du får mycket större utbyte av tiden och pengarna du redan har lagt på att producera materialet.
- du sänder en signal till kunderna om att ni möter dem där de är och visar dem respekt.
- du ger kunderna en bättre serviceupplevelse, vilket stärker trovärdigheten och relationen – och i förlängningen även försäljningssiffrorna.
- du ser till att dina kunder förstår vad du vill säga dem – även när du använder mer kreativa formuleringar i din storytelling eller specifika detaljer i en produktbeskrivning.

Alla dessa fördelar stärker ditt företags varumärke, tillväxten och den internationella expansionen, för alltihop är faktorer som skapar trygghet och ökar köplusten.

Om du inte redan kände till alla de här fördelarna kan det vara klokt att ta en ny titt på er affärsstrategi med de här sakerna i åtanke.

**FÖR VEM VET:  
KANSKE FINNS DET MILJONTALS  
POTENTIELLA KUNDER DÄR  
UTE SOM BARA VÄNTAR PÅ  
ATT DU SKA VÄNDA DIG TILL DEM.  
PÅ DERAS EGET SPRÅK FÖRSTÅS  
– SÅ ATT DE FÖRSTÅR VAD DET ÄR  
DU HAR ATT ERBJUDA DEM.**

# FAKTA: NEJ, DET RÄCKER INTE MED ENBART ENGELSKA

Man kan lätt få för sig att alla kan läsa och förstå texter på engelska.

Det är det förstås många som kan, i synnerhet i vår del av världen. Men inte alls så många som du kanske tror.

Faktum är att det bara är 28 procent av nätanvändarna som har engelska som modersmål.

Och om du samtidigt vet att hela 55 procent av allt innehåll på nätet BARA finns på engelska (och det vet du ju nu), då blir det förstås tydligt att det finns marknadsandelar att hämta ...

... om du är intresserad av de övriga 72 procenten vill säga – eller åtminstone en del av dem.

Det är helt enkelt så att när vi människor känner större trygghet, då ökar vår köplust. Och när man kommunicerar med oss på vårt eget språk händer en viktig sak: trygghetskänslan ökar.

# FORTFARANDE INTE ÖVERTYGAD?

Siffrorna talar sitt eget språk: Om du visste att mer än hälften – närmare bestämt 56 procent – hellre köper en mindre känd produkt som de får information om på sitt eget språk än ett välkänt globalt varumärke som de bara kan läsa om på engelska ...

## Skulle du känna dig övertygad då?

Det gäller att skapa trygghet, och ofta är det små detaljer som avgör om kunderna köper i dag eller väntar till senare, kommer ihåg dig eller kommer av sig.

Och du vill väl att de både ska komma ihåg dig och komma till skott? Inte bara en gång, utan om och om igen.

**IF YOU TALK TO A MAN IN A LANGUAGE HE UNDERSTANDS, THAT GOES TO HIS HEAD. IF YOU TALK TO HIM IN HIS LANGUAGE, THAT GOES TO HIS HEART."**

**NELSON MANDELA**



# TESTA DIG SJÄLV: SKULLE DU SJÄLV KÖPA OM ...?

Vad tror du – skulle du själv vara mer benägen att köpa en produkt om företaget som säljer den kommunicerar med dig på svenska i stället för på engelska? Vi testar!

## SITUATION 1:

Webbutiken är på svenska och översättningen gör ett professionellt intryck.

### Känner du att

- det på det hela taget känns tryggt att handla?
- du litar på att du skulle få support eller kunna skicka tillbaka varor vid behov?
- företaget gör ett seriöst intryck?
- du har förstått produktbeskrivningen och all viktig information, och därmed kan vara (mer) säker på att köpet är rätt?

## SITUATION 2:

Webbplatsen är på engelska.

### Känner du att

- det känns en smula otryggt att genomföra ett köp?
- du är osäker på vad som händer om du behöver support eller vill göra en retur?
- du funderar över företagets ärlighet: "Vem är det som står bakom och var finns de?" "Går de över huvud taget att lita på?"
- du är osäker på om du faktiskt lyckas beställa rätt produkt, rätt storlek osv. vid köpet?

---

Svarar du "ja" på mer än hälften av frågorna är du själv mer benägen att köpa en produkt om kommunikationen är på svenska i stället för t.ex. på engelska.

Du tillhör alltså själv den stora grupp kunder som det kan vara strategiskt klokt att kommunicera med på deras eget språk.



TESTA  
DIG  
SJÄLV



FAKTA!

# ÖVERSÄTTNING DRAR KUNDER OCH GÖR DEM VILLIGA ATT BETALA MER

En rad internationella undersökningar bekräftar att det gör stor skillnad om kunderna får information på sitt eget språk.

Analysföretaget Common Sense Advisory har i flera undersökningar bekräftat att människor är mer benägna att köpa något om materialet är på deras modersmål.

De har bland annat dokumenterat att hela 67 procent gärna skulle betala mer för en vara om de kan köpa den på en webbplats på deras eget språk där all praktisk information om betalning,

frakt, tullar och leverans har anpassats efter vad som gäller i landet. Bland japanerna var siffran hela 92 procent.

I undersökningarna konstaterades också att

- 37 procent av besökarna ägnade längre tid åt webbplatser skrivna på modersmålet.
- hela 19 procent bojkottade webbplatser på engelska.
- drygt hälften föredrog att handla på webbplatser skrivna på deras eget språk och skulle inte köpa något om det inte fanns en bruksanvisning på deras modersmål.

**ALLTSÅ BETALAR SIG ÖVERSÄTTNINGEN SNABBT.**



# DE 10 SPRÅKEN SOM NÅR 85 % AV VÄRLDENS NÄTANVÄNDARE

Visste du att du kan nå hela 85 procent av världens nätanvändare på deras eget språk bara genom att låta översätta din webbplats till de 10 vanligaste språken?

## Inte?

Men det kan du – om du översätter till engelska, kinesiska, spanska, arabiska, portugisiska, japanska, ryska, tyska, franska och malaysiska.

Nu hör kanske inte just Malaysia till dina prioriterade marknader, utan det är fullt möjligt att du har siktet inställt på någon helt annan del av världen. Men principen är densamma oavsett var ditt fokus ligger: ju fler språk du jobbar med, desto fler kunder kan ditt företag nå ut till.

Fler språk öppnar fler möjligheter.

# SATSA PÅ KVALITET: SÅ FÅR DU EN KONKURRENSFÖRDEL

Många internationella undersökningar visar att besökare på en webbplats i snitt stannar mindre än 15 sekunder innan de surfar vidare.

Du tappar dem alltså redan vid rubriken eller bara några rader in i texten.

**Därför:** Se till att fånga besökarnas intresse. Men minst lika viktigt: **Håll kvar dem.**

För vi lever i en värld med enorma mängder information och lockande distraktioner. Det finns så många plattformar, bloggar och nyhetsbrev, så många webbplatser och webbutiker, att vi läser snabbt och ytligt och ofta har svårt att hålla intresset uppe.

Därför måste vi göra ännu större ansträngningar för att behålla mottagarnas uppmärksamhet.

## OCH HUR GÅR DET TILL?

Det gör vi (bland annat) genom att satsa på kvalitet!

När du nu har gjort ett enormt jobb med att utveckla och paketera din berättelse, ditt budskap eller din produkt i läckra färger och

med bilder och illustrationer som skulle ha gjort självaste Picasso grön av avund – då är du väl nästan skyldig dig själv att sätta pricken över i:et med ett bra språk?

Det kräver faktiskt ingen jätteansträngning, och faktum är att det kan vara det som är avgörande för om

- mottagaren stannar kvar
- köpet genomförs
- kunden kommer tillbaka.


Fundera ett slag: Hur många gånger har du inte hört vänner och kollegor klaga över eller driva med kvaliteten på textremsorna i tv? Det finns faktiskt webbplatser vars enda syfte är att samla olika språkblundrar. De allra roligaste hamnar i sociala medier och sprids viralt till mängder av potentiella kunder. Vilket skadar företagets varumärke och image – och naturligtvis även det ekonomiska resultatet.

Tänk också på den stora mängd nyhetsbrev många av oss får i inkorgen varje dag: Vilka nyhetsbrev läser du och vilka raderar du? Hur ser du på avsändaren om texten är full med språkfel? Eller om det till och med finns fel redan i rubriken?

Genom att rikta fokus mot kvaliteten på det innehåll ni producerar, kan ni uppnå en viktig konkurrensfördel. Och det kan göra att besökarna stannar kvar, genomför ett köp och även har lust att komma tillbaka.

## KÄNNS DET HÄR SOM EN FÖRDEL DU GÄRNA VILL UPPNÅ?

– Sträva då efter en god språklig kvalitet som stärker era värden, varumärken och visioner. Ett bra språk kan nämligen vara en konkurrensfördel.



Det är en sak att locka nya kunder.  
En annan att behålla dem.  
Och en tredje att ge dem lust att rekommendera  
er till andra kunder.

Men i alla de här sammanhangen kan den  
avgörande faktorn vara om kommunikationen  
sker på kundernas eget språk. Precis som de  
10 fakta du precis tagit del av också bidrar.

Om du inte redan visste det så vet du det nu.

### **FÖR NU HAR DU ANTINGEN ...**

blivit övertygad om att det är smart att tänka in  
översättning i din affärsstrategi

### **ELLER**

fått bekräftat att det är ett klokt affärsbeslut att  
översätta till alla de språk du redan jobbar med.

För chansen är stor att det finns nya kunder där  
ute som bara väntar på att få upptäcka dig. Kunder  
som saknar precis det du har att erbjuda. De vet  
bara inte om att du har det, för de förstår inte ett  
ord av det du skriver.

Om du inte skriver till dem på deras eget språk  
vill säga.

**NU HAR DU  
ANTINGEN BLIVIT  
ÖVERTYGAD  
ELLER FÅTT DET  
DU REDAN VISSTE  
BEKRÄFTAT**



A black and white photograph of two women in an office setting. One woman with curly hair is pointing at a laptop screen, while the other woman with glasses looks on. The scene is brightly lit, likely from a window in the background.

# 4 GUIDER

**SOM DU KAN HA NYTTA AV DIREKT**

En översikt:

**Guide 1:** Din guide till språkverktyg

**Guide 2:** En bra uppdragsbeskrivning

**Guide 3:** Så anpassar du din video till en annan marknad

**Guide 4:** För- och nackdelar med Google Translate

# GUIDE 1

## – DIN GUIDE TILL SPRÅKVERKTYG

### DE SNABBA

Språkverktyg som kan tas i bruk snabbt och enkelt och som kräver minimalt underhåll.

**Ordlista:** Visar stavningen av företags- och branschspecifika termer och uttryck, produktnamn m.m. på företagets koncernspråk.

**Flerspråkig ordlista:** Det som vi hos oss kallar en termdatabas. Innehåller företags- och branschspecifika ord och uttryck på flera språk. Förutom korrekt stavning och olika språkversioner kan databasen även innehålla definitioner.

Det här är två enkla men viktiga verktyg som säkrar ett konsekvent språkbruk i all er skriftliga kommunikation. De bidrar till att säkra en högre upplevd kvalitet, både internt och på internet – och i slutändan att starkare varumärke.

### DE RELATIVT SNABBA

Språkverktyg som kan tas i bruk relativt snabbt och enkelt och som bara kräver begränsat underhåll.

**Kommunikationsguide:** Ett häfte eller liknande med råd och riktlinjer för hur medarbetarna ska kommunicera med omvärlden samt allmänna språkråd och grammatikregler.

**Snabbguide:** En förkortad version av kommunikationsguiden på högst en sida. Snabbguiden innehåller regler för hur man undviker de värsta språkliga och grammatiska fallgroparna. Kan eventuellt utformas som en tio-i-topp-lista eller "10 kommunikationsbud".

### DE LITE MER TIDSKRÄVANDE

Språkverktyg som kräver tid, engagemang på ledningsnivå och löpande underhåll.

**Språkstrategi:** Kan eventuellt ingå som en pelare i kommunikationsstrategin som ett sätt att systematisera språkhanteringen. En språkstrategi är ett måste på stora företag med global närvaro som dagligen arbetar med många olika länder, språk, kulturer och nationaliteter. En språkstrategi är också ett användbart språkverktyg för alla andra företag som har som ambition att finnas på eller expandera till nya marknader.

**Språkpolicy:** Ett dokument som innehåller de övergripande reglerna och riktlinjerna för språket, till exempel företagets hållning på språkområdet, koncernspråk, användning av lokala språk samt en beskrivning av hur man får hjälp med språkkupdrag, hittar språkverktyg m.m.

Det går förstås utmärkt att kombinera de olika språkverktygen. En termlista kan till exempel inlemmas i en språkguide, precis som språkguiden och språkpolicyen mycket väl kan vara ett enda språkverktyg.

VAD KAN  
DU BERÄTTA  
OM?

# GUIDE 2

## – EN BRA UPPDRAGS- BESKRIVNING

Lägg ett par minuter på att skriva instruktioner innan du skickar iväg texten för översättning.

Det är väl använd tid.

För ju mer din projektledare och dina översättare vet om din text och syftet med den, desto bättre blir den språkprodukt du får i retur.

### TEXT, MOTTAGARE OCH SYFTE

- Vad handlar texten om?
- Vad är syftet med texten? Vad vill du uppnå – sälja, informera eller mana till handling?
- I vilka medier ska texten användas? Webbplats, manual, broschyr, pressmeddelande eller något annat?
- Hur ser målgruppen ut och på vilka marknader ska kommunikationen användas? Vänder man sig till specialister? Eller till den breda allmänheten? Och så vidare.


### ORD, BEGREPP, STIL OCH TON

- Hur ska stilen vara? Informell, konservativ, lättbegriplig, med fokus på det tekniska?
- Bransch- och företagspecifika ord och begrepp? Finns det specifika ord och begrepp som ska översättas på ett visst sätt? Eller kanske inte översättas alls?
- Hur fri får översättaren vara i sin översättning? Översättaren får gärna vara mycket fri / Översättaren ska vara trogen mot källmaterialet till 100 procent

- / Översättaren ska vara trogen mot källmaterialet, men får gärna ta sig en del friheter för att anpassa det till marknaden.
- Referensmaterial? Sitter du på relevant material som kan hjälpa översättaren med valet av både termer och stil och ton? I så fall är det alltid bra att skicka med det som en del av din uppdragsbeskrivning.
  - Annat?

### PROCESS OCH FORMAT

- Vad kommer att hända med texten när du får den från översättaren? Du publicerar texten direkt. / Du sätter texten i layout. / Du gör en intern korrekturläsning. / Annat?
- Finns det särskilda faktorer att ta hänsyn till? Det kan gälla begränsningar av textlängden, bilder med låst text som också ska översättas osv.
- Annat?

A black and white photograph of a person from the waist down, wearing a checkered shirt and jeans, holding a clapperboard. The clapperboard has a digital display showing '14:49:22:16' and other technical markings. The background is a blurred outdoor setting with what appears to be a film set.

**SITTER DU MED EN VIDEO  
SKA DU TA EN TITT I NÄSTA  
GUIDE HÄR I E-BOKEN.  
ÄMNET FÖR DEN ÄR JUST:  
ATT ÖVERSÄTTA VIDEOR**

## **VIDEOR?**

En video består oftast av både ljud och bild, så när du ska planera nya språkversioner för videor på webbplatsen är det viktigt att ta hänsyn till båda delarna. Ska "ljudet" – och därmed talet – översättas och läggas på som nytt tal på det lokala språket? Eller ska den nuvarande versionen behållas, fast med undertexter? Och hur gör man med text i bilder och grafik? Ska sådana element också översättas?





## GUIDE 3

# SÅ ANPASSAR DU VIDEOR TILL EN ANNAN MARKNAD

En video kan berätta mycket mer än en lång text om vissa produkter, även helt utan ord. Men självklart får en produktvideo större genomslagskraft om den är anpassad till det lokala språket och den lokala kulturen – eller kanske till och med har spelats in i den lokala miljön. Man skrattar helt enkelt inte åt samma skämt överallt i världen.

En video består oftast av både ljud och bild, och när den ska anpassas till en ny marknad är det viktigt att ta hänsyn till båda delarna.

Ska "ljudet" – och därmed talet – översättas och läggas på som nytt tal på det lokala språket? Eller ska den nuvarande versionen behållas, fast med undertexter?

Och hur gör man med text i bilder och grafik? Ska sådana element också översättas?

## ANDRA SAKER ATT TA STÄLLNING TILL ÄR:

**Formatet:** Vilket format finns videon i och vilket format vill du ha i retur? Samma format eller flera olika? I det sammanhanget är det också viktigt att fundera över var videon ska publiceras.

**Manus med tidkoder:** Både för dubbning och undertextning behövs manus med tidkoder. Har du redan ett manus med tidkoder till hands eller är det något du vill att översättningsbyrån hjälper till med?

**Speaker-kriterier:** Ska tonen vara ungdomlig och informell? Eller allvarlig, formell och konservativ? Det är viktigt att du vet vad du är ute efter. Fundera därför över vilken stil och ton du vill uppnå och vilket kön speakern ska ha.

# GUIDE 4

## FÖR- OCH NACKDELAR MED GOOGLE TRANSLATE



### FORMATET

Google Translate är ett kostnadsfritt översättningsverktyg som inte kräver något annat än en internetanslutning.

Enklare blir det inte!

Du har säkert själv använt dig av tjänsten, och förmodligen har du skrattat åt de lustiga och ibland olyckliga översättningar som figurerar på nätet.

Samtidigt har du säkert upplevt Google Translate som en riktig räddare i nöden – någon stressig dag då du snabbt behövt förstå en utländsk text eller när du suttit och skrivit mejl på något främmande språk och inte för ditt liv kunnat komma på ett visst ord.

- Google Translate är gratis och online dygnet runt, alla dagar i veckan.
- Google Translate är snabbt – texten du lägger in översätts på under en sekund.
- Google Translate är uppbyggt på översättningar gjorda av människor. Logiken följer inga regler, utan översättningarna baseras på redan översatta texter online. Tjänsten utvecklas löpande och fortsätter förhoppningsvis att förbättras.



### NACKDELAR

- Google Translate erbjuder ingen sekretess. Allt som översätts via Google Translate sparas av Google och riskerar därför att hamna i felaktiga händer.
- Google Translate erbjuder endast en råöversättning. I själva verket är det inte någon översättning, utan en skanning av relaterade dokument, webbplatser etc. Utifrån den informationen skapar programmet sitt eget förslag. Du kan därför märka att innehåll och meningsbyggnad är felaktiga i Googleöversättningen.
- Google Translate erbjuder ingen som helst kvalitetskontroll eller anpassning av texten till en speciell stil, layout, bransch eller målgrupp. Du kan alltså aldrig vara säker på att det som kommer ut är helt korrekt.

# VÅRA RÅD TILL DIG

Använd aldrig  
Google Translate  
när du är mån om  
kvalitet, säkerhet och  
sekretess

Använd Google  
Translate om du vill  
få hjälp med  
allmän textförståelse

Använd Google  
Translate om du  
behöver lite stöd när  
du skriver mejl eller  
liknande

# WHAT'S NEXT

## DET GICK JU FINT!

Du har nu med lite tur, vilja och (förhoppningsvis) lust och intresse plöjt dig igenom alla sidorna.

Så vad händer nu?

Vi kommer (som alltid!) gärna med några bra förslag. →

## FÅ EN TIMMES GRATIS RÅDGIVNING

### JA TACK

Kontakta oss  
– så bokar vi ett möte

## GÖR SOM 6 000+ ANDRA

Miss inget!

Följ [LanguageWire Magazine](#) och få ny kunskap, inspiration och små överraskningar direkt i din inkorg

### JA TACK

Jag vill gärna få ny kunskap, inspiration och små överraskningar

## TIPSA EN KOLLEGA ELLER VÄN OM E-BOKEN

KLICKA PÅ [DEN HÄR LÄNKEN](#)

– och skicka den till mottagaren

## GO SOCIAL

