



顧客と同じ言語を使用する必要がある オンラインの世界

顧客の言語を使用することがコンバージョン率の向上につながる理由



新たな世界秩序

小売ブランドにとってデジタル変革は以前から優先事項でしたが、新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、オンライン化を急ぐ気運は加速する一方です。

この新たな世界秩序において、小売ブランドは場所や状況を問わない顧客体験の提供というプレッシャーの高まりに直面しています。実店舗でもオンラインでも消費者の好むチャネルや購入方法を通じて消費者の期待に応える必要があります。

従来市場では成長に限界が見えていますが、オンラインでは小売業者は物理的な店舗にコストをかけることなくグローバル展開できます。



国際市場での顧客体験を最適化

オンライン販売は国際市場への近道ではありますが、依然として課題が山積しています。今日では、高度にパーソナライズされた快適な体験を世界中の消費者が求めているのです。

期待に応えられないサイトでは、潜在顧客はショッピングを途中でやめ、ウェブサイトから去ります。

CSA Research のレポート「**Can't Read, Won't Buy**」(読めなきゃ、買えない)によると、非英語圏の消費者が期待しているのは、母国語で快適に閲覧や買い物ができ、馴染みの決済方法を選べる、ローカライズされたサイトです。

競争の激しい e コマース市場では、サイト全体をローカライズしなければ、成功の大きな妨げになります。

ぜひ RWS にご相談ください。

RWS のグローバルな翻訳サービスと翻訳テクノロジーは、小売業に固有のニーズをサポートします。翻訳者、機械翻訳、コンテンツ最適化、デジタルコンテンツ管理、ニーズ特化型サービス提供チームの最高レベルの組み合わせにより、お客様はグローバル市場でのビジネスチャンスをこれまで以上に迅速に活かせるようになります。

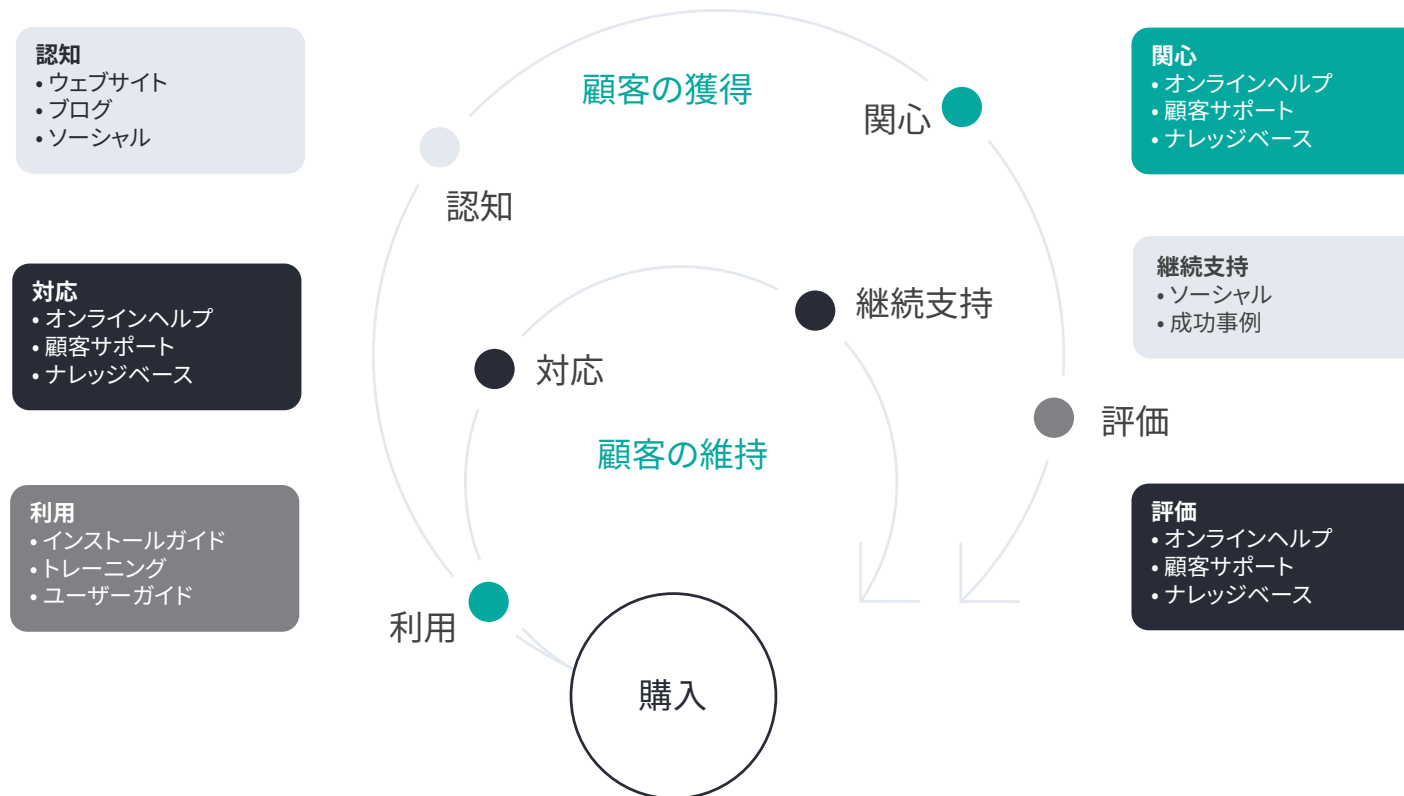


消費者は本物のオンライン体験を好む

グローバル小売ブランドは、購入プロセスのすべての段階において顧客の言語で対応できる必要があります。

CSA Research のレポートでは、コンテンツをローカライズしないことによる重大な影響が確認されています。

- 75% の消費者が、母国語のコンテンツを好む
- 60% の消費者が、英語のみのサイトではほとんど購入しないか、まったく購入しない
- 73% の消費者が、母国語での製品レビューを好む



支払い処理のローカライズは不可欠

金融サービス企業 Stripe の調査レポート「[The state of European checkouts in 2020](#)」（2020年のヨーロッパにおける支払い処理の状況）から、ヨーロッパの多くのeコマースサイトはオンライン購入プロセスの重要なステップである支払い処理を軽視していることがわかりました。

消費者にとって、支払い処理がローカライズされておらず、馴染みの決済サービスを利用できないことは、重大な問題です。

- ・ 74% の支払い処理が、現地の言語に翻訳されていない
- ・ 81% の支払い処理が、ローカライズされた支払い方法を提供できない

売上の10件中9件で支払い処理ページが適切に機能していません。つまり、支払い処理をローカライズしていないと、顧客や収益を大量に失いかねないのです。この収益の損失は、単なるショッピングカートの放棄にとどまらず、その潜在的な新規顧客の生涯価値を失うことも意味します。



ローカリゼーションの価値

実際のところ、ほとんどの小売業者は限定的なローカライズしか行っておらず、最も一般的な言語にしか対応していません。ほかの点で横並びなら、地域に即した消費者体験を提供している小売業者が顧客を獲得することになります。

そうは言っても、ローカリゼーションは困難を伴うことがあります。そのため、コンサルティングアプローチが必要になります。

当社の経験から、一律的なアプローチでは小売やeコマースに対応できません。RWSのエキスパートは、原文言語のウェブサイトやアプリを評価し、コンテンツが翻訳に適している状態であることを確認します。それに基づき、定評ある翻訳テクノロジーやプロフェッショナルな翻訳サービスを組み合わせ、お客様のニーズに合うようにアプローチをカスタマイズします。

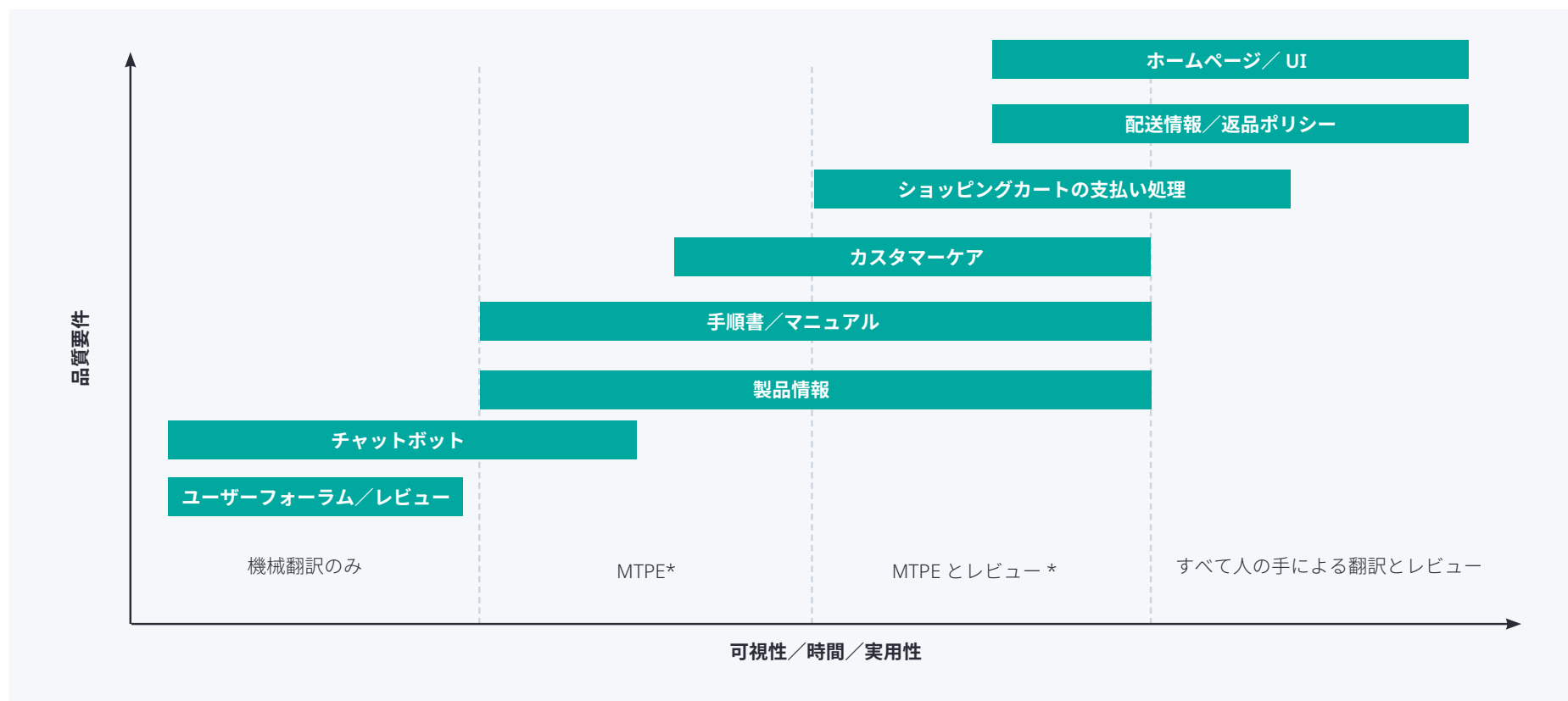
ローカリゼーションは、一度に行う必要もありません。時間差のあるアプローチが、多大な効果をもたらすこともあります。このアプローチでは、投資、成長、地域拡大戦略のバランスを取ることができます。

RWSは、次の点を考慮してコンテンツローカリゼーション戦略の策定を支援します。

- 地理的状况・地域・言語ごとの収益、製品SKU、利幅
- 物流や配送のメカニズム
- コンテンツの寿命と種類（静的または動的）

RWS のアプローチ

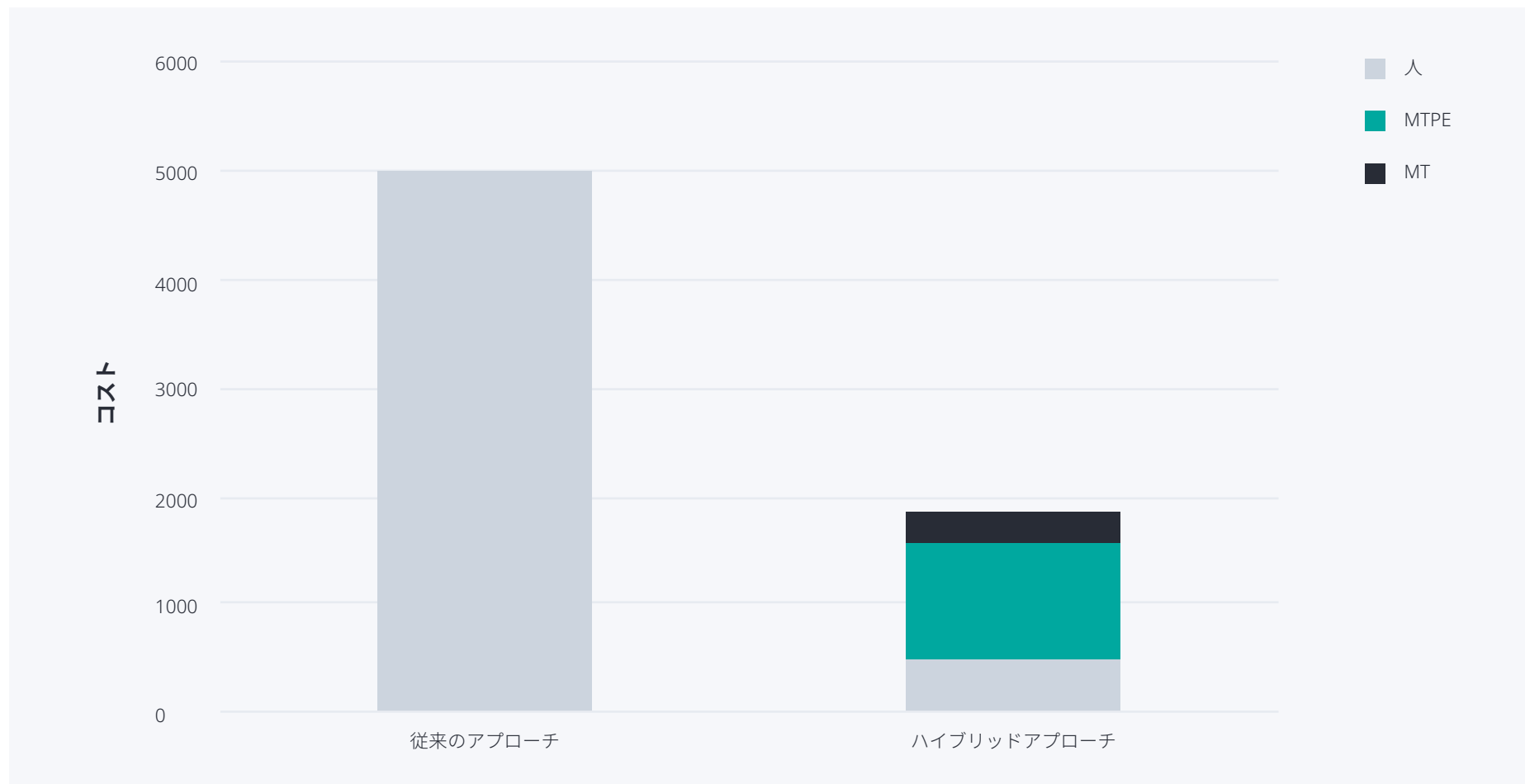
さまざまなテクノロジーやサービスを、お客様のニーズに合わせてカスタマイズし、提供しています。



** 機械翻訳 (MT) が対応していない言語では、MTPE (ポストエディット付き MT) ではなく人の手による翻訳が提供されます。

コスト効率を向上させるカスタムハイブリッドソリューション

これは、小規模のウェブサイト（50,000ワード）を従来のアプローチとハイブリッドアプローチでローカライズした場合のコストの比較です。かなりの差が出るのがわかります。



小売・e コマース業界向けソリューション

翻訳・コンテンツソリューションの専門知識を備えて独自の立場を築いてきた RWS は、お客様がスムーズな購入体験を作り出し、共感を得るメッセージで世界中のオーディエンスにアピールできるよう、お客様をサポートします。

翻訳サービス

小売業の専門家が適切な規模で提供する翻訳・ローカリゼーションサービスにより、お客様の期待に応える品質を実現します。ローカライズされたメディア制作とコンサルティングを組み合わせることで、市場を超えたフルデジタル体験が可能になります。

オムニチャネルマーケティングソリューション

文化的・言語的に正しいニュアンスを反映しながら、ブランドのメッセージを的確に伝えます。小売ブランドのコンテンツを、チャンネル、メディア、言語を問わず、世界中のどこにでも配信します。

機械翻訳と翻訳生産性テクノロジー

自動化と手作業を併用することにより、翻訳者の業務効率を向上させ、翻訳プロセスを簡素化し、迅速かつ規模に応じた運用ができる俊敏性を実現します。

ウェブコンテンツおよびエクスペリエンス管理

ウェブコンテンツ管理、デジタルメディア管理、ターゲティング、テスト、パーソナライゼーション、ローカリゼーションを通じて、さまざまなチャンネルにコンテンツを配信します。

RWS の翻訳管理テクノロジー

自動ワークフロー、機械翻訳、用語データベース、翻訳メモリ、外部業務システム統合により、ローカリゼーションプロセスを効率化します。

コネクタを活用して翻訳効率をアップ

RWS では Shopify のコネクタを含む 50 種類以上のコネクタを提供しており、ビジネス全体でシステムをリンクさせ、手作業を省くことができます。ウェブサイト、e コマース、ユーザードキュメント、サポートチケット、ライブチャットなど、あらゆる機能を RWS の翻訳サービスおよびテクノロジーと統合できます。

コンテンツの更新頻度、求められる品質レベル、予算などのニーズに合わせてアプローチをカスタマイズすることが可能です。要件の変化にもすばやく柔軟に対応します。



Under Armour

課題

Under Armour は、「Unlike Any」（他の誰とも違う）キャンペーンの一環として、先駆的な女性アスリートを称える詩をアーティストに依頼しました。

一流のスポーツクワードアーティストたちが、Under Armour アスリート 6 人とタグを組み、アスリートからインスピレーションを得た詩を作り上げ、表現することになりました。

完成した詩は、自由な散文体、古典的な二行連句、頭韻体、意識の流れに関連した手法など、幅広い文体手法や形式が使用されていました。

これらの詩は 2018 年冬季オリンピックに合わせてわずか 3 週間で 20 以上以上の 9 つの使用言語に翻訳されました。それに活用されたのが、RWS Marketing Solutions です。

解決方法

RWS 登録者の中から詩的コンテンツの制作に長けた各市場のネイティブコピーライターを厳選し、個々の詩を割り当てました。

本当の意味を的確にアピールし伝えるために RWS は、単に要点を翻訳するのではなく、ドランスクリエーションプロセスの一環として各コンテンツを 9 言語に適したものに仕上げました。

それを、映画、ソーシャルメディア、e コマース、小売環境など、あらゆる顧客タッチポイントで機能するように、RWS が 70 種類以上の形式に編集しました。

Unilever

課題

e コマースや小売のサイトを扱う場合、ブランディングが重要です。ブランドは、ウェブサイトで信頼を生み出し、認知度を高め、顧客体験を促進することができます。

コンテンツや現地のニュアンスによって顧客のブランドに対する関わり方や感じ方が決まるため、顧客の行動を理解し、その知識に基づいて対応することが、ブランド構築の鍵となります。では、30 年周年を迎えたブランドが一貫していなかったら、どうなるのでしょうか？

Unilever は、新しいアイデンティティを 190 か国の 16 万 9,000 人に及ぶ従業員のみならず、世界中の代理店にも展開しながら、名刺から製品パッケージにいたるすべてのコミュニケーションに一貫して反映させるという大きな課題に直面していました。

解決方法

同社のウェブサイトは多層化された 100 以上のページで構成されていますが、RWS の BluePrinting® テクノロジーを採用することにより、ウェブ運営チームはページの内容に関係なく同一のブランドイメージを反映できるようになりました。

あるセクションに変更が発生しても、サイト内のすべての必要箇所に即座に反映されます。新しいロゴが発表されたそのわずか数日後には、新しいロゴガイドラインを使った初めての Unilever の広告が公開されました。

新サイトが公開されてから最初の 3 か月だけで 4 万人ものアクセスが記録されました。



RWS を選ぶ理由

- ・ e コマース企業と小売企業の上位 36 社のうち 27 社が RWS を利用
- ・ 小売や CPG の専門知識を持つ専任翻訳者と社内翻訳者から成る世界最大のチーム
- ・ 実店舗で匿名顧客の体験をパーソナライズし、オンライン体験をオフラインの顧客にも提供する、業界をリードするソリューション
- ・ 製品やマーケティングコンテンツの顧客体験をパーソナライズする統合テクノロジースタック
- ・ ベンダーに依存しない拡張性に優れた翻訳管理テクノロジーのマーケットリーダー

小売・e コマース業界向けソリューションについて詳しくは、
こちらをご覧ください。

[rws.com/jp/retail](https://www.rws.com/jp/retail)

RWSについて

RWS Holdings plcは、テクノロジーを駆使した翻訳サービス、コンテンツ管理サービス、知的財産サービスを提供するリーディングプロバイダです。RWSは、ビジネスに不可欠なコンテンツを大規模に配信し、イノベーションの保護と実現を可能にすることで、お客様が世界中の人々とつながり、新たなアイデアを提供することを支援します。

私たちのビジョンは、グローバルインテリジェンス、深い専門知識、スマートなテクノロジーを通じて、言語、コンテンツ、市場参入における課題を解決することにより、世界中の人々と組織をつなぐ橋渡しをすることです。

当社の顧客には、グローバルブランド上位100社のうちの90社、製薬会社上位10社、世界中の大手特許事務所20社のおよそ半数が含まれています。また、クライアントベースは、ヨーロッパ、アジア太平洋、北南米に広がり、テクノロジー、製薬、医療、法律、化学、自動車、行政機関、電気通信の各分野を網羅しており、5つの大陸に複数のオフィスを構えています。

1958年に設立されたRWSは、英国に本社を置き、AIM、ロンドン証券取引所規制市場に上場されています (RWS.L)。

詳細については、www.rws.com/jp をご覧ください。

© All Rights Reserved. ここに記載されている情報は、RWS Group*の機密情報および専有情報とみなされます。

* RWS Groupとは、RWS Holdings PLCおよびその関連会社および子会社の代表を意味します。