



WIE VIELE SPRACHEN BRAUCHT MEINE WEBSITE?

Diese Checkliste gibt Ihnen die Antwort.

Kreuzen Sie die Aussagen an, die am besten auf Sie zutreffen:

- Meine Firma ist ein Start-Up
- Meine Firma ist ein länger bestehendes KMU
- Meine Firma ist ein großes Unternehmen
- Wir haben bereits Auslandsvertretungen
- Wir planen derzeit Expansionen ins Ausland
- Meine Firma erzielt derzeit mehr als 25 % Umsatz im Ausland
- Meine Firma erzielt derzeit mehr als 50 % Umsatz im Ausland
- Ich bin Kunsthandwerker*in, Künstler*in, Designer*in, Grafiker*in
- Ich bin Freelancer*in
- Ich verkaufe ausschließlich regionale Produkte
- Zusätzlich zu meinem Geschäftslokal möchte ich in Zukunft online verkaufen
- Meine Produkte, Dienstleistungen sind auch im Ausland gefragt
- Ich führe ein Restaurant, ein Hotel, eine Pension
- Meine Dienstleistungen oder Produkte sind ausschließlich im deutschsprachigen Raum relevant



Zählen Sie jeweils die Kästchen der Farbe nach, die Sie angekreuzt haben, und lesen Sie auf der nächsten Seite unsere Empfehlungen.



WIE VIELE SPRACHEN BRAUCHT MEINE WEBSITE?

Ihre Auswertung:



Mehrheitlich grüne Kästchen:

Hier kommt es ganz und gar auf Ihre derzeitige Firmenstrategie an. Vielleicht planen Sie, erst später ins Ausland zu expandieren. Vielleicht haben Sie Zweifel, ob sich das Auslandsgeschäft überhaupt für Sie lohnen könnte.

Investieren Sie in einen ansprechenden Webauftritt und sehen Sie sich aufmerksam die Entwicklungen und Besucherzahlen an.

Haben Sie Website-Besucher aus dem Ausland?

Besteht auch international Interesse an Ihren Produkten/Dienstleistungen?

Wir beraten Sie gerne, denn oft ist es gar nicht notwendig, die gesamte Website in einer anderen Sprache zu präsentieren, sondern bestimmte Seiten/Unterseiten reichen vollkommen aus.



Mehrheitlich gelbe Kästchen:

Ihre Website sollte auf jeden Fall mindestens in englischer Sprache zur Verfügung stehen. Haben Sie klar definierte Zielmärkte, ausländische Gäste, raten wir Ihnen dazu, diese zusätzlich in ihrer Landessprache anzusprechen. Mit dem Englischen gelingt zwar die Verständigung, aber wieviel freundlicher ist es, in der eigenen Sprache angesprochen zu werden.



Mehreitlich rote Kästchen:

Ihre Website sollte auf jeden Fall nicht nur in englischer Sprache verfügbar sein, sondern auch in den Sprachen Ihrer Hauptzielländer. Ihr internationaler Erfolg steht und fällt mit Ihrer Kommunikation. Eine Ansprache in der jeweiligen Landessprache verdeutlicht Ihren Respekt den Kunden gegenüber und öffnet Ihnen Tür und Tor.



Sprechen Sie mit uns, wir helfen Ihnen, zu bestimmen, in welche Sprache(n) Ihre Website übersetzt werden sollte und wir unterstützen Sie mit unserer mehr als 25 jährigen Erfahrung bei der Planung Ihres Übersetzungsbudgets.

E-Mail: office@eurolanguage.net

Tel: +43 676 5625257