Faut-il publier votre blog d'entreprise en plusieurs langues ?

by cedric@toutchange.fr - Jeudi, décembre 06, 2012

http://lemarketeurfrancais.com/blog/blog-entreprise-plusieurs-langues/

Un blog d'entreprise en plusieurs langues accéléra votre croissance à l'international !

Avez-vous déjà pensé à **publier votre blog d'entreprise dans d'autres langues** que le français ? Cette solution peut s'avérer coûteuse à première vue, mais tout dépend de votre stratégie. S'ouvrir à l'international doit pouvoir se faire d'une façon homogène et votre blog devra donc faire partie de cette mutation. Voici donc quelques idées, pouvant vous permettre de réaliser si vous disposez de ce besoin ou non.

Votre cible est-elle 100% hexagonale ?

Pour commencer, vous devez **analyser très clairement la nationalité de vos clients**. Ceux qui sont déjà dans votre carnet de commande et les clients potentiels qui le seront très prochainement. Si vous n'avez absolument pas l'ambition de **vendre votre produit ou service auprès de clients étrangers**, un blog dans une autre langue que le français n'est donc pas une priorité. En revanche, prenez du recul si vous disposez de clients francophones provenant de pays où le français n'est pas la seule langue officielle.

Il arrive très régulièrement qu'une PME française dispose de clients Canadiens, Suisses ou Belges. Dans ces trois pays, le français est l'une des langues parlées mais pas l'unique. Appuyez vous sur ces premiers clients étrangers pour développer votre part de marché dans leurs pays d'origine. Un blog en anglais ou allemand, pourrait donc s'avérer particulièrement intéressant pour cibler les pays cités.

> Un blog d'entreprise en plusieurs langues accéléra votre croissance à l'international !
> Cliquez ici pour retweeter – Partagez sur Facebook

Vous serez en mesure d'attirer un nombre plus important de clients potentiels et votre ouverture sur le marché en question sera enfin clairement visible. Les clients flamands et wallons sont avant tout des belges, vous devez donc adopter une attitude globale pour entrer sur le marché de ce pays. Démontrez **la capacité de votre entreprise à travailler dans une autre langue**. Il s'agit d'une étape indispensable pour soutenir une croissance à l'international !

Un contenu réécrit et non traduit

Pour que la version étrangère de votre blog puisse être vraiment efficace, privilégiez une réécriture des textes. Votre professionnalisme en sera souligné et votre référencement un peu plus favorisé. Le pire que puisse faire un entrepreneur est de choisir une traduction automatique de son blog. Le plus souvent le résultat est complètement illisible pour les personnes parlant cette langue. Vous ne ferez que souligner votre improvisation et les effets ne pourront qu'être négatifs.

Votre blog représente l'expression de vos valeurs et de vos compétences. Il est donc nécessaire de choisir des thèmes en lien avec votre activité et les développer de façon à ce qu'un grand nombre de personnes viennent en lire le contenu. Sur le papier cela peut paraître simple, mais ce n'est pas quelque chose qui s'improvise.

Le rédacteur des articles de votre blog d'entreprise devra s'attacher à exprimer les idées déjà publiées en français sans réaliser une traduction littérale. Réaliser ce travail de réécriture doit permettre à une personne parlant les deux langues, de lire les deux articles sans en déduire automatiquement qu'il s'agit d'une traduction. Vous apparaitrez ainsi réellement comme une entreprise travaillant dans les deux langues. À vous de vous forger une image solide à l'international afin de disposer de nouvelles perspectives de croissance !

S'ouvrir à de nouveaux marchés grâce à un blog

Trouver un nouveau client est souvent une démarche longue et coûteuse. Si vous démarrez votre activité, vous savez que la mer regorge de poissons et qu'à terme vous finirez bien par remplir votre carnet de commande. Mais dans un grand nombre de secteurs d'activités, le terrain de chasse est réduit et les opportunités manquent. Alors à vous d'aller chercher les clients, là où ils se trouvent. C'est à dire, à l'étranger !

Les français ne sont pas doués pour les langues étrangères, c'est un fait. Mais des solutions existent si vous n'êtes pas assez confiant pour réaliser cette démarche par vous-même. Le **retour sur investissement d'une campagne de prospection à l'étranger** peut être nettement supérieur à celui suivant la même démarche en France.

Disposer d'un blog multilingue consiste simplement à étendre votre filet. Cela peut s'avérer accessoire dans certains cas mais cela peut également représenter une **opportunité de croissance unique**. La mondialisation touche l'ensemble des secteurs d'activités et les grands groupes n'en n'ont pas le

monopole. Pour rester compétitif, il vous faudra tôt ou tard évoluer. À vous de trouver la porte de sortie !

Cet article a été écrit par Cédric P.

Ancien chef de projet auprès d’un cabinet de conseil aux entreprises en Australie, Cédric est un passionné de marketing. Son domaine de prédilection : la communication à destination des professionnels.
Il a rejoint l'équipe du Marketeur Français pour partager son expérience et ses conseils avec les chefs d'entreprise ambitieux qui forment la communauté de ce blog.

- [redacted]

A voir aussi sur ce thème :