

Traduzioni

Traduzioni commerciali e tecniche manualistica e documentazione aziendale

La comunicazione tecnica è indirizzata principalmente a un pubblico che possiede una buona padronanza dell'argomento e spesso una vasta e approfondita conoscenza della materia.

Trasferire un testo di questo genere in una lingua diversa richiede pertanto una **competenza scientifica e tecnologica** sia per la comprensione dei contenuti che per la loro corretta riformulazione.

Le prerogative di una buona traduzione sono quindi:

- ✓ fedeltà al testo originale
- ✓ precisa corrispondenza terminologica e lessicale
- ✓ impiego della terminologia di settore
- ✓ omogeneità terminologica e rispetto/integrazione dei glossari forniti dal cliente

Tipologia di testi tradotti

Settore commerciale

Corrispondenza, offerte commerciali
Listini, cataloghi
Studi marketing, report, ricerche di mercato
Materiale di supporto per seminari e corsi
Materiale commerciale relativo a partner e concorrenti

Tecnico-industriale

Manuali d'uso, di manutenzione e di qualità
Schede tecniche, informazioni di prodotto
Elenchi ricambi

Traduzioni creative marketing, pubblicità, siti internet

Un messaggio ideato per un pubblico locale diventa inefficace e talvolta controproducente se riproposto a un pubblico internazionale.

La comunicazione commerciale e pubblicitaria richiede competenze specifiche in ambito linguistico per valutare **l'impatto della cultura di origine sui contenuti**.

Un traduttore specializzato è in grado di **ricreare la forza persuasiva dell'originale** mantenendone il tono e lo stile. Le sue risorse sono:

- ✓ profonda sensibilità per le sfumature culturali e linguistiche
- ✓ immaginazione per aggirare brillantemente le restrizioni linguistiche o di altra natura
- ✓ forte orientamento all'efficacia, anche quando ciò significa porre un limite alla propria libertà creativa

Tipologia di testi tradotti

Settore pubblicitario-marketing

Brochure aziendali, materiali promozionali
Adattamento di headline, payoff ecc. (transcreation)
Comunicati stampa, comunicazioni aziendali interne, riviste

Web e internet

Localizzazione di contenuti
Traduzione di newsletter

Consulenza linguistico culturale

Perché un servizio di consulenza culturale?

L'imprinting della cultura di origine influenza ogni aspetto della nostra vita, incluso il modo di rapportarci con gli altri e di lavorare. Il sistema di valori e idee, e i modelli di comportamento, impliciti ed espliciti, che costituiscono lo scheletro della nostra identità culturale, fungono da **piattaforma comune di scambio e da facilitatori di comunicazione**.

Quando ci troviamo a interagire con persone straniere, l'attrito tra sistemi diversi può diventare una barriera e ostacolare la comprensione. La correttezza linguistico-culturale è fondamentale per superare tali barriere, o meglio per **adattare il messaggio ai diversi contesti**.

In ambito aziendale, il servizio di consulenza permette di verificare l'appropriatezza culturale di nomi prodotto, denominazioni aziendali, slogan pubblicitari, contenuti di siti internet, brochure e materiali commerciali.

Adattamento di contenuti siti internet, brochure e materiali commerciali

Conoscere il modo in cui le varie culture comunicano consente di scegliere lo stile più appropriato alla situazione garantendo la **comprensibilità del messaggio** e stimolando l'**attenzione e l'interesse del pubblico** a cui ci si rivolge.

Alcuni aspetti culturali, che vengono spesso ignorati, rivestono un'importanza fondamentale. Per esempio in alcune culture certi colori sono considerati fortunati (il rosso in Cina), altri sfortunati (il nero in Giappone), o caricati di significati particolari.

Oppure l'utilizzo del pronome "io" può essere accolto in modo negativo in nazioni orientate al collettivismo, e un messaggio trasgressivo e anticonformista può apparire offensivo in una società fortemente gerarchica.

È dunque importante per le aziende analizzare con la massima attenzione i **valori culturali sottesi al messaggio** che desiderano veicolare tramite strumenti di comunicazione quali siti web e materiale promozionale.

Scrittura professionale

La scrittura professionale (copywriting) è un servizio utile alle aziende che intendono investire in comunicazione allo scopo di informare, promuovere, convincere e vendere.

Controllando lo stile e il linguaggio della comunicazione, il copywriter padroneggia le variabili che possono **influenzare il giudizio degli interlocutori e orientare le loro scelte**.

La scrittura professionale aiuta a **incentivare le vendite**, ma non solo.

Incide anche sulla qualità del rapporto con i clienti, sulla valorizzazione delle attività e dei marchi, sull'incremento della reputazione dell'azienda.

Contribuisce quindi a creare quel patrimonio di beni intangibili che permettono alle imprese di **mantenersi competitive sul mercato**.

Tipologia di documentazione:

- ✓ testi e slogan pubblicitari
- ✓ materiali promozionali
- ✓ testi per siti internet, blog e newsletter
- ✓ documentazione di prodotto
- ✓ riviste aziendali
- ✓ cartelle stampa

Naming servizio di brand name analysis

Ogni azienda che intenda commercializzare i propri prodotti o servizi all'estero sa bene che la scelta del nome può avere importanti **ripercussioni, positive o negative**, sul suo successo.

Il momento migliore per valutare l'impatto del nome scelto su una cultura straniera è sicuramente la fase iniziale.

Una verifica preventiva vi consentirà di muovervi con maggiore sicurezza e di utilizzare le informazioni a **supporto della vostra strategia commerciale**.

Il servizio è svolto da professionisti madrelingua e prevede l'analisi dei seguenti aspetti:

- ✓ Connotazioni positive/negative
- ✓ Somiglianza con altre parole
- ✓ Facilità di pronuncia e di memorizzazione
- ✓ Legame o associazione con concetti e immagini