

Come possiamo aumentare il traffico di un sito web turistico?

Pubblicato: Giovedì 8 Ottobre 2020



Secondo i dati dell'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite (UNWTO), il traffico turistico internazionale globale negli ultimi anni è aumentato del 7%. Nella regione Asia-Pacifico è aumentato di oltre l'8%, in Europa del 7%, in Africa di oltre il 6%, in Medio Oriente e in America di oltre il 4%. Alla fine del 2017 le entrate stimate dell'industria turistica mondiale erano di 1,332 miliardi di dollari.

Sono necessari circa 5 minuti per la lettura dell'articolo.

Nel 2017, i turisti cinesi hanno speso 257,7 miliardi di dollari in viaggi, seguiti da turisti americani (132,2 miliardi di dollari), turisti tedeschi (83,7 miliardi di dollari), Regno Unito, Francia, Italia e così via. Possiamo dunque constatare con certezza che tutti questi paesi hanno speso miliardi di dollari in viaggi.

Ma cosa deduciamo da tutti questi numeri? Deduciamo che la maggior parte delle principali destinazioni turistiche nel mondo sta vivendo un forte sviluppo. Per poter mantenere questo livello di sviluppo, oltre che incentivare un numero sempre più alto di turisti internazionali, è di fondamentale importanza che le aziende turistiche in tutto il mondo si focalizzino sulle lingue straniere: in questo modo la traduzione dei siti web turistici diventa uno strumento di marketing fondamentale nell'industria del turismo. Poiché l'industria del turismo è un settore fondato sull'ospitalità e sui servizi, non è una sorpresa il fatto che i turisti desiderino servizi di alta qualità, compresa, tra l'altro, l'accessibilità delle informazioni nella loro lingua.

Ecco quali fattori dovete prendere in considerazione nel caso in cui decidiate di tradurre il vostro sito web:

1. Optate per l'agenzia di traduzione adatta

Quando si traducono siti web inerenti al turismo, è di fondamentale importanza scegliere l'agenzia di traduzione o il fornitore di servizi linguistici adatti. Il nostro consiglio è quello di affidarvi ad un'[agenzia di traduzione](#) che, oltre ad avere una buona conoscenza della lingua in questione e del turismo, ha anche padronanza dei vostri mercati di riferimento. Essendo i contenuti del vostro sito professionali e competenti, altrettanto professionale e competente deve essere la traduzione.

I visitatori dovrebbero poter avere a disposizione informazioni dettagliate e chiare riguardo a destinazioni, prezzi e pacchetti che il vostro sito offre.

2. Valutate i costi di traduzione

Ma quanto costa la traduzione di un sito web? Il costo dipende principalmente da tipologia e quantità del contenuto. Per questo motivo consigliamo sempre una cooperazione a lungo termine con un'agenzia di traduzioni.

Anche se avete dimestichezza nel settore del turismo, collaborare con i professionisti dei servizi di

traduzione porta molti vantaggi. La probabilità che determinate agenzie di traduzioni o traduttori abbiano già lavorato con agenzie di viaggi in passato è alta, di conseguenza sono in grado di darvi molteplici informazioni e conoscenze riguardanti la cultura del mercato di riferimento a cui siete interessati.

3. Fornite informazioni esatte

La prerogativa di qualsiasi operatore turistico è che qualsiasi potenziale cliente comprenda appieno gli eventuali contratti o le condizioni di servizio, quindi non potete permettere che tali dati siano incomprensibili a chi non parla italiano per esempio. Mettiamo il caso che un cliente debba affidarsi a strumenti di traduzione disponibili online per tradurre documenti rilevanti: i risultati potrebbero essere disastrosi. Affinché i visitatori comprendano pienamente il contenuto di documenti legalmente vincolanti, è necessario che tali documenti siano tradotti in modo corretto.

Consideriamo per esempio i turisti cinesi: precedentemente favorivano solo destinazioni locali, mentre oggi sono considerati essere tra i maggiori spendaccioni. Oltre alla Cina, anche altri Paesi dell'Asia orientale, dell'America settentrionale e dell'Europa occidentale hanno un numero sempre crescente di turisti internazionali. Non possiamo quindi non prendere in considerazione la presenza di diverse lingue (ad esempio cinese, spagnolo, tedesco, russo, ecc.) con annesse le differenze tra di esse. È proprio per questo motivo che è estremamente importante che l'interazione tra voi e i vostri clienti sia chiara e comprensibile da entrambe le parti: fornendo loro informazioni esatte, oltre ad avere clienti soddisfatti, guadagnerete anche la loro fiducia.

Quali sono le difficoltà nella traduzione di testi turistici?

Tradurre documenti che contengono tematiche inerenti ai viaggi non è semplice. Nonostante i contenuti spesso diano l'idea di essere elementari oltre che piuttosto corti, è importante fare attenzione durante la traduzione di qualsiasi testo a tema turistico: una traduzione di scarsa qualità può arrecare danni sia alle prestazioni che alla reputazione dell'azienda in questione, causando l'effetto opposto a quello desiderato.

I documenti possono contenere caratteristiche culturali specifiche. Con ciò intendiamo soprattutto informazioni riguardanti per esempio il cibo, la posizione oppure determinati eventi. Tradurre questa tipologia di termini da una lingua all'altra può generare incomprensioni.

I contenuti devono essere accattivanti. Tradurre alla lettera questo tipo di testi non è sufficiente: per attirare l'attenzione dei lettori e/o visitatori è necessario proporre un contenuto coinvolgente e creativo.

Essendo il turismo un settore in costante movimento, anche le informazioni vengono continuamente riviste e aggiornate. Se la vostra azienda fa parte di questo settore, il nostro consiglio è una collaborazione a lungo termine con un'agenzia professionista che offra servizi linguistici e di **traduzione**.

Ci auguriamo che dopo la lettura dell'articolo abbiate maggiore consapevolezza dell'importanza della traduzione di siti web, che ormai non è più solo un'opzione di marketing, ma una scelta commerciale indispensabile.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

