

¿Cómo mejorar tu imagen internacional?



Si eres un emprendedor sabes lo mucho que significa para ti tu negocio. Probablemente al principio empezaste con una empresa pequeña en una sola ciudad. Pero, a medida de que el negocio iba creciendo te dabas cuenta que para ir creciendo tú también, necesitas expandirlo.

Allí, fuera de las fronteras de España, puede que te estén esperando tus nuevos clientes. Pero claro, la cosa no es tan fácil. ¿O sí? **Hoy en día con la llegada de nuevas tecnologías, tener un negocio internacional es más fácil que nunca.**

Hay varias claves que hay que tener en cuenta cuando empiezas a trabajar en un mercado nuevo. Una de las más importantes es conocer bien a tu nuevo cliente y empezar a pensar como él. Tienes que dar la impresión que, aunque no seas de su país, conoces bien sus necesidades, sus problemas, su cultura. Por eso, la primera tarea será investigar.

Para ello una muy buena idea sería hacer un análisis de la competencia tanto extranjero como local. Hay que mirar cómo se dirigen ellos a los clientes, cómo utilizan sus Redes Sociales, qué les ofrecen. Hay que tener en cuenta todos los factores posibles: sociales, culturales, económicos, políticos. **Recuerda que lo que funciona bien en tu país, no tiene por qué funcionar en otro.**

Os queremos compartir algunos consejos de cómo puedes dar a tus nuevo clientes una imagen más local para que sepan que realmente te importan y que te preocupas por sus necesidades.

Traduce tu página web

Puede parecer algo obvio, pero tener tu página web en el idioma del país al que te diriges es algo imprescindible. Y no importa que ya en todo el mundo se hable inglés. Un cliente que sea de Alemania va a hacer búsqueda de tus productos o servicios en alemán. Es más, si eres una empresa española que vende en México, adapta tu página al mercado mexicano. Aunque habléis el mismo idioma, muchas palabras o expresiones pueden ser diferentes.

Tienes que conseguir que cuando un usuario entre en tu web no sepa que no es una página de su país.

Y es importante que lo traduzcas todo. **Es un error muy común traducir sólo la parte que habla de los productos y servicios que se ofrece.** Si quieres dar una buena imagen, tienes que cambiar el idioma de todas las partes de tu página, incluido todos los artículos de tu blog. Otro error que cometen muchas empresas es hacer las traducciones con un traductor automático.

Es un fallo muy grave. Aunque funcionen cada vez mejor, todavía pueden cometer muchos errores al traducirlo literalmente o puede que algunas expresiones no tengan sentido. El usuario se dará cuenta al instante que la traducción fue automatizada y eso puede afectar negativamente a la imagen de tu empresa.

Haz uso de las Redes Sociales

Hoy en día si no tienes presencia en las Redes Sociales es como si no existieras. Es así en España como en cualquier otro lugar del mundo. Puede ser una herramienta muy útil para ayudar a expandirse a otros países. Pero, otra vez, tenemos que tener en cuenta varias cosas. Primero tenemos que decidir qué Redes Sociales utilizaremos. **No todas las redes tienen la misma popularidad en cada país, o puede que ni siquiera exista, como es el caso del Facebook en China.**

Cuando ya elijamos dónde nos conviene estar presente, podemos empezar a crear el contenido. Un error que no podemos cometer es utilizar los mismos post y traducirlos a diferentes idiomas. Cada post tiene que ser único para cada país. Es muy buena idea hacer referencias a la realidad del país. Mencionar un partido de fútbol, la final de un famoso programa de entretenimiento o utilizar un hashtag de tendencia del país puede aumentar la visibilidad de nuestra red social y hacer que los usuarios quieran actuar más con nosotros.

Consigue un número internacional virtual

El número internacional virtual trata de un número con un prefijo del país al que te diriges. Al ser un número virtual no tienes por qué tener contrato con una compañía de telefonía en el extranjero ni necesitarás ningún cable ni dispositivo adicional. El cliente llamará al número que para él va a ser más conocido, pensado que le están atendiendo en su propio país, pero en realidad la llamada será desviada a tu línea española permitiendo que puedas gestionar las llamadas de todo el mundo desde el ordenador de tu oficina o incluso desde tu teléfono móvil, sin necesidad de tener presencia física en cada país en el que operas y sin que eso le proporcione un mayor coste a tu cliente, ya que pagará el coste local.

Tener un número local les genera confianza a tus clientes y mejora tu imagen. **Hace que los clientes estén más dispuestos a llamarte para resolver sus dudas, lo que puede mejorar significativamente tus ventas.** Si un cliente ve un número desconocido lo más probable que se decida por contactar con la competencia.

Fuente: El Empresario.com.

Ana López, Directora del Departamento de Marketing y Comunicación de la empresa Fax Virtual.