



## 같은 언어로 소통해야 하는 온라인 세계

고객의 언어를 사용하는 것이 전환율을 높이는 이유



## 새로운 세계 질서

**디지털 혁신은 이미 소매 브랜드의 우선순위로 자리 잡고 있었으며, 코로나19 팬데믹은 온라인 서비스 도입의 필요성을 가속화한 것 뿐입니다.**

이 새로운 세계 질서에서 소매 브랜드는 언제 어디서나 고객 경험을 제공해야 한다는 압박에 직면해 있으며, 이러한 압박은 점점 증가하고 있습니다. 이러한 경험은 오프라인 또는 온라인과 같은 선호 채널 및 구매 수단을 사용하여 고객의 기대를 충족해야 합니다.

기존 시장의 제한된 성장에 직면하면서 온라인 채널은 소매업체에 실제 매장 비용의 부담 없이 해외로 확장할 수 있는 기회를 제공합니다.



## 해외 시장에 맞게 고객 경험 최적화

온라인 소매업을 통해 해외 시장으로의 확장은 쉬워졌지만, 여전히 많은 문제가 존재합니다. 세계 어느 곳에서도 오늘날의 소비자는 매우 개인적이면서도 거부감 없는 경험을 요구합니다.

기대를 충족하지 못하는 사이트의 경우 잠재 구매자는 웹사이트 또는 장바구니의 제품을 구매하지 않고 떠납니다.

CSA Research의 보고서 "**Can't Read, Won't Buy**"에 따르면 비영어권 국가의 소비자는 현지화된 사이트를 통해 자신의 언어로 편안하게 검색 및 쇼핑하고, 친숙한 거래 옵션을 사용하기를 기대하는 것으로 나타났습니다.

경쟁이 치열한 전자상거래 시장에서 포괄적으로 현지화된 사이트가 없다는 것은 성공에 큰 장애물로 작용합니다.

### 이제 RWS가 도와드리겠습니다.

RWS 글로벌 언어 서비스 및 기술은 소매업체의 구체적인 요구 사항을 지원합니다. 최고의 전문 및 기계번역, 콘텐츠 최적화, 디지털 콘텐츠 관리 및 개별 요구 사항에 초점을 맞춘 서비스 제공 팀을 통해 글로벌 시장에서의 기회를 더욱 빠르게 활용할 수 있습니다.

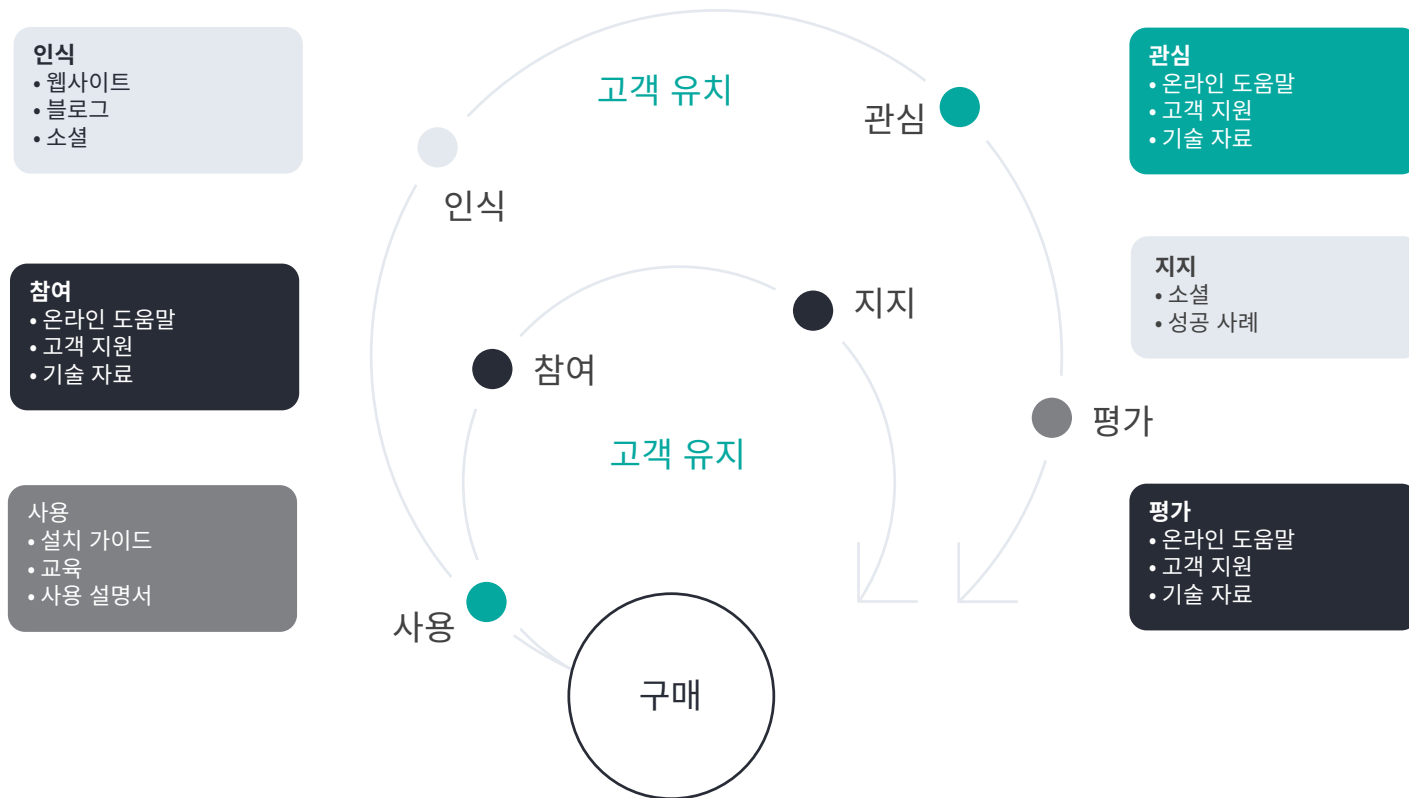


## 진정한 온라인 경험을 선호하는 소비자

글로벌 소매 브랜드는 구매 여정의 모든 단계에서 고객의 언어로 소통해야 합니다.

CSA Research에 따르면 콘텐츠를 현지화하지 않을 경우 눈에 띄는 영향을 미치게 됩니다.

- 75%의 소비자는 모국어로 된 콘텐츠를 선호합니다.
- 60%의 소비자는 영어 전용 웹사이트에서 제품을 거의 또는 전혀 구매하지 않습니다.
- 73%의 소비자는 모국어로 된 제품 리뷰를 선호합니다.



## 중요한 역할을 하는 현지화된 결제 절차

금융 서비스 회사 Stripe의 연구 보고서 "[The state of European checkouts in 2020](#)"에 따르면 많은 유럽 전자상거래 사이트가 온라인 구매 프로세스에서 중요한 단계인 결제 절차를 소홀히 하는 것으로 나타났습니다.

익숙한 거래 서비스를 갖춘 현지화된 결제 절차가 마련되어 있지 않은 것은 소비자에게 중요한 문제로 다가옵니다.

- 74%의 결제 절차는 현지 언어로 번역되지 않았습니다.
- 81%의 결제 절차는 현지화된 결제 수단을 제공하지 않았습니다.

10개 중 9개의 확률로 판매가 결제 페이지에서 중단되므로 현지화되지 않은 결제 절차는 고객과 매출 측면에서 큰 손실로 이어집니다. 이러한 매출 손실은 기존 고객뿐만 아니라 잠재적인 신규 고객의 생애 가치 손실을 의미합니다.



같은 언어로 소통해야 하는 온라인 세계

## 로컬라이제이션의 가치

실제로 대부분의 소매업체는 가장 일반적으로 사용되는 언어를 지원함으로써 제한된 로컬라이제이션 경험을 제공합니다. 다른 모든 조건이 동일하다면 현지 소비자 경험을 제공하는 소매업체는 일반적으로 성공을 거둘 것입니다.

하지만 로컬라이제이션은 부담스러울 수 있기 때문에 컨설팅 기반 접근 방식이 필요합니다.

경험에 비추어 볼 때 널리 적용되는 일반적인 접근 방식은 소매와 전자상거래 업계에 도움이 되지 않습니다. RWS의 전문가는 소스 언어 웹사이트 또는 앱을 평가하여 콘텐츠가 번역에 최적화되었는지 확인합니다. 그런 다음 검증된 언어 기술 및 전문 번역 서비스를 통해 고객의 요구 사항에 맞춰 접근 방식을 조정합니다.

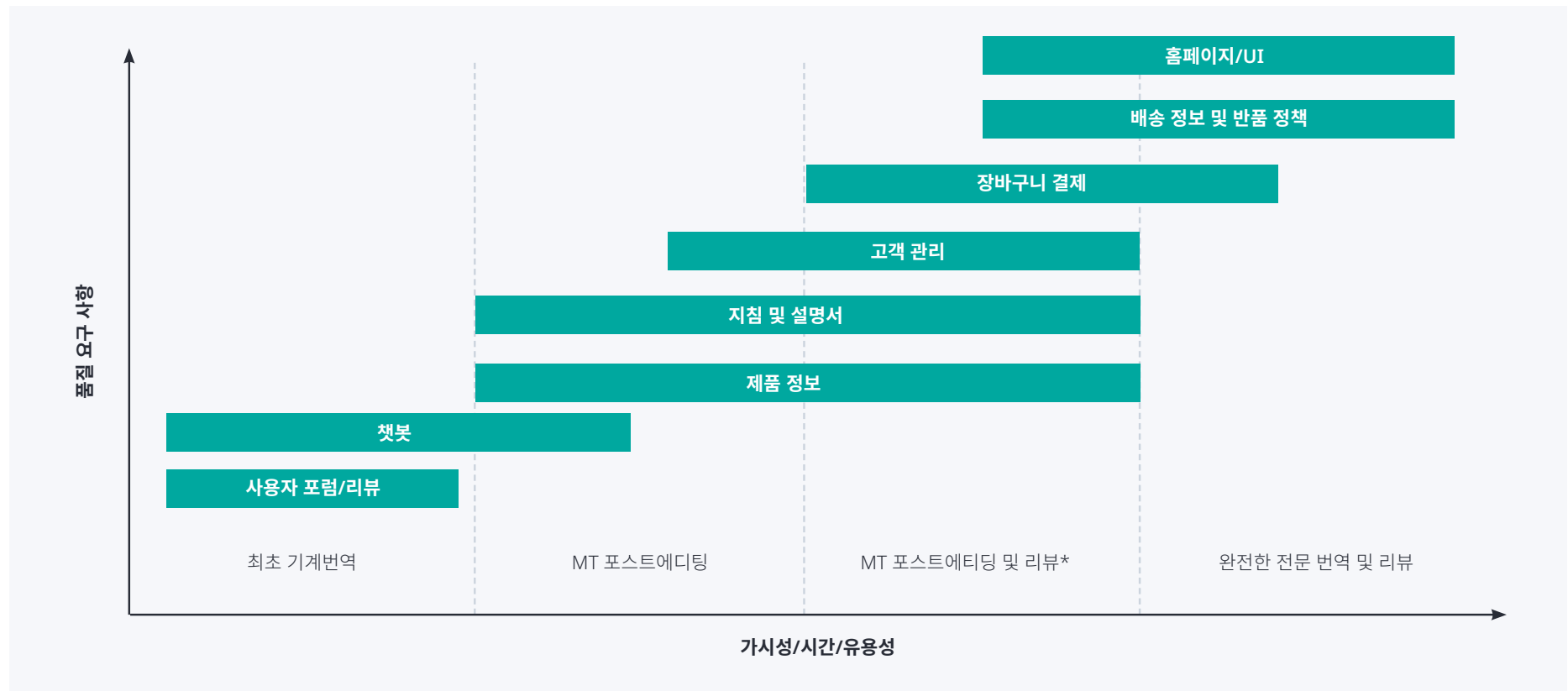
로컬라이제이션 또한 한 번에 끝낼 필요가 없습니다. 단계별 접근 방식은 매우 효과적일 수 있으며, 이러한 접근 방식을 통해 투자, 성장 및 지리적 확장 전략의 균형을 맞출 수 있습니다.

RWS는 다음을 고려하여 콘텐츠 로컬라이제이션 전략 개발을 지원합니다.

- 지리, 지역 및 언어에 따른 매출, 제품 SKU 및 마진
- 물류 및 배송 매커니즘
- 콘텐츠 수명 및 유형(고정적 또는 유동적)

## RWS 접근 방식

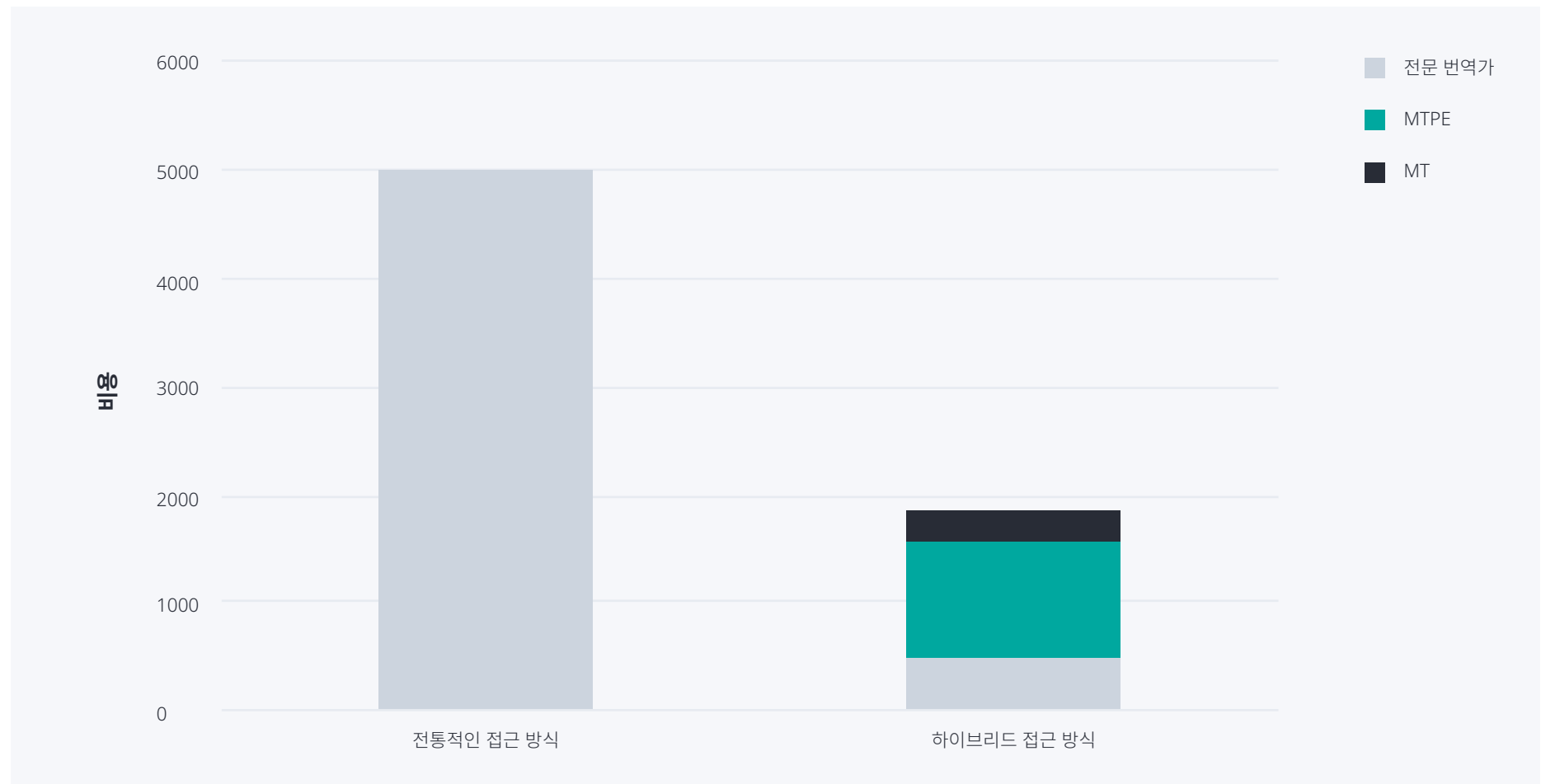
RWS는 고객의 요구 사항에 맞는 다양한 기술과 서비스를 제공합니다.



\*\*기계번역(MT) 포스트에디팅(PE)의 경우 MT 언어를 사용할 수 없는 경우에만 전문 번역으로 대체됩니다.

## 비용 효율성을 높이는 맞춤형 하이브리드 솔루션

이 비교는 소규모 웹사이트(50,000단어) 로컬라이제이션의 경우 전통적인 방법과 하이브리드 접근 방식에 비용 효율성 측면에서 큰 차이가 있음을 나타냅니다.





## 소매 및 전자상거래용 솔루션

RWS는 번역 및 콘텐츠 솔루션에 대한 전문 지식을 바탕으로 원활한 구매 환경을 조성하고, 전 세계 고객에게 효과적으로 의미를 전달할 수 있는 독보적인 위치를 확보했습니다.

### 언어 서비스

번역 및 로컬라이제이션 서비스는 적절한 규모로 제공되며, 고객의 품질 기대치를 충족하기 위해 소매 분야별 전문가가 제공합니다. 현지화된 미디어 제작 및 컨설팅과 결합될 경우 모든 시장에서 완전한 디지털 경험을 제공할 수 있습니다.

### 옴니채널 마케팅 솔루션

브랜드 정체성을 유지하면서 올바른 문화적, 언어적 뉘앙스를 전달합니다. 전 세계 어디서나 채널, 미디어, 언어를 아우르는 모든 소매 브랜드 콘텐츠를 제공합니다.

### 기계번역 및 번역 생산성

자동화를 통해 번역가의 효율성을 개선하고, 번역 프로세스를 간소화하며, 규모에 맞게 빠르게 운영할 수 있는 민첩성을 제공합니다.

### 웹 콘텐츠 및 경험 관리

웹 콘텐츠 및 디지털 미디어 관리, 타겟팅, 테스트, 개인화, 로컬라이제이션을 통해 채널 전반에 콘텐츠를 제공합니다.

### RWS 번역 관리 기술

자동화된 워크플로, 기계번역, 용어집 데이터베이스, 번역 메모리, 외부 비즈니스 시스템과의 통합을 통해 로컬라이제이션 프로세스를 간소화합니다.

### 커넥터를 통한 번역 효율성 향상

RWS는 Shopify의 커넥터를 비롯한 50개 이상의 커넥터 서비스를 제공하여 비즈니스 전반을 아우르는 시스템을 연결하며 수동 작업을 제거합니다. 웹사이트, 전자상거래, 사용자 문서, 지원 티켓, 라이브 채팅 등 모든 것이 RWS의 번역 서비스 및 기술과 통합됩니다.

콘텐츠를 업데이트하는 빈도와 원하는 품질 수준, 예산 등에 맞추어 필요에 맞게 접근 방식을 맞춤화합니다. 서비스를 유연하게 제공하므로 변화하는 고객의 요구에 빠르게 대응할 수 있습니다.



## Under Armour

### 당면 과제

Under Armour는 "Unlike Any" 캠페인의 일환으로 선구적인 여성 선수들에게 경의를 표하기 위해 시 번역을 의뢰했습니다.

선도적인 운문 작가들이 6명의 Under Armour 선수와 짝을 이루어 각 선수에게서 영감을 받아 시를 쓰고 이를 낭독했습니다.

그 결과로 창작된 시는 개방형 산문체, 고전적인 운을 맞춘 2행 연구, 두운을 맞춘 형식과 의식의 흐름을 연결한 형식을 포함한 다양한 문체 기술과 형식을 아우르고 있습니다.

2018년 동계 올림픽과 함께 시는 RWS 마케팅 솔루션을 통해 단 3주 만에 20개국 이상에서 감상할 수 있도록 9개 언어로 번역되었습니다.

### 솔루션

그리고 각각의 시는 RWS가 보유한 전문 인력 중 시적 콘텐츠 창작 능력을 고려하여 엄선된 현지 시장의 원어민 카피라이터에게 할당되었습니다.

시가 간직한 진정성을 전달하기 위해 RWS는 단순 번역이 아니라 9개의 언어에 맞도록 트랜스크리에이션 작업의 일부로 진행하도록 프로젝트 안내를 받았습니다.

RWS는 영화, 소셜 미디어, 전자상거래 및 소매 등의 모든 고객과의 접점에서 이 캠페인을 실행할 수 있도록 70여 개의 형식으로 편집을 수행했습니다.

## Unilever

### 당면 과제

브랜딩이 전자상거래 및 소매 사이트에 사용될 경우 매우 중요한 요소로 작용합니다. 웹사이트를 통해 브랜드는 신뢰를 얻고, 인지도를 높이고, 고객 경험을 주도할 수 있습니다.

콘텐츠 및 현지 뉘앙스는 고객이 해당 브랜드에 어떤 매력과 감정을 느끼는지 결정하므로 고객의 행동을 이해하고 이러한 지식을 활용하는 것은 브랜드 구축의 핵심입니다. 하지만 30년 된 브랜드가 무너진다면 어떻게 될까요?

Unilever는 명함부터 제품 포장에 이르기까지 모든 커뮤니케이션에 새 로고를 사용하면서 동시에 190개 국가의 169,000명의 직원뿐만 아니라 전 세계의 타사 업체에도 새로운 아이덴티티를 일관되게 심어줄 수 있는 방법을 찾는 데에 중대한 과제에 직면했습니다.

### 솔루션

웹 팀은 RWS의 블루프린팅® 기술을 사용하여 콘텐츠와 상관없이 여러 레이어로 된 100페이지 이상의 콘텐츠가 포함되어 있음에도 불구하고 동일하게 브랜드를 표현할 수 있었습니다.

한 부문에 변경 사항이 발생하면 사이트의 다른 모든 관련 부문에 즉시 계단식으로 변경이 적용됩니다. 새 로고가 공식적으로 출시되었고, 며칠 뒤 Unilever의 첫 광고가 새 로고 지침을 반영하여 공개되었습니다.

새롭게 공개된 지 처음 3개월 동안 4만 명의 고유 방문자가 사이트를 방문했습니다.



## RWS를 선택해야 하는 이유

- 상위 36개 전자상거래 및 소매 기업 중 27개 기업과 협력
- 소매 및 CPG 전문 지식을 갖춘 세계 최대 규모의 전담 사내 번역가 풀
- 오프라인 매장에서 익명 고객을 맞춤화하여 오프라인 고객에게 온라인 경험을 제공하는 업계 선도적인 솔루션
- 고객에게 맞춤화된 제품 및 마케팅 콘텐츠를 제공하기 위한 통합 기술 스택
- 벤더에 종속되지 않으며 뛰어난 확장성을 자랑하는 언어 관리 기술 분야의 시장 선도자

## 소매 및 전자상거래에 대해 자세히 알아보기:

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

### RWS 회사 소개

RWS Holdings plc는 세계를 선도하는 기술 지원 언어, 콘텐츠 관리 및 지적 재산권 서비스 제공업체입니다. 기업의 콘텐츠 규모에 맞게 정보를 전달하고 콘텐츠의 철저한 보안과 사업 전략을 실현하도록 도움으로써 전 세계의 글로벌 고객들과 원활하게 소통하여 최신 정보를 제공하도록 도와드립니다.

RWS의 비전은 글로벌 조직의 통합된 지성, 심층적인 전문 지식 및 스마트 기술을 통해 기업이 언어, 콘텐츠 및 해외 시장으로 확장하며 겪는 도전과제를 해결하여 원활하게 소통할 수 있도록 지원합니다.

RWS는 전 세계 100대 브랜드 중 90개, 10대 제약 회사 및 세계 20대 특허 출원자의 절반 이상의 기업의 고객사와 협업하고 있습니다. RWS의 고객 기반은 유럽, 아시아 태평양, 북미의 기술, 제약, 의료, 법률, 화학, 자동차, 정부 및 통신 분야에 걸쳐 있으며, 5개 대륙에 지사를 두고 서비스를 제공하고 있습니다.

1958년에 설립된 RWS는 영국에 본사를 두고 있으며 런던증권거래소 규제 시장(RWS.L)인 AIM에 공개 상장된 기업입니다.

자세한 내용은 [www.rws.com/kr](https://www.rws.com/kr) 을 확인하시기 바랍니다.

© All Rights Reserved. 여기에 포함된 정보는 RWS 그룹\*의 기밀 정보 및 소유권 정보로 간주됩니다.

\*RWS 그룹은 RWS Holdings PLC(계열사, 자회사 및 그 대리인)를 의미합니다.