

Traducteur de page web automatique : pourquoi cela peut pénaliser votre SEO ?



Vous souhaitez traduire votre site ?

Alors, vous vous êtes sans doute renseigné sur le traducteur de page web automatique.

En effet, de nombreux outils gratuits sont disponibles en ligne. Toutefois, ces outils peuvent avoir des conséquences négatives sur votre référencement et votre image de marque.

Lors de la création d'un site web, **le contenu est tout aussi important que la mise en forme**. Il permet non seulement de guider les utilisateurs, de leur donner des informations importantes mais aussi de positionner les différentes pages sur les moteurs de recherche en ciblant des mots-clés précis.



Afin de développer une activité à l'international, il est indispensable de traduire ce contenu pour disposer d'un site multilingue. Comme il s'agit d'un travail long et coûteux, de nombreuses entreprises choisissent de passer par la traduction automatique plutôt que par une **agence spécialisée**.

Cependant, la traduction proposée par des outils comme **Google Translate peut comporter quelques erreurs**. De plus, le texte est analysé par Google pour définir le classement de votre site Web dans ses résultats de recherche et une mauvaise traduction peut donc avoir des conséquences **négatives**.

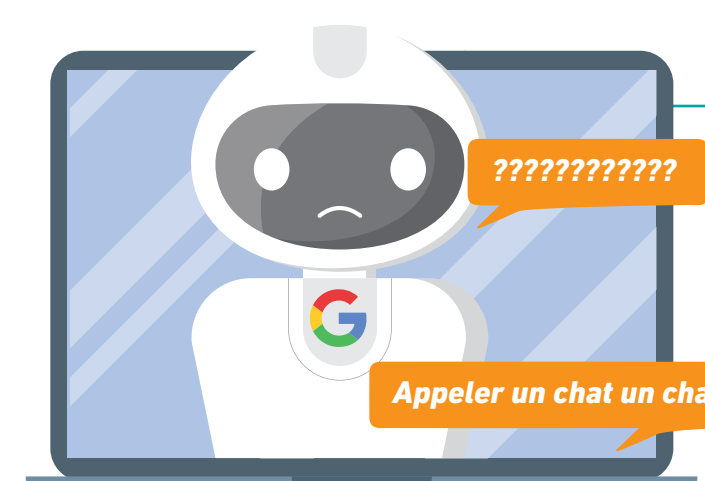
Nous allons analyser ensemble les **retombées d'une traduction automatique d'un site web**, aussi bien au niveau du référencement que de l'image de marque.

Qu'est-ce que la traduction automatique ?



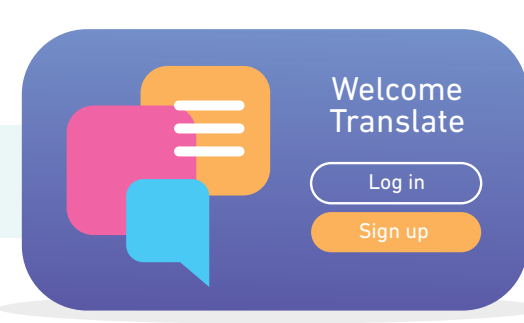
La traduction automatique est le fait de laisser un outil, la plupart du temps en ligne, traduire des textes ou des pages de sites web sans intervention humaine.

Si au départ la traduction était réalisée mot à mot, il y a eu en quelques années de grandes améliorations dans la traduction automatique. De nombreuses personnes utilisent des outils comme Google Translate ou DeepL pour lire des textes dans une langue étrangère ou lorsqu'ils visitent un nouveau pays.

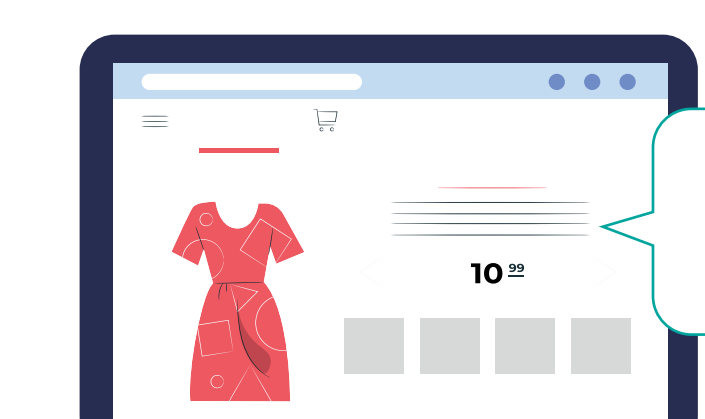


Malgré les progrès réalisés par les technologies en matière de traduction, la précision de la traduction humaine reste inégalée car les outils ont encore des difficultés à « comprendre » le sens d'une phrase et misent alors uniquement sur les mots. Ils ne peuvent également **pas comprendre les néologismes particuliers et les nuances de la parole**.

Les inconvénients de la traduction en ligne gratuite



Les outils de traduction automatique permettent de traduire votre site web dans de nombreuses langues. Cependant, et malgré l'utilisation du « deep learning » pour améliorer la qualité des résultats de la traduction automatique, certains termes traduits demeurent inexacts, notamment la transcription d'expressions locales. La principale raison est le fait que **le traducteur automatique n'est pas (encore) capable de faire une mise en contexte**.



Prenons l'exemple d'une description de produit : le texte est généralement créé par un rédacteur spécialisé et adapté à une cible précise, avec du vocabulaire et un ton spécifiques. La traduction de ce texte nécessite alors de reprendre cette compréhension du public cible afin d'adapter le message original

Le métier de traducteur existe depuis de nombreuses années avec une origine qui remonterait à 2000 ans avant JC. Le rôle des traducteurs s'étend bien au-delà des mots puisque leur maîtrise de différentes langues implique souvent un fort attrait pour la culture.

Cette connaissance leur permet de trouver les bonnes formulations, de replacer les phrases dans leur contexte et d'employer les expressions de la langue visée. De plus, le traducteur peut **travailler le style d'un texte, choisir les bons mots pour rendre la traduction aussi efficace que le texte d'origine**, notamment lors de l'utilisation de textes avec des jeux de mots ou comprenant un double sens, chose que ne peut faire un outil de traduction automatique.



Avec la traduction automatique, vous aurez donc un site traduit sans fautes grammaticales importantes mais **potentiellement dénué de toute subtilité et parfois vidé de sa substance d'origine**.

Le référencement avec le traducteur de page web automatique



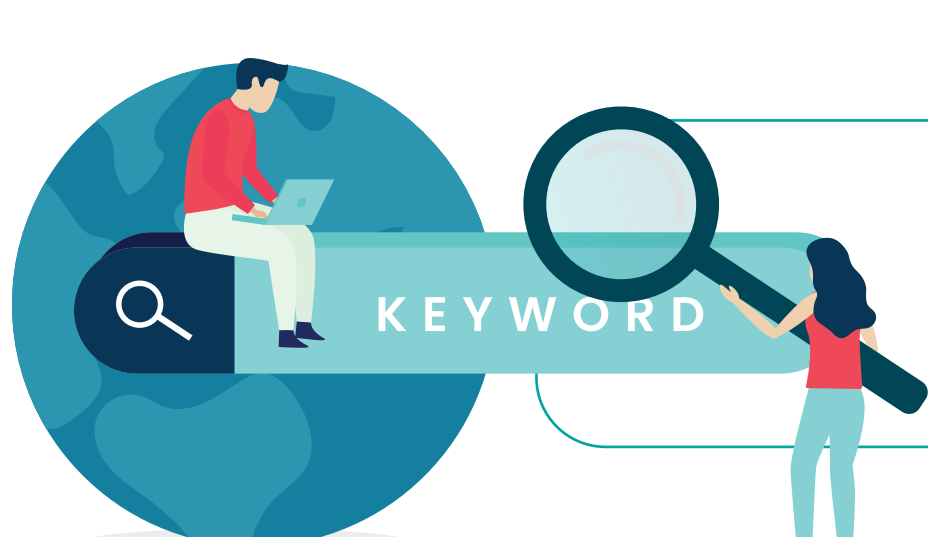
L'outil le plus populaire pour la traduction automatique est **Google Translate**. Cependant, même en utilisant ses propres outils, la firme de Mountain View **n'aime pas les sites web avec du contenu traduit automatiquement**. L'objectif de son moteur de recherche est de fournir des résultats de qualité à ses utilisateurs et Google sait pertinemment qu'un contenu traduit automatiquement est moins pertinent que des données générées par des humains.

Google considère le texte traduit automatiquement comme du contenu peu attractif et peut donc le sanctionner, avec en conséquence principale **une chute du classement sur la page des résultats de recherche**.

Si un utilisateur anglophone se rend sur une version anglaise de votre site traduite automatiquement, il risque de se retrouver face à contenu offrant une **mauvaise expérience de lecture**, aussi bien en termes de tournure de phrases que d'utilisation d'expression typiquement anglophones.

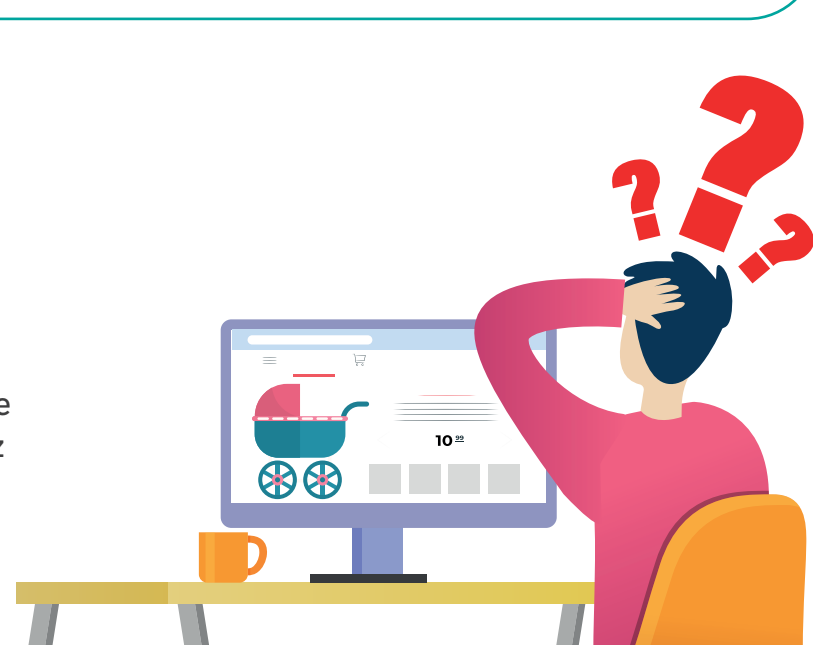
Or, Google veut absolument offrir **les meilleurs résultats possibles** et donc la meilleure expérience utilisateur sur chaque site correctement positionné dans sa SERP. Pour cela, le géant américain n'hésitera pas à supprimer de son index des sites qui ne répondent pas à ses critères de qualité :

« en général, lorsque nous estimons qu'une page ne contient que du contenu généré automatiquement, nous pouvons la supprimer de notre index. Si nous observons que la plus grande partie d'un site est constituée de contenu généré automatiquement, nous pouvons également choisir de supprimer l'ensemble du site de l'index. »



Un autre paramètre à prendre en compte lorsqu'on parle de traduction et de SEO est l'utilisation des **mots-clés**. Lorsque vous traduisez votre site, vous devez savoir à quel marché vous vous adressez afin d'optimiser le contenu. Il faut donc non seulement traduire correctement mais aussi adopter les codes et les mots-clés de la localisation ciblée.

Pour prendre un exemple concret, en Espagne vous allez utiliser le mot « coche » pour traduire « voiture » mais en Amérique Latine, « **coche** » signifie aussi « **poussette** ». Le choix du mot-clé est donc primordial si vous travaillez dans le domaine de l'automobile et que vous souhaitez vous développer dans certains pays d'Amérique Latine. Cette nuance, un traducteur automatique ne peut vous l'apporter.

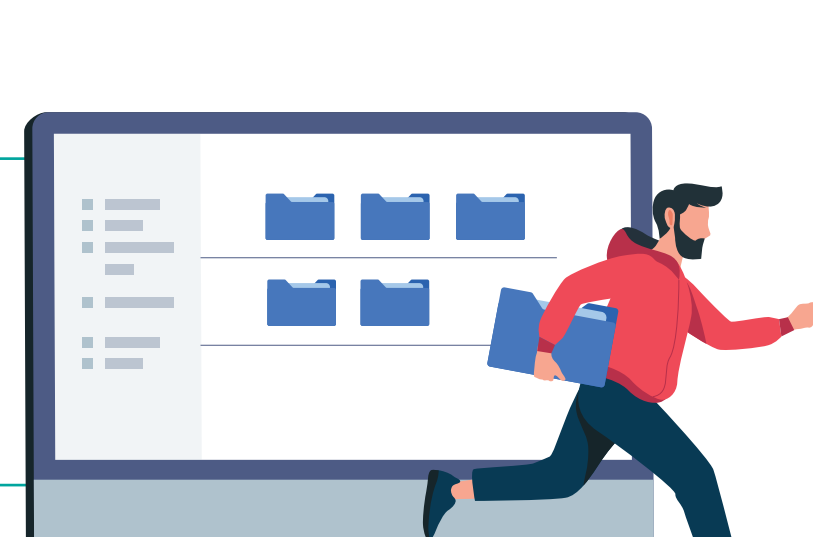


Traducteur de page web automatique et image de marque



Si les outils de traduction automatique permettent de traduire votre site web dans de nombreuses langues, ils peuvent parfois commettre des erreurs en matière de tournures de phrases, de fautes d'orthographe ou de reconnaissance de noms propres. Autant d'erreurs qui peuvent nuire à votre image de marque : si les visiteurs de votre site ont du mal à lire le contenu de votre site, **ils peuvent douter du sérieux de votre entreprise et vous risquez alors de perdre des clients potentiels**.

Enfin, il faut savoir que lorsque vous utilisez une solution de traduction automatique gratuite en ligne, **vous partagez votre contenu** avec ces outils et acceptez donc leurs conditions générales d'utilisation et donc le fait que les droits de propriété de votre contenu **ne vous appartiennent plus en exclusivité**.



Vous l'aurez compris, après avoir travaillé dur pour créer votre site, le positionner sur les moteurs de recherche. Cette dernière **peut affaiblir votre référencement** mais aussi **se faire atteinte à votre image de marque** et à la **crédibilité** de vos services.

N'oubliez pas que la qualité de vos contenus reflète bien souvent, dans l'esprit des clients potentiels, la qualité de vos produits. Il est donc plus que conseillé d'avoir recours à des **traducteurs humains**, des linguistes ou une agence spécialisée qui seront à même d'assurer une traduction adaptée à une mise en page web tout en veillant à l'**optimisation SEO** des textes.