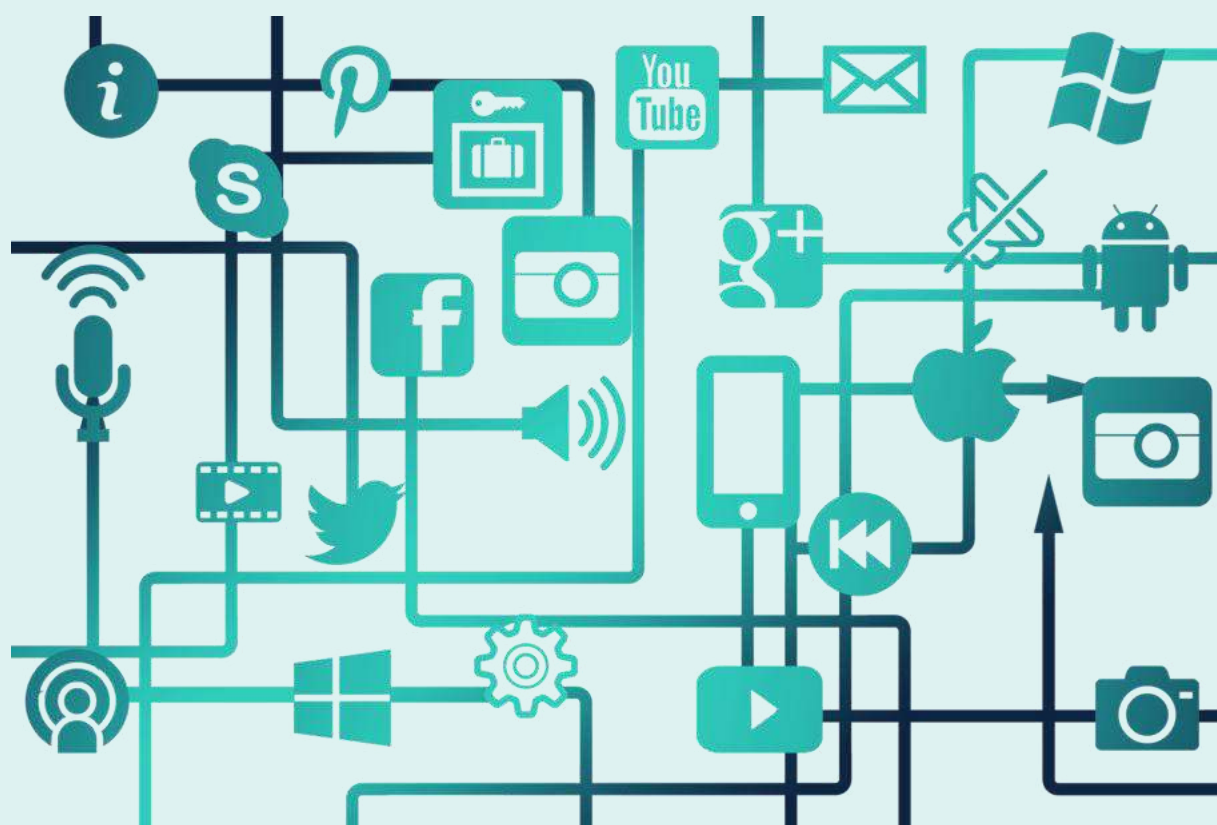


КАК РАСШИРИТЬ СВОЙ ОНЛАЙН-БИЗНЕС

РУКОВОДСТВО ПО МНОГОЯЗЫЧНОМУ
ПЕРЕВОДУ ВЕБ-САЙТОВ



ЗНАКОМСТВО С ПЕРЕВОДОМ ВЕБ-САЙТОВ

Успешные международные компании давно поняли необходимость общения со своими клиентами и пользователями на их родном языке. Особенно с развитием онлайн-бизнеса многоязычный веб-сайт стал одним из главных инструментов успеха на глобальном рынке. Хорошо переведенный веб-сайт может помочь вашему бизнесу развиваться глобально и выйти на рынки, которые еще не освоили ваши конкуренты. В конце концов, пользователи Интернета во всем мире с большей вероятностью посетят сайт, доступный на их родном языке или специально адаптированный для их страны.

Создав многоязычный сайт, вы сможете общаться с этой аудиторией на ее родном языке и в результате значительно увеличить продажи. С помощью локализованного веб-сайта вы можете поместить своих посетителей в зону культурного комфорта, что побудит их покупать ваши товары онлайн. Хотя сначала это может показаться сложной и дорогостоящей задачей, ваши усилия будут стоить того. Успешный бизнес обычно окупает вложенные средства на 500 %.



В этом документе мы даем вам основные рекомендации по созданию многоязычного веб-сайта. Если вы ищете более глубокую информацию с практическими рекомендациями и подробными советами о том, как преуспеть на глобальном рынке онлайн, обратитесь к остальным материалам [бюро переводов «Ремарка»](#). На сайте есть всеобъемлющее руководство, предназначенное для частных лиц и малых предприятий, которые хотят расширить свой бизнес на международном уровне и создать сильное присутствие в Интернете. В нем подробно описаны возможности, которые открывает многоязычный веб-сайт на глобальном рынке, и способы его успешного создания. Вы найдете конкретные рекомендации по переводу содержимого сайта и адаптации макета для глобальной аудитории. Кроме того, книга поможет вам справиться с проблемами, возникающими при создании многоязычных веб-сайтов, и проведет вас через процесс адаптации с помощью практических рабочих заданий.

ЧТО ВЫ УЗНАЕТЕ

Мы рассмотрим некоторые из основных культурных и языковых барьеров, которые не следует игнорировать при создании веб-сайта для представителей других культур. Кроме того, вы найдете информацию о том, какие языки следует выбрать для перевода веб-сайта и как адаптировать дизайн существующего сайта для целевого рынка. После того как вы выбрали языки, на которые хотите перевести сайт, обратитесь к руководствам Ремарка по локализации для получения дополнительной информации о выбранных языках и странах.

ЭФФЕКТИВНЫЙ ПЕРЕВОД И ЛОКАЛИЗАЦИЯ ВАШЕГО САЙТА

Когда вы начинаете изучать вопросы перевода веб-сайтов, вы часто сталкиваетесь с такими терминами, как локализация и транскреация.

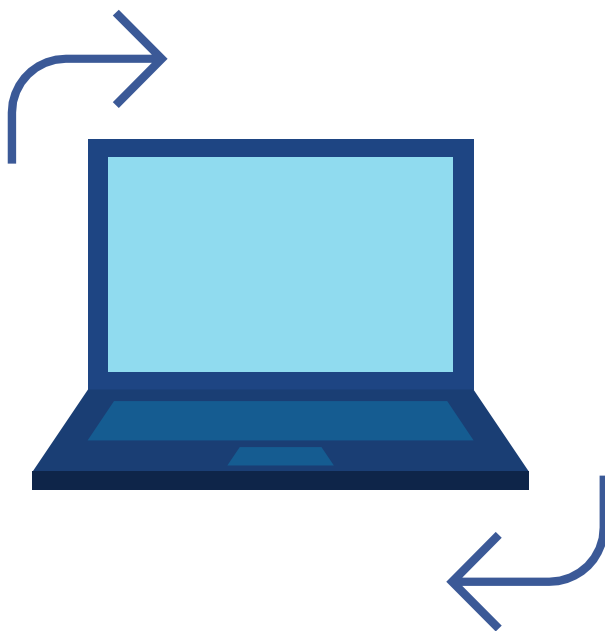
ЛОКАЛИЗАЦИЯ

Локализация - это процесс адаптации веб-сайта или продукта к целевой культуре. Она выходит за рамки перевода, поскольку при локализации необходимо учитывать не только слова, но и многие другие аспекты. Перевод - это только часть процесса. Локализация веб-сайта включает в себя такие задачи, как адаптация макета, ключевых слов, изображений, валют, языков или культурных аспектов. Для эффективного решения этих задач рекомендуется обращаться к профессиональным переводчикам, веб-разработчикам и специалистам по цифровому маркетингу, знающим целевую страну и язык ("Что такое локализация?").

Не полагайтесь на машинный онлайн-перевод вместо профессиональных переводчиков. Опытные специалисты смогут более эффективно локализовать ваш сайт благодаря своим знаниям местной культуры, традиций, суеверий, потребительских предпочтений, местного законодательства и финансов.

ТРАНСКРЕАЦИЯ

Локализация также часто идет рука об руку с транскреацией текста. Транскреация - это сочетание перевода и творчества. Этот тип адаптированного перевода создается с целью подлинного отражения стиля, тона и контекста исходного веб-сайта и творческой адаптации сообщения к другому языку. Адаптация важна для перевода веб-сайта, чтобы гарантировать, бренд и маркетинговые сообщения соответствуют культурным особенностям целевой аудитории. Этим также должен заниматься профессионал, поскольку это требует знания культуры целевого рынка (Филлипс).



ВЫБОР ЦЕЛЕВЫХ ЯЗЫКОВ И СТРАН

При создании многоязычного сайта вы столкнетесь с некоторыми проблемами. Первая из них - выбор языков, на которые будет переведен ваш сайт. Поскольку в мире существует более 7 000 языков, может быть непросто выбрать, на какие языки следует локализовать ваш сайт, чтобы сделать его прибыльным. Чтобы принять решение, проанализируйте демографическую ситуацию и потенциальных клиентов за рубежом, а затем сравните эту информацию с данными исследований, которые показывают, какие языки являются наиболее распространенными в мире или активно используются в Интернете. Детальное исследование клиентов поможет вам выбрать цель и охватить более широкую аудиторию. В процессе работы выясните, какие языки помогут вам развивать свой онлайн-бизнес или окажут долгосрочное влияние на ведение бизнеса за рубежом.



5 САМЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ЯЗЫКОВ В МИРЕ И В ИНТЕРНЕТЕ (2024г.):

Всего говорящих	Носителей языка	Языки, используемые в Интернете
1. Английский 1.13 миллиарда	1. Мандарин Китайский 918 миллионов	1. Английский 1.10 миллиардов
2. Мандарин Китайский 1.11 миллиардов	2. Испанский 460 миллионов	2. Мандарин Китайский 863 миллионов
3. Хинди 615 миллионов	3. Английский 379 миллионов	3. Испанский 344 миллионов
4. Испанский 524 миллионов	4. Хинди 341 миллионов	4. Арабский 266 миллионов
5. Французский 280 миллионов	5. Бенгальский 228 миллионов	5. Португальский 171 миллионов

Рис. 1: Топ-5 языков в Интернете.

Учитывая данные таблицы, очевидно, что английский язык остается самым влиятельным языком в мире в Интернете. Однако даже если ваш сайт уже представлен на английском языке, рекомендуется локализовать его для конкретной англоязычной аудитории в зависимости от того, где вы планируете вести бизнес. Культурные различия в англоязычных странах неодинаковы, поэтому даже если ваш целевой язык - английский, требуется определенный уровень адаптации. Например, английский язык, на котором говорят в Великобритании, использует другую лексику, чем английский язык, на котором говорят в США или Австралии.



[Википедия](#) является мировым лидером по количеству языков, на которые переведен сайт. В 2020 году Википедия заняла первое место среди глобальных веб-сайтов с поддержкой более 290 языков.

Рис. 3: Википедия; Выбор языка.



[Airbnb](#) также входит в десятку лучших многоязычных сайтов в мире. За последние несколько лет количество предоставляемых языков удвоилось.

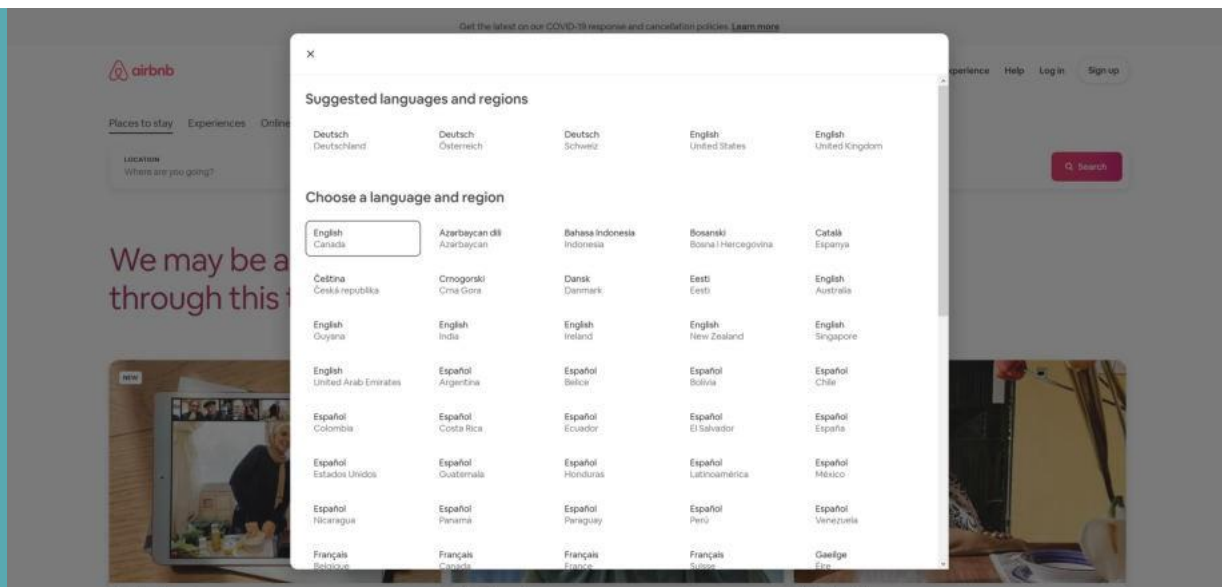


Рис. 4: Airbnb; Выбор языка.

УВАЖЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ РАЗЛИЧИЙ

Определившись с языками, не забудьте учесть культурные различия, которые крайне важны при локализации веб-сайта. Веб-сайты, учитывающие культурные особенности, вызовут доверие клиентов и позволят им почувствовать уважение. Кроме того, в некоторых странах существуют глубоко укоренившиеся обычаи и суеверия, которые оказывают сильное влияние. В некоторых культурах следует избегать некоторых цветов, изображений, тем или знаков, чтобы не обидеть клиентов. Например, число 4 не следует использовать для китайской аудитории, поскольку в их культуре это несчастливое число, в то время как число 13 является несчастливым во многих западных

культурах. Кроме того, в разных культурах существуют и разные ценности. Например, в китайской культуре чрезвычайно важны вежливость и профессионализм, а в немецкой - надежность и пунктуальность. Важно провести исследование культуры, так как эти культурные различия могут привести к недопониманию и помешать тому, что вы пытаетесь донести. Что касается создания веб-сайта, то его содержание должно быть культурно адаптировано для каждого целевого рынка. Лучше всего проконсультироваться с экспертами по культуре или копирайтерами, чтобы убедиться, что вы используете подходящий контент.



В 2020 году [компания Nivea](#) была признана одним из лучших многоязычных сайтов в мире. Он был локализован на разных языках и для нескольких стран. На скриншоте ниже показан англо-канадский сайт (nivea.ca/en-ca), пропагандирующий #sharethecare в мае 2020 года. Это сообщение связано с событиями во время кризиса COVID-19 в 2020 году и демонстрирует инициативу компании не только в адаптации к культуре целевой аудитории, но и в том, чтобы оставаться в курсе текущих событий и актуальных новостей. Рекламу этой кампании #sharethecare можно найти на многих локализациях сайтов Nivea.

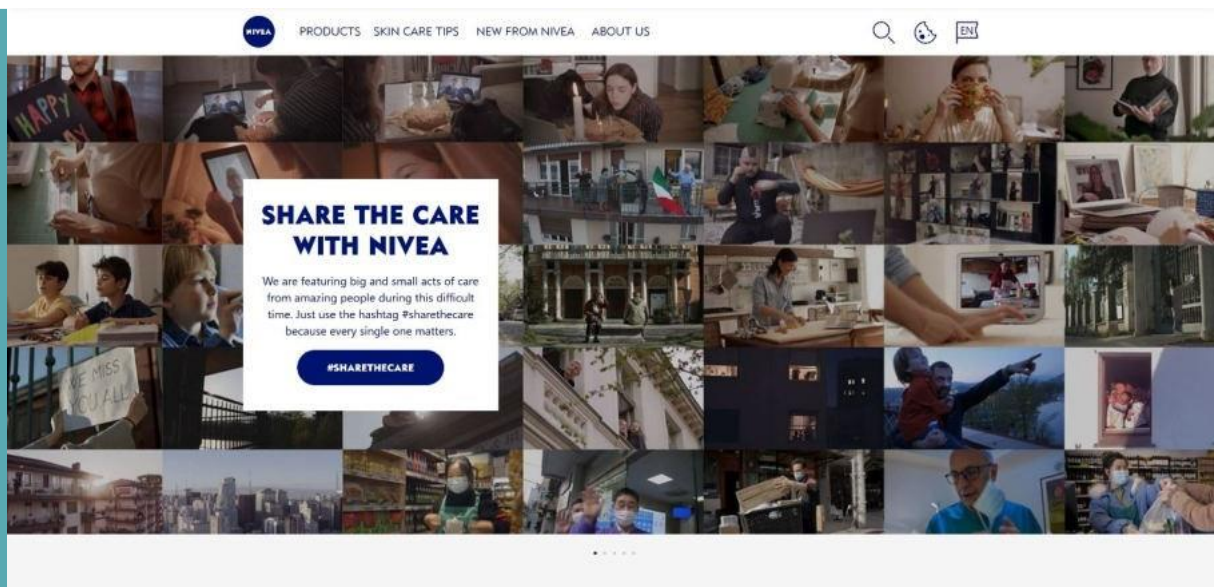


Рис- 5: Nivea; домашняя страница в Канаде.

Nivea также продвигает разные продукты в зависимости от того, какие из них наиболее популярны в этих странах. В Канаде компания продвигала лосьон для тела.

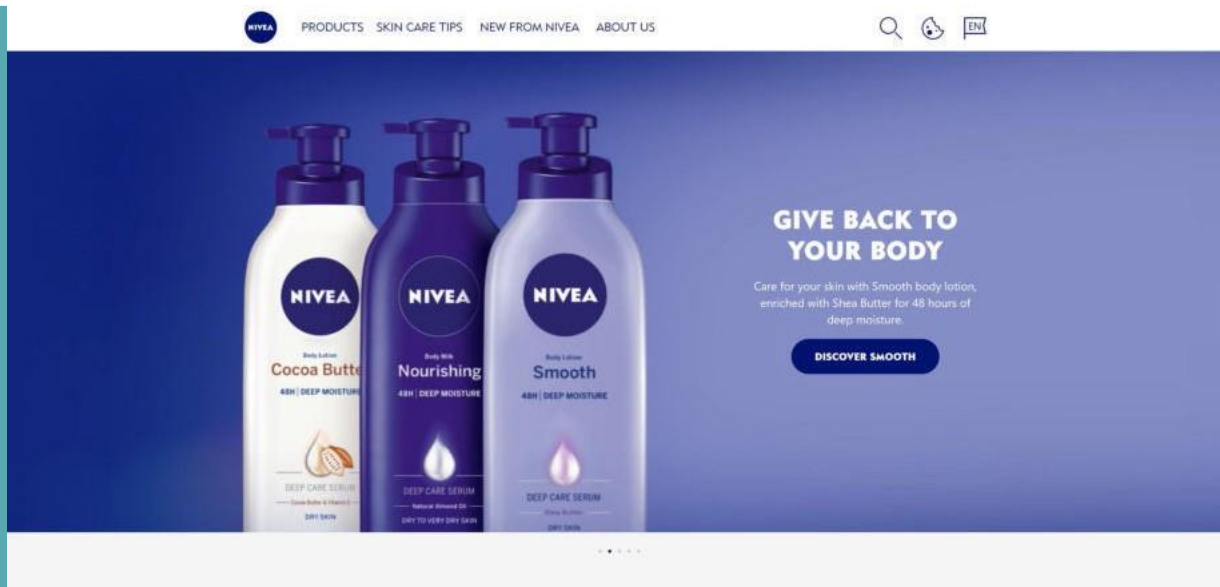


Рис. 6: Nivea; канадская домашняя страница.

[Немецкий сайт](#), напротив, рекламировал солнцезащитные средства. Вероятно, это связано с тем, что лето в Германии может быть очень жарким, и люди покупают много солнцезащитных средств.



Рис. 7: Nivea; домашняя страница в Германии.

На [китайском сайте](#) Nivea рекламировала масляный лосьон и крем для рук с розой, ванилью и цветком вишни.



Рис. 8: Nivea; домашняя страница на китайском языке.

Более подробную информацию о специфических культурных особенностях вы можете найти на [сайте бюро переводов «Ремарка»](#), посвященных различным странам и культурам.

ИНВЕСТИЦИИ В ПЕРЕВОД И ЛОКАЛИЗАЦИЮ

При создании многоязычного веб-сайта вам придется учесть различные расходы на перевод и редактирование, написание текстов, разработку и обслуживание веб-сайта, хостинг и домен, а также на интернет-маркетинг и управление SEO. Использование соответствующих платформ, веб-инструментов и наем профессионалов будут полезны для создания глобального веб-сайта.

Как правило, стоимость перевода определяется по модели "цена за стандартную страницу или за слово". Расценки на перевод в разных странах варьируются от

различных факторов, таких как происхождение переводчиков и уровень их опыта, языковая пара и редкость языка. Также рекомендуется проверять любые переводы редакторами, чтобы получить наиболее точные и хорошо написанные тексты.

Вы также можете нанять профессиональных копирайтеров или маркетологов в разных странах для создания качественного маркетингового контента на целевом языке и в соответствующей культуре. Стоимость копирайтинга зависит от характера текста и уровня необходимой адаптации.



Кроме того, веб-разработчик поможет вам создать хорошо продуманный сайт в соответствии с предпочтениями конкретной страны. Стоимость веб-разработки зависит от системы управления сайтом и уровня автоматизации. Также могут потребоваться расходы на программное обеспечение, например, оплата плагинов для ускорения работы сайта, оптимизации изображений, обработки онлайн-платежей или управления платформами сайта. Обычно это единовременные затраты на покупку или годовая подписка.

Кроме того, вам понадобится хостинг-провайдер, чтобы хранить файлы вашего сайта и делать их видимыми в Интернете. Стоимость хостинга и покупки домена обычно невелика, но может увеличиваться по мере создания и, соответственно, хранения большего количества данных на иностранных языках.

После создания и запуска многоязычного сайта рекомендуется инвестировать в маркетинг онлайн-контента и постоянное управление SEO на локализованных языках. Иностранные версии вашего сайта необходимо регулярно обновлять. Для управления обновлениями на иностранных языках вам может понадобиться нанять профессионалов в целевой стране, таких как переводчики, редакторы и многоязычные SEO-специалисты.

СОЗДАНИЕ МНОГОЯЗЫЧНОГО ВЕБ-САЙТА

Когда вы будете готовы приступить к созданию многоязычного веб-сайта, вам нужно будет сделать визуальный и лингвистический выбор в зависимости от выбранной целевой страны, языка и культуры. Они определяют, какие цвета, изображения, видео или культурные ссылки следует использовать или избегать для каждой целевой аудитории.

ДИЗАЙН И ВЕРСТКА ВЕБ-САЙТА

В первую очередь необходимо позаботиться о дизайне сайта для страниц на иностранных языках. Удобный дизайн - важный шаг при создании сайта, поскольку внешний вид ваших иноязычных страниц будет влиять на первое впечатление посетителей. Помимо адаптации к целевому рынку, подумайте о том, чтобы адаптировать макет сайта к различным устройствам, таким как компьютеры, смартфоны и планшеты. Эта функция, называемая отзывчивым дизайном, обеспечит посетителям вашего сайта возможность безопасно и легко совершать покупки с помощью мобильных телефонов. В последнее время использование мобильных устройств для совершения онлайн-операций значительно возросло ("[101 статистика мобильного маркетинга](#)"). Поэтому позаботьтесь о том, чтобы посетителям вашего сайта было приятно совершать покупки как с настольных, так и с мобильных устройств.

При разработке веб-макета главное - сделать так, чтобы пользователям было удобно и приятно работать на вашем сайте. Подготовьте свой сайт к использованию на других языках, поскольку макет может отличаться от одного языка к другому. Подумайте, какие шрифты, изображения и видео использовать для каждой страны. Убедитесь, что изображения имеют определенную цель. Они должны быть связаны с вашим содержанием или иллюстрировать его. Выбирайте контрастные цвета для удобства чтения. В целом, сделайте свой сайт читаемым и удобным для навигации. Если ваша целевая аудитория испытывает трудности с чтением информации, которую вы предоставляете, она, скорее всего, уйдет.

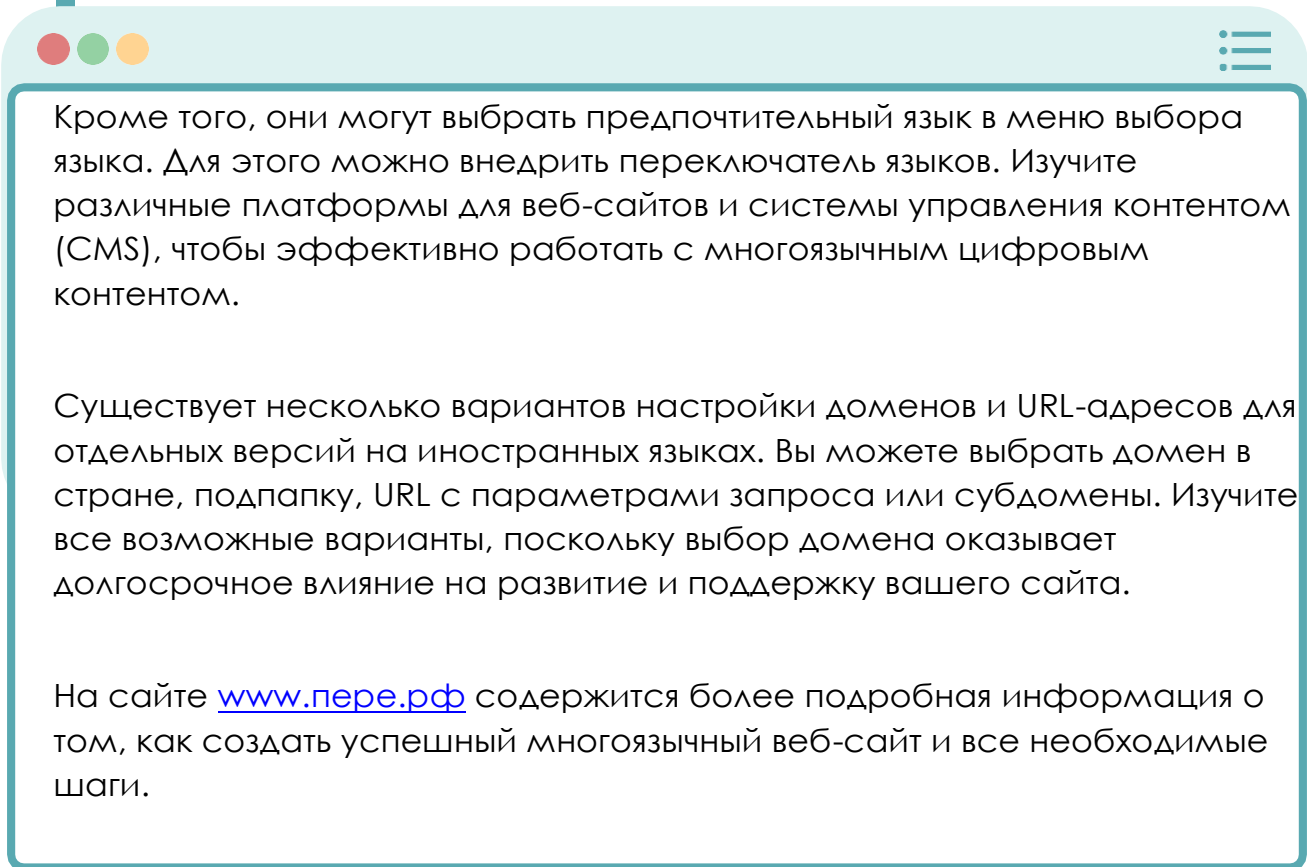
Сайт irishwrecksonline.net, приведенный в примере ниже, воплощает в себе все, чего следует избегать при создании сайта. Цвета не дополняют друг друга. Изображения слишком маленькие и нечеткие. Содержимое сайта плохо читается и не является удобным для навигации. По этим причинам веб-пользователи, скорее всего, сразу же покинут сайт. Устаревший и непривлекательный дизайн делает этот сайт не заслуживающим доверия.



Рис. 9: Irish Wrecks Online; Домашняя страница

ДОМЕНЫ И АДРЕСА

Когда посетители заходят на ваш сайт, они могут попасть на соответствующую локализованную веб-страницу несколькими способами. Например, они могут быть автоматически перенаправлены на соответствующую локализованную версию в зависимости от их региона, если браузер обнаружит их геолокацию.



Кроме того, они могут выбрать предпочтительный язык в меню выбора языка. Для этого можно внедрить переключатель языков. Изучите различные платформы для веб-сайтов и системы управления контентом (CMS), чтобы эффективно работать с многоязычным цифровым контентом.

Существует несколько вариантов настройки доменов и URL-адресов для отдельных версий на иностранных языках. Вы можете выбрать домен в стране, подпапку, URL с параметрами запроса или субдомена. Изучите все возможные варианты, поскольку выбор домена оказывает долгосрочное влияние на развитие и поддержку вашего сайта.

На сайте www.пере.рф содержится более подробная информация о том, как создать успешный многоязычный веб-сайт и все необходимые шаги.



СОГЛАСОВАННОСТЬ ВЕБ-САЙТОВ

Согласованность - ключевой момент, все должно быть единообразным в разных языковых версиях за счет использования одинакового стиля письма и дизайна. Шрифты, цвета, формы, меню и другие элементы дизайна должны нести одинаковую информацию на иностранных языках. То же самое касается единиц измерения, дат или использования цифр, а также форматов адресов. Для поддержания единообразия создайте руководство по стилю, содержащее рекомендации по написанию и оформлению текста, чтобы все разработчики сайта могли ссылаться на него в работе.

Как вы можете видеть на сайте Suzuki, дизайн [французской версии](#) очень похож на [итальянскую](#) (suzuki.it) и [немецкую](#) (suzuki.de). Цвета, формы и меню одинаковы. Главное отличие - в изображениях, поскольку в каждой стране предлагаются и рекламируются разные автомобили. Вероятно, Suzuki использовала руководство по стилю, чтобы обеспечить последовательность своего бренда в разных регионах и на разных языках.



Рис. 10: Suzuki; домашняя страница на французском языке.



Рис. 11: Suzuki; домашняя страница в Италии.

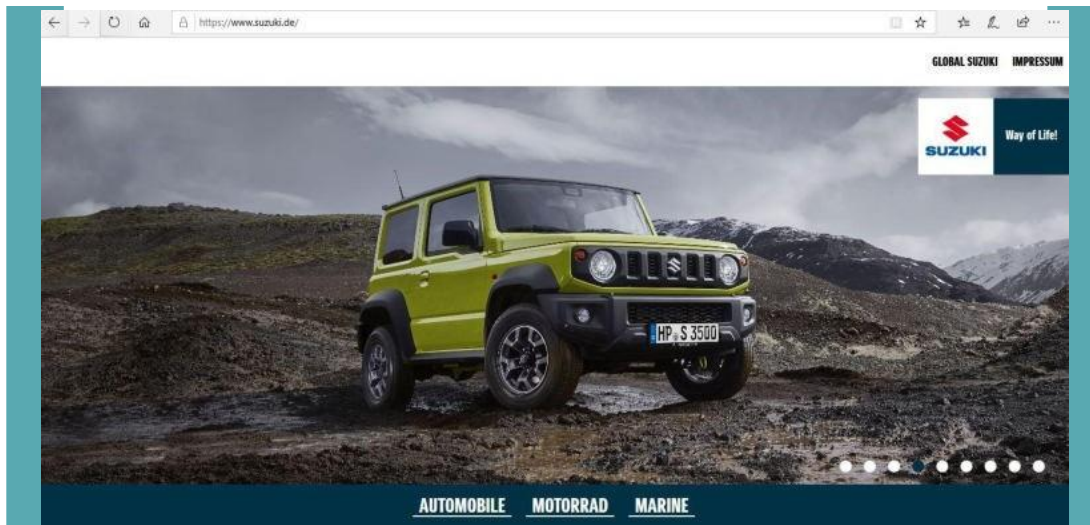
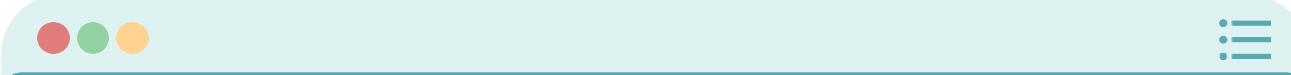


Рис. 12: Suzuki; домашняя страница в Германии.

СОДЕРЖАНИЕ САЙТА

Качественный веб-контент зависит не только от перевода, но и от адаптации текста. Чтобы адаптировать многоязычные тексты, сотрудничайте с квалифицированными переводчиками, копирайтерами и специалистами по маркетингу в стране. Они помогут вам написать лаконичный контент на иностранном языке, так как в сообщения, которые вы хотите донести до своих иностранных клиентов, вложено много мыслей.

При создании контента сайта старайтесь сбалансировать использование текста, изображений и видео. Имейте в виду, что в некоторых языках может потребоваться больше места, поскольку в них используются более длинные слова и предложения, а значит, они занимают больше места на экране. Кроме того, в некоторых языках используется письмо справа налево. В результате это может изменить расположение графики.



Многоязычный сайт заслуживает отличного логотипа и теглайна, которые четко передают ваше маркетинговое сообщение на целевом языке. Теглайн должен разъяснять, чем занимается компания. Обычно это понятный слоган, который легко запомнить. В то же время в процессе перевода название бренда может потребовать культурной и языковой адаптации. Придумывая название бренда на другом языке, постарайтесь создать имя, которое будет нести в себе нечто значимое для ваших клиентов. Кроме того, как и слоган или теглайн, ваш логотип будет способствовать формированию первого впечатления пользователей о вашем сайте. Постарайтесь создать логотип, который будет понятным, простым и функциональным. В то же время выбирайте дизайн, который не подвластен времени и будет оставаться в моде как минимум десять лет.



МНОГОЯЗЫЧНОЕ SEO И ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

С точки зрения позиционирования, создание хорошо оформленного сайта чрезвычайно важно для поисковой оптимизации (SEO), поскольку некоторые элементы дизайна влияют на SEO. При написании контента на иностранном языке изучите часто используемые ключевые слова на иностранных языках и включите их в переведенные тексты. Хорошо изученные термины помогут привлечь посетителей на ваш сайт. При написании контента используйте общие ключевые слова, характерные для вашей отрасли. Многоязычное SEO важно, потому что оно повышает видимость вашего сайта в иностранных поисковых системах и позволяет ему занимать более высокие позиции. Не забывайте также, что вы можете охватить более широкую аудиторию, ведя блоги на разных языках и делясь своими статьями в социальных сетях. Разработайте эффективную стратегию регулярного размещения многоязычного контента, обеспечивающего дополнительную ценность для посетителей.

ИЗУЧЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

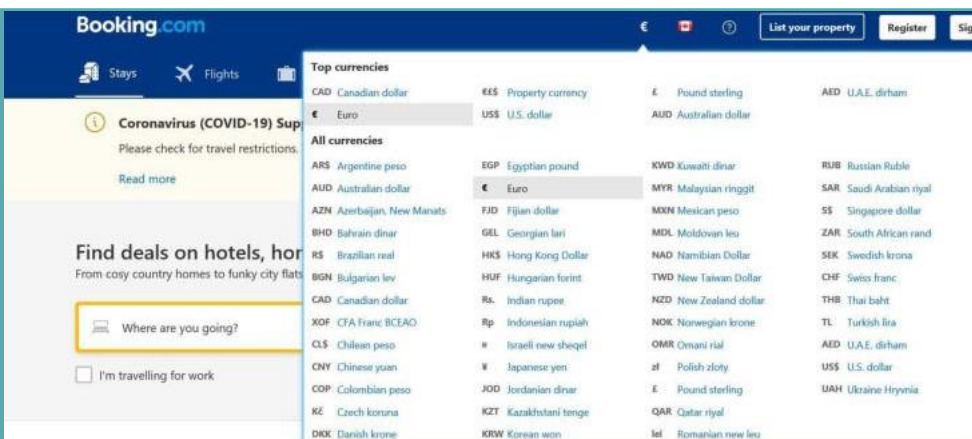
Учитывая различные элементы, связанные с созданием многоязычных сайтов, вы сможете разработать отличный сайт электронной коммерции, который поможет вам продавать свои товары и услуги на зарубежных рынках.

ЛОГИСТИКА

Изучите и используйте инструменты, которые облегчат процесс продажи, чтобы вы могли эффективно продавать как цифровые, так и физические товары, управлять доставкой, налогами, валютами, способами оплаты и другими рабочими процессами. Валюты, способы оплаты и процессы будут отличаться в разных странах, поэтому настраивайте свои страницы продаж на иностранных языках соответствующим образом. Например, [Amazon](https://www.amazon.com) (amazon.com) предлагает возможность совершать покупки и оплачивать их в более чем 60 валютах.



Рис. 13: Amazon; опции валют.



Booking
(booking.com)
есть возможность
оплаты примерно
в 50 валютах.

Рис. 14: Booking.com; опции валют.

На сайте бюро переводов «Ремарка» содержится более подробная информация о предпочтительных способах оплаты в разных странах.

Вы также можете наладить стратегическое партнерство с известными и зарекомендовавшими себя на целевых рынках транспортными или логистическими компаниями, чтобы завоевать авторитет и доверие потенциальных клиентов. При расчете цены товара обязательно учитывайте маркировку упаковки, страховку, отслеживание, таможенные декларации и формы, тарифы, налоги и пошлины.

ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ

Для поддержки онлайн-продаж в других странах вы можете рассмотреть возможность организации службы поддержки клиентов на целевом рынке, что поможет вам более эффективно обслуживать свою аудиторию. Если вы принимаете заказы по телефону, убедитесь, что используете правильный код для каждой страны (например, +39 для Италии, +44 для Великобритании и т. д.).

Помните о различных часовых поясах по всему миру. Рекомендуется иметь представителя службы поддержки клиентов, находящегося на целевом рынке, чтобы отвечать на вопросы клиентов. Также рекомендуется нанимать сотрудников в разных часовых поясах, чтобы они могли работать круглосуточно и обеспечивать быстрое реагирование.

ТЕСТИРОВАНИЕ ВЕБ-САЙТА ПЕРЕД ЗАПУСКОМ

Прежде чем запускать многоязычный сайт электронной коммерции, проверьте его функциональность и пользовательский опыт с точки зрения иностранного покупателя. Рекомендуется протестировать и убедиться, что процесс покупки проходит гладко, что многоязычный контент и визуальное оформление подходят для выбранной целевой аудитории и что ваш сайт занимает высокие позиции в онлайн-поиске.

ВКРАТЦЕ

Несомненно, локализация веб-сайта играет важную роль в развитии вашего бизнеса и расширении сферы его влияния. Как мы уже рассказывали в этом документе, ознакомьтесь с культурой целевой страны и постарайтесь перенять опыт других компаний, имеющих многоязычные веб-сайты. К числу компаний, у которых стоит поучиться, относятся крупнейшие мировые бренды, такие как Wikipedia, Google, Microsoft, Nike, Amazon, Nivea, Philips, 1234.

Suzuki, Airbnb и многие другие.

Многоязычный сайт электронной коммерции открывает новые возможности и приближает вас к работе по всему миру. Он позволяет охватить более широкую аудиторию по всему миру и сделать ваш бизнес глобальным. В конечном итоге это приводит к увеличению доходов и расширению клиентской базы на различных зарубежных рынках.

Зачем себя ограничивать местным рынком?



Мы надеемся, что это вводное руководство по переводу веб-сайтов дало вам несколько основных полезных идей о том, как адаптировать веб-сайт для глобальной аудитории и как развивать свой бизнес во всем мире. Чтобы помочь вам достичь своей цели в создании успешного многоязычного веб-сайта, сотрудничайте с нашим бюро переводов.

Для получения дополнительной информации свяжитесь с нами по электронной почте info@remarka.biz или по WhatsApp +7 918-263-00-13. Вы также можете запросить бесплатное предложение и подписаться на нашу рассылку. Подробное руководство по лингвистической и культурной адаптации веб-сайта для глобальной аудитории вы найдете на сайте компании www.пере.рф.

Если вы хотите узнать больше о переводе веб-сайтов на иностранные языки и для конкретных стран, обратитесь к нашим страницам по локализации бенгальского (Бангладеш), китайского мандарина (Китай), голландского (Нидерланды, Бельгия), английского (Канада, Великобритания, США), французского (Канада, Европа), немецкого (Германия), хинди (Индия), итальянского (Италия), японского (Япония), малаялам (Индия), панджаби (Индия), испанского (Аргентина, Испания), вьетнамского (Вьетнам) и других.

ИСТОЧНИКИ

“101 статистика и тренды мобильного маркетинга на 2020 год”, Quoracreative, <https://xn--e1aa2af.xn--p1ai/45-interesnyh-statisticheskikh-dannyh-po-mobilnomu-marketingu-kotorye-nuzhno-znat-v-2023-godu/>. Доступно 17 апреля 2020 года.

Oxenham, Jason. “15 самых распространенных языков в мире [обновлено].” Rocket Languages, 6 июля 2016, www.rocketlanguages.com/blog/the-15-most-spoken-languages-in-the-world/. Доступно 3 июня 2020 года.

Phillips, Josian. “Перевод, транскреация и копирайтинг. Запутались?” Brightlines Translation, 28 сентября 2018, www.brightlines.co.uk/transcreation-copywriting-confused/. Доступно 1 апреля. 2020.

“Исследование 3 000 онлайн-покупателей из 10 стран показало, что 60 % редко или никогда не покупают на англоязычных сайтах”. CSA Research, 1 апреля. 2014, www.csa-research.com/More/Media/Press-Releases/ArticleID/31/Survey-of-3-000-Online-Shoppers-Across-10-Countries-Finds-that-60-Rarely-or-Never-Buy-from-English-only-Websites. Доступно 2 апреля. 2020.

Команда SimulTrans. “Возврат инвестиций в локализацию”. SimulTrans, 23 сентября 2013, www.simultrans.com/blog/localization-roi. Доступно 3 апреля. 2020.

“Десять лучших языков Интернета в мире - Статистика Интернета”. Internet World Stats, www.internetworldstats.com/stats7.htm. Доступно 7 апреля. 2020.

Юнкер, Джон. “10 лучших глобальных веб-сайтов по результатам отчета о глобализации веб-сайтов за 2020 год”, Medium, 11 февраля. 2020, <https://medium.com/@johnyunker/the-top-10-global-websites-from-the-2020-web-globalization-report-card-8135368248d2>. Доступно 3 апреля. 2020.

“Что такое локализация?” GALA Global, 15 сентября 2017, www.gala-global.org/industry/intro-language-industry/what-localization. Доступно 1 апреля. 2020.