



Marketina eremu urriko hizkuntzetan

Enpresentzako gidaliburua





Marketina eremu urriko hizkuntzetan

Europako hainbat herrialdetan gero eta gehiago dira bertako eremu urriko hizkuntza darabilten enpresak, bai beren produktuen balioa handitzeko asmoz, bai bezeroari eman ohi zaion zerbitzua hobetzeko asmoz.



Askoren ustez hizkuntza hauek —beren kultura eta ondarearekin batera— merkatuko hainbat sektoretatik begiratuta onuragarri gerta dakizkioke enpresari.

Agiri honen xedea da zenbait jarraibideren bitartez enpresei laguntzea ahalik emaitzarik onenak eskuratzen, lehiakortasuna areagotzen eta, azken finean, arrakasta izaten, beti ere tokian tokiko eremu urriko hizkuntza erabiliz.



Agiri hau Welsh Language Board-ek (Galesaren Batzordeak) 2001eko ekainean antolatu mintegiko aztergai nagusia izan zen. Bertan Europako 11 hiztun-komunitatetako ordezkariak bildu ziren (ikus hauen zerrenda 13. or.an).



Datozen orrialdeotan mintegi hartan jorratutako gai nagusiak plazaratuko dira, bai eta han aurkeztutako kasu praktikorik egokienak ere.

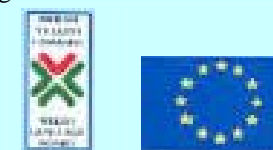


Aurkibidea

Alderdi orokorrak	3-5
Marketineko tresna bereziak	6-11
Eranskinak	12-13



Welsh Language Board-ek argitaratua, Europako Batzordeak finantzatutako egitasmo baten atal gisa.



Alderdi orokorrak

Salerosketan, aisialdian, txikizkako salmentan eta zerbitzugintzan oro har, gero eta gehiago dira beren zerbitzua eskaintzerakoan bertako eremu urriko hizkuntzan egitea premiazkoa ikusten duten enpresak, hango bezeroekin harreman ona eduki ahal izateko. Gehienetan herri horretako bezeroak bertako hizkuntza erabiltzearen aldekoak izaten dira, eta begi onez ikusi ohi dute berau erabiltzen ahalegintzen den enpresa.

Europako zenbait estatutan badira gainera erregelamenduzko xedapenak, alegia, eremu urriko hizkuntzak eguneroko bizimoduan erabiltzearen prestatu direnak. Xedapenok enpresa pribatuei aplikatu izanaren arrazoiak, herritarrak zerbitzuak aukeratuak hizkuntzan jasotzeko duen oinarritzko eskubidea da kasu askotan.



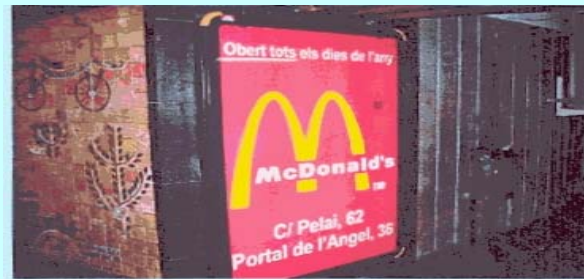
Eskubideok 1992an aldarrikatutako Eskualde Mailako edo Eremu Urriko Hizkuntzen Europako Kartan daude jasota, eta 27 dira Karta izenpetu duten Europako gobernuak. Horren ildotik zenbait gobernu —Irlanda, Gales, Katalunia, Galizia eta Euskal

Autonomia Erkidegokoa adibidez— beren lurraldeetako enpresetan sustapen- eta laguntza-politikak bideratzen ari dira eremu urriko hizkuntza hauen erabilera areagotzeko.

Dena den, kontuan izan beharra dago, lege-, ideologia-, edo hizkuntza-mailako arrazoiez gain, argudio sendoagorik ere beharko dela merkataritzako entitateak beren enpresetan eskualdeko edo eremu urriko hizkuntzak erabiltzen has daitezen.

Zergatik erabili eremu urriko hizkuntza negoziotan?

- Bereizgarri bat delako hizkuntza hori erabiltzeko ahalegina egiten ez duten lehiakideekiko.
- Herri nahiz eskualde horretan negozioan jarduteaz harro egotearen eta bertako herria nahiz kultura errespetatzearen adierazgarri delako.
- Multinazionalei bertakotasun zantzia ematen dielako.
- Bezero berriak erakartzen eta merkatu berrietan azkarrago errotzen lagungarri delako.
- Bezeroei borondate ona eta leialtasuna adierazten zaielako.
- Produktu nahiz zerbitzuen kalitate onaren pertzepzioa areagotzen duelako.
- Jendaurreko jarduerak hobetzen dituelako.
- Komunikazio-praktikarik onena delako.
- Ustekabeko elementua sartzen duelako, hots, eremu urriko hizkuntza erabiltzeak atentzioa ematen duelako.



Zenbat balioko ote du?

Askok kontrakoa uste badu ere, bi hizkuntzak erabiltzeak ez dakar ezinbestean kostua handitzea, eta are gutxiago, bikoiztea. Gida honetan erakusten diren ideietako asko azkar egokitu ditzakezu, diru-kopuru txiki baten truke edo batere gabe. Kontuan izan behar da eskualdeko edo eremu urriko hizkuntzak erabiltzeak ez duela esan nahi egun batetik bestera den-denak elebidun egon behar duenik.



Garrantzitsuena da alderdiok aldeaz aurretik eta arreta handiz planifikatzea, lehenetsiak eta lehendik zeuden diru- aurrekontuak nahiz negozio-planak bat

etor daitezen, eta ondoren indarrean dauden sistemen barruan lan egitea eta berauek garatzea.

Azterketa sakona egin behar da ondo jakiteko zeintzuk diren enpresaren estrategia orokorra eta egoera. Funtsean aholkurik onena da marketinaren oinarritzko arauak baliatzea, eta horiei hizkuntzaren alderdia eranstea, hau da:

- Produktua definitzea
- Merkatua definitzea
- Eskueran ditugun baliabideen bitartez produktua merkatuan sartzeko modurik eraginkorrena definitzea

Bi hizkuntzetan hobeto?

Galdera horren erantzuna hiztun-komunitatearen ezaugarrien araberakoa da neurri handi batean.

Zenbat lagunek hitz egiten edo ulertzen dute eremu urriko hizkuntza hori?

Ba al da arrazoi politiko edo legalik bi hizkuntzak erabili beharrean, bakarra erabili behar izateko?

Zein da eremu urriko hizkuntzaren hiztunen alfabetatze-maila?

Lurralde berean bi hizkuntzak elkarren artean oso ezberdinak badira eta hizkuntzetako bat gutxiengo batek bakarrik ulertzen badu, zerbitzu elebiduna eskaintzea izango da herritarren hizkuntza-aukeraketa bermatzeko modu bakarra.

Hizkuntza-aukeraketaren alderdia garrantzitsua da oso, izan ere, inork ez baitu pentsatu behar eremu urriko hizkuntza erabiltzeak, ez dakitenak baztertzea dakarrenik. Horrelakoetan, material elebiduna sortzea da egokiena, bideragarria bada behintzat, errentagarriagoa izango da eta. Bi hizkuntzetan landutako materialak eragin handiagoa izan ohi du, eta bezeroari automatikoki bermatzen dio hizkuntza aukeratu ahal izatea. Gales eta Irlanda dira horren adibide argiak.

Beste zenbait herritan berriz, oso litekeena da ia herritar guztiek bertako hizkuntza hori ulertzea. Horrelakoetan hobetsi beharreko aukera hizkuntza hori marketineko materialetan bakarrik erabiltzea izan liteke, hala publizitate-karteletan nola telebistako iragarkietan, adibidez.



Faktore hau garrantzitsutzat jotzen da eskualde bateko hizkuntzaren normalizazioan aurrera egiteko. Horren adibideak Katalunian eta Galizian aurki daitezke.

Egoera bakoitzak bere ezaugarri propioak izan ohi ditu, eta horien artean alderdi ekonomikoarena da oso kontuan izan beharreko bat. Esate baterako, eremu urriko hizkuntzaren hiztunei soilik zuzendutako produktua bada, hizkuntza horretan soilik merkatura daiteke, horretarako behar diren komunikabideak erabiliz: egunkariak, telebistak, etab.

Bestalde, merezi du egiaztatzea enpresako zuzendaritza-karguak jakinaren gainean daudela gutxiengo hizkuntza horrekiko jarrerari buruzko estatistikei dagokienean. 12. orrialdean zerrendatzen diren erakundeen bitartez horri buruzko informazioa eskura daiteke. Enpresak, bere osotasunean hartuta, argi izan behar ditu politika elebidun bat abian jartzeko arrazoiak eta oinarriak. Zuzendaritzak politika zehatza gauzatzeko konpromisoa hartu eta gero, errazagoa da alde praktikoari ekitea. Halaber, oso garrantzitsua da enpresako langile guztiek politika horren berri izatea eta horrekin bat egitea.



Nola hasi hizkuntza bat modu errentagarrian erabiltzen?

Jarraian zerrendatzen diren iradokizunen xedea jarduera elebiduna bultzatzeko jarraibide erraz eta errealistak eskaintzea da.

Denak ez du egun batetik bestera aldatu beharrik, baina hala ere badira hizkuntzari sarbidea emateko aukera garbiak, hala nola:

- Areto edo egoitza berri bat ireki zein lehengo berriztatu.
- Hizkuntza paisaia (errotulazioa) berriztatu.
- Erakundearen irudia berrikusi.
- Idazpaper eta idazmahaiko gai berriak erosi.
- Langile berriak kontratatu.
- Produktu nahiz zerbitzu berriak landu.
- Merkatu berriak bilatu.
- Publizitatea berrinprimatu edo material berria sortu.
- Material berriak landu saltokian bertan.
- Web gune bat sortu edo teknologia berriak erabiltzen hasi.
- Bertako erakundeen babesa izateko aukera aztertu.
- Berripapera nahiz posta bidezko publizitate-kanpaina berriak egin.

13. orrialdeko zerrendak lagun dezake enpresa baten elebitasun-maila ebaluatzen, eta, horren ildotik, etorkizunerako lehentasunak finkatzen.

Material elebidunak direla eta, zenbait aholku



Aukeraten den formatua edozein dela ere, aholkua da bi hizkuntzen tratamendua berbera izatea, bai tamainaren, irakurgarritasunaren eta irudiaren aldetik ere. Material elebidunetan testua eta hizkuntza bateratzerakoan hizkuntzak elkarrengandik erraz bereizteko moduan jarri behar dira. Gehien erabili izan den formatua elebitasun integratuarena da, hau da, hizkuntza biak elkarren ondoan daudelarik irakurtzeko aukera ematen duena. Dena den, eta azken erabakia hartu aurretik, oso kontuan izan beharko dira diseinuari lotutako alderdiak, hartara ahalik aukerarik erosoena eta erakargarriena egin ahal izateko.



Asmoa hizkuntzen araberako bertsio ezberdinak ematea baldin bada, tentuz zaindu beharko da eremu urriko hizkuntzaren bertsioa kalitate gutxiagokoa ez dela. Bi bertsioek zuzen, erraz eta azkar eskuratzeko moduan egon beharko dute, beraz.

Zehaztasuna

Bai diseinatzaile grafikoek, bai publizistek lana bi hizkuntzetan egiteko gaitasuna izatea litzateke egokiena, eremu urriko hizkuntza bere ñabardura guztiekin erabili ahal izateko.

Zehaztasunaren garrantzia begien bistakoa da, hizkuntza edozein dela ere. Enpresek ez lukete pentsatu behar eremu urriko hizkuntzaren hiztun izateagatik langileak automatikoki itzulpenak egiteko gaitasuna ere izan behar duenik, baldin eta ondo kualifikatuta eta bere buruan erabateko konfiantza duen langilea ez bada, behintzat. Itzulpena teknika profesionala da, eta akatsek garesti jo lezakete, bereziki hizkuntza-paisaiari dagozkionak.



Marketineko materialak itzuli behar izanez gero, itzultzaile profesionala kontratatzea da aholkurik onena, nahiz eta egin beharreko lana laburra izan. 12. orrialdean ageri diren erakundeek itzultzaileak aurkitzen lagun diezazukete. Erakunde horien artean badira batzuk doaneko itzulpen-zerbitzua eskaintzen dutenak luzeak ez diren testuak itzultzeko (errotuluak eta kartelak kasu); beste batzuk, berriz, hizkuntza-aholkularitzan diharduten zentroak dituzte laguntza terminologikoa emateko, besteak beste; eta hauez gain



badira hizkuntzaren zuzentasuna zaintzeko zerbitzuak eskaintzen dituztenak, hala zuzentzaile informatikoak nola glosario berezituak eta hiztegiak.



Marketineko tresna bereziak

Gidaren atal honetan marketineko jarduera jakin batzuei buruz eta eskualdeko edo eremu urriko hizkuntza erabiltzeko aukerez arituko gara. Praktika egokien adibideak erakutsiko dira; dena den, hauen balia garrantzitsua tamainaren, erakunde-motaren, lehentasun komertzialen, aurrekontuen, etab.en arabera izango da. Hortaz, erabil itzazue hemen eta 13. orrialdean aurkeztutako iradokizunak zuen erakundearen zer izan litekeen egoki eta egingarri erabakitzeko.

Nazioarteko markak

Jarraian, nazioartean marka ezagunak dituzten bi multinazionalen kasua azalduko ditugu. Argi dago produktu baten marka beste hizkuntza batean berrizendatzea desegokia dela; hala ere, produktuaren publizitatea eremu gutxiko hizkuntzan eginez gero

—galesez Coca Colaren kasuan eta irlandez KitKat-en kasuan—, enpresek borondate ona adierazten dute.



IRUDIAREN ALDERDIA

Bi hizkuntzak batera ikusteak ustekabeko efektua sorraraz diezaike zuen enpresako bezeroei. Halaber, lana elebrietan egiten hasteko modua izan liteke, nahiz eta eremu urriko hizkuntzan dakien langilerik izan ez.

Erakundearen irudia

Bai logotipoak, bai erakundearen irudiak zuen enpresaren etika eta balioei buruzko mezu indartsua adierazten dute. Jendeak zuen enpresari buruz hartuko duen lehenengo inpresioa izango denez, ele bietako tratamenduak garrantzi handia du. Zuen asmoa erakundearen irudia elebiduna izatea baldin bada, hasieratik bertatik ondo ziurtatu beharko duzue diseinatzaileak ondo kontuan duela bai logotipoa bera, baita bere aplikazio guztiak ere, bi hizkuntzetan direla.

Hizkuntza-paisaia

Azter daiteke errotulu elebidunak ezartzea bai eraikinaren kanpoaldean, bai barnealdean; hartara, efektu nabarmena lortuko litzateke kostu gehigarri txiki batekin, edo batere gabe, eta aldi berean errentagarritasun osoz.



Bertako markak – bertako izenak

Eremu urriko hizkuntza erabiltzean produktuaren eta eskualde edo herriaren arteko lotura handia dagoela transmititzen da. Janariaren eta edariaren kasuan kalitate handikoak direneko ideia, esaterako.

Hona hemen markak irlandez, galegoz eta galesez dituzten hainbat enpresa eta produkturen adibideak.



Horrekin batera, beste ideia bat izan liteke enpresaren autoetan ere eremu urriko hizkuntza erabiltzea, horrela publiko gehiagorengana iritsi ahal izateko.

Estandarizatutako errotulu elebidunetako asko dagoeneko eginda daude eta erabil daitezke. Kasu batzuetan posible da hitzen ordezkari piktogramak erabiltzea.

Gaur egun enpresa askok errotulu elektronikoak darabiltzate, alegia, mezuak maiztasun jakin batez aldatzen dituztenak, edo pantailan barrena mugitzen direnak. Kasu gehienetan ez da asko kostatzen bi hizkuntzetan edo gehiagotan azalduko direla ziurtatzea.

Inprimatutako materiala: foiletoak, panfletoak, prospektuak, kartelak

Publizitateko foileto eta panfletoak agiri txikiak dira, ekoizteko errentagarriak; gainera, zabalkunde handia izan dezakete.



Ondo diseinatutako bertsio elebidunak eginez gero, eragin nabarmena lor daiteke prezio onean, eta areago kontuan izanda agiri hauek izaten direla bezeroak enpresaz izan ohi duen aurreneko berria.

Idazpuruak eta paperezko gaiak

Idazpuru batek, konplimendu-orri batek edo enpresako aurkezpen-txartel batek bezeroak zure enpresaz hartzen duen lehen inpresioa ekarri ohi du, eta bi hizkuntzetako euskarriak berehalako eragina sortzen du.

Kostu txiki batez, beste inprimaki batzuk ere elebidun egon daitezke, esate baterako, salneurri-zerrendak, enkarguetarakoak, erantzun-agiriak, fakturak eta ordainagiriak. Faktura eta ordainagiri elebidunen bitartez bezeroaren atxikimendua lortzea; horra



hor garaiz ordaintzea lortzeko modu on bat!

Korrespondentzia eta posta bidezko publizitatea

Eremu urriko hizkuntzaren hiztun askok nahiago du gutunetan hizkuntza hori erabili. Enpresetan ohiko prozedura izaten da gutunak jaso diren hizkuntza berean erantzutea; horrela eginez gero, berriro ere bezeroaren hizkuntza-aukeraketa errespetatzeaz gain, bere atxikimendua ere lortzen du. Bezeroaren hizkuntza-aukeraketa aintzat hartuz gero, zerbitzu pertsonalizatuagoa eskaini ahal izango da. Posta bidezko publizitatea oso tresna eraginkorra da marketinean, eta eduki ohi duen

erantzuna ikusita, errentagarrienetakoa.

Eremu urriko hizkuntza hori hiztun asko dagoen eskualdera iristeko erabiliz gero, pentsatzekoa da erantzuna oraindik ere aldekoagoa izango dela.

Enpresak gutunak estandarizatuta baldin badauzka, errazagoa izango da hizkuntzen arabeko bertsioak egitea itzultzaile profesionalen bitartez (hori egin ahal izateko behar bezainbateko hizkuntza-gaitasuna duen langilerik eduki ezean).

Paketatzea eta etiketatzea



Zure enpresak bertako produktuak ekoizten baditu, hala nola, janariak, edariak edo eskulanak, hementxe du bere balio erantsia areagotzeko aukera, paketatzeko nahiz etiketatzeko orduan eskualde edo herrialdeko

eremu urriko hizkuntza erabiliz gero. Atentziona emango du eta bezeroek gogo onez hartuko dute.



IRAGARKIAK ETA PUBLIZITATEA

Publizitate-kanpainetan eremu urriko hizkuntza erabiltzeko asmoa baldin badago, kanpainaren hasiera-hasieratik ziurtatu egin behar da horretan parte hartuko duten guztiek jakin badakitela bi hizkuntzetan egingo dela. Askoz errentagarriagoa da hasieratik bertatik ekintzak ele bietan planifikatzea, beranduago bigarren hizkuntza bat eranstean ibiltzea baino.

Prentsako iragarkiak



Iragarkietan gutxiengoaren hizkuntza erabiliz oso mezu positiboa helaraziko da. Litekeena da gehiengoaren hizkuntzan idatzitako argitalpenetan iragarki

elebidunak argitaratu ahal izatea. Hori horrela bada, egiazta ezazue iragarkiprobak zuzentzeko aukera badaukazuela, behin argitaratuz gero inprimatzeakatsak topatzea deserosoa eta kalterako izaten baita.



Posible da, bestalde, eremu urriko hizkuntzan idatzitako tokian tokiko egunkariak eta aldizkariak ere izatea, eta horiek bide bikaina izatea hizkuntza horretako hiztun askorengana iristeko.



Prentsako komunikatuak

Merezi du, ezbairik ere, komunikatu elebidunak egitea; deigarriagoak izango dira, eta beharbada enpresaren jarrerarekiko atxikimendu handiagoa sortuko dute eskualdeko edo eremu urriko hizkuntzan lan egiten duten kazetarien artean. Halaber, baliteke gehiengoaren hizkuntzetako komunikabideetan eremu urriko hizkuntzekiko arreta sustatzea eta haien erabilera areagotzea.

Kaleko, irratiko eta telebistako iragarkiak

Agian posible izango da gehiengoaren hizkuntzako telebistetan nahiz irratietan, eremu urriko hizkuntzan egindako iragarkien bertsioak plazaratzea. Telebistari dagokionez, azpitoluak edo soinu-banda bereziak egin litezke. Nolanahi ere, iragarkietan bi hizkuntzen arteko berdintasuna lortzea izan beharko litzateke xedea (ikus elebitasunari buruzko paragrafoa ere, 5. or. an).



Eremu urriko hizkuntzen telebista-kateetan iragarkiak hizkuntza horietan soilik izan litezke.



Informatika

Gero eta handiagoa da informatikak enpresa-munduan hartu duen garrantzia eta, halaber, gero eta gehiago dira informatikaren alorrean eremu urriko hizkuntza erabiltzeko aukerak. Hizkuntza aukeratzeko modua ematen duen web gunea sortzea nahiko erraza da, eta halaber zure enpresak eskualde edo herri horretako bi hizkuntzetan lan egiteko printzipioa errespetatu egiten duela erakusten du; hizkuntza-aukeraketari sarbidea emateko modua errentagarria da, hortaz. Beraz, aztertu egin beharko litzateke web gunearen helbidea bi hizkuntzetan jartzeko aukera.



Microsoft Office-ko programek zuzentzaile ortografikoa eskaintzen dute Europako eremu urriko zenbait hizkuntzatan.



tresneria (edo ATM) egokitzea, hizkuntza-eskaintza, eremu urrikoa barne, bermatzeko.

12. orrialdean zerrendatzen diren erakundeek horri buruzko argibideak eskainiko dizkizute.

Kutxa erregistratzaileetako programa informatikoak moldatu egin daitezke eskertza txertatzeko adibidez, informazio guztia ordainagirian bi hizkuntzetan ematea posible ez izanda ere.

Ildo beretik, aski erraza da kutxazain automatikoen



Sustapena eta harreman publikoak

Sustapen- nahiz jendaurreko kanpainen eremu urriko hizkuntza erabiltzea bide egokia da enpresa hizkuntza hori bultzatzearen alde eta komunitate horretan sustraitzearen alde dagoela adierazteko. Zenbait herraldetan, bestalde, egon daitezke boluntario-elkarteen menpeko haurtzaindegiak zein haur-eskolak adibidez, aurrera egin ahal izateko edota eskaintza zabaltzeko babes beharko dutenak, alegia. Ekimen horiek laguntzeak oso publizitate positiboa ekar lezake eta borondate ona adierazi. Eragin berdintsua izango du kultur ekimenen nahiz jaialdien babesle izateak; esate baterako Galesko Eisteddfod edo Eskoziako Mod ekitaldiak horrelaxe egiten dira.



AURREZ AURREKO HARREMANA

Alde komertzialetik begiratuta, onuragarria izan daiteke ama-hizkuntza gutxiengoaren hizkuntza hori duten bezeroei zure enpresako langileekin hitz egiteko eta beraiei entzuteko parada eskaintzea. Hizkuntza horretako hiztun ez diren bezeroei —bertakoak izanda edo ez— horrek atentzia emango die eta hizpide izango dute.



Eremu urriko hizkuntza horretako bezeroekin ahalik harremanik onena lortu nahi izanez gero, badira eman beharreko zenbait pauso.

Lehen urratsa da jakitea zenbat langilek dakiten hizkuntza hori, edota zenbat leudekeen ikasteko prest. Ezusteko ona hartuko duzu beharbada!



Jarraian giltzarri diren lanpostuak identifikatu beharko dituzu, langile elebidunak edukitzea errentagarri diren lanpostuak alegia. Oro har, jendaurreko lanpostuak izango dira, hau da:

- Harreragileak
- Telefonistak
- Saltzaileak, salmahaiko langileak
- Kutxazainak



Prestakuntza

Horren ondoren jakin beharko da zenbat langile dauden hizkuntza ikasteko edo dakitena hobetzeko prest. Egun ari diren langileak baliozkoak izaki, hauei beren hizkuntza-mailan aurrera egiten laguntzea errentagarritasun handiko inbertsioa izan liteke zerbitzu elebiduna hobetzeari begira.

Prestakuntza neurrikoa izan liteke, eta oinarritzko mailarik informalen eta errazenetik hasita —aurrez aurreko harremanetan edota telefonoz agurtzen jakitea adibidez— lanpostuaren berariazko eskakizunak direla medio, mailarik jasoenak arte, enpresaren beharren arabera betiere. Lehenengo helburuak jendaurreko lanpostuetan diharduten langileen hizkuntza-prestakuntzari ahalik etekinik handiena ateratzea izan beharko luke.



Beharrezkoa da halaber, erantzuteko modu egokiak eta positiboak erabiltzea “*ikasten ari naiz*” esate baterako, kontrakoak erabili ordez, “*ez dakit, sentitzen dut*” kasu. Honek ekarpenak izan ditzake prestakuntzan bi alderdiri dagokionez: hizkuntza bera ikasteaz gain hizkuntzarekiko sentiberatasuna ere gara daiteke.

Eremu urriko hizkuntzaren hiztun diren langileen identifikazioa



Gauza bat da hizkuntza horretan dakiten langileak izatea, eta beste bat, bezeroek horiek non dauden jakitea. Aholku bat izan daiteke hizkuntza horretan dakiten langileek horixe adierazten duen bereizgarriren bat izatea, mahaigaineko seinaleen bat

edo eranskailuren bat, adibidez.



Agurrak eta eskerrak

Eremu gutxiko hizkuntzan hitz egiten ondo jakinda edo ez, edonork ikas dezake agurtzen eta eskerrak ematen, hala aurrez aurreko harremanetan, nola telefono bidezkoetan. Hizkuntza horretako hiztunek agurra bi hizkuntzetan entzundakoan ez dute automatikoki hizkuntza horretan bakarrik atendituak izatea espero izaten, baina, eskertuko dute hizkuntza horretan egiteko ahalegina eta hizkuntza-aukeraketaren printzipioa errespetatu izana.

Kontratazioa

Langile elebidunak kontratatzeak aukera azter daiteke. Lanpostuak eskaintzeko iragarkietan adieraz daiteke eremu urriko hizkuntzan dakiten hautagaien eskaerak hobetsiko direla, etab.



Asko dira prentsan lan-eskaintzak ele bietan argitaratzen dituzten enpresak; hautagai elebidunak hurbilarazteko era bat da. Lanpostu-eskaintzetarako inprimakiak ere elebidunak izatea azter daiteke.

Eremu urriko hizkuntza lanpostuan

Nahiz eta norberak eskualdeko edo eremu urriko hizkuntzan hitz egiten ez jakin, badaude moduak langileari bere hizkuntza-trebezia aintzat hartzen zaiola adierazteko. Enpresa kudeatzeko praktika onak baino ez dira, langileak enpresarekin gehiago identifikatzeko eta leialago jokatzeko balioko dutenak.



Lagundu eta animatu zure langileak lanean beren artean hizkuntza horretan egin dezaten eta bezeroei zerbitzu elebiduna eskaini diezaieten. Hau bereziki lagungarria izango zaie hizkuntza ikasten ari direnei, bezeroekin hitz egiterakoan konfiantza handiagoa izango baitute bere buruarekin.



Lantokian girotzeko musika izanez gero, bertako irratiren bat sintoniza daiteke eta/edo eremu urriko hizkuntzan grabatutako musika (rock-a, tradizionala, klasikoa) jarri.

Helbide erabilgarriak

Jarraian marketineko jardueretan eremu urriko hizkuntzak erabiltzeko argibideak emango dizkizuten erakundeen zerrenda duzu. Gainera; horien artean batzuek badituzte argitalpenak, bekak eta baliabideak hizkuntzari lehendabizikoz sarbidea egin ahal izateko. Argibide gehiago izateko eta dauden baliabideak erabiltzeko, begiratu beren web guneeetan.

Euskal Autonomia Erkidegoa

Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak berariazko dirulaguntzak eskaintzen ditu enpresa pribatuek beren esparruan euskararen erabilera normaliza dezaten laguntzeko. Diruz laguntzen diren gaiak honako hauexek dira: itzulpenak, langileen prestakuntza eta baliabide informatikoak.

Katalunia

Kataluniako Gobernuko saila den Consorci per a la Normalització-k argibideak eta laguntzak eskaintzen dizkie enpresa pribatuei katalanaren erabilera areago dezaten. Consorci per a la Normalització-ren bitartez itzulpen- eta zuzenketa-zerbitzua eskaintzen da, bai eta duda-muden telefonoa eta enpresentzako hizkuntz plangintza-zerbitzua ere. Azkenik, badira zerga-desgrabazioak katalanaren aldeko hizkuntza-politika gauzatzeko duten enpresentzat.

Finlandia

Folktinget-ek itzulpen-bulegoa du, administrazio-testuak itzultzeko batik bat.

Frisia

Fryske Akademi-k zuzentzaile informatikoa eskaintzen du CD-ROM-en.

Galizia

DXPL-k badu hizkuntza-aholkularitzako atala, testuak itzuli eta/edo zuzendu egiten dituena. Eginak ditu terminologia komertzialari eta negozioetakoari buruzko glosarioak, eta hauek kontsultatu ahal izateko web gunea sortzekotan lanean da.

Irlanda

Foras na Gaeilge-k negozioei soilik zuzendutako itzulpen-zerbitzua eskaintzen du, eta hainbat itzultzaile tituludunekin osatutako itzulpen-zerbitzu bat koordinatzen du. Diseinua bi hizkuntzetan egiteko aholkuak ere ematen ditu.

Foras-ek txikizkako merkataritzaren eta elikagai-industriagintzaren inguruko glosarioak banatu izan ditu. Halaber, iragarki komertzialei buruzko oinarritzko gida kaleratua du, enpresa ertain eta txikiei zuzendua.

Eskozia

Commun na Gaidhlig-ek orotariko argibideak eskaintzeaz gain, hainbat proiektu kudeatzen ditu, hala nola Failte izenekoak. Bere helburua ekonomia gaelikoaren azpiegitura sendotzera bideratutako Community Schemeren baitan kultur turismoa eta hizkuntza gaelikoa indartzea da. Horrez gain, bere bitartez hiztegi terminologikoak eta terminologi aholkuak eskura daitezke.

Gales

Bwrdd yr Iaith Gymraeg-ek kalean ditu hainbat gida, sektore pribatuari zuzendutako, eta horiekin batera ele bietako diseinuari buruzko bat.

Bestalde bada aholkularitza eta testu laburretarako doaneko itzulpen-zerbitzua eskaintzen dituen laguntzako telefono bat.

Interneteko web gunean hainbat glosario daude eskuragarri, saltokietarako errotuluak eta lanpostu-izendapenak ere biltzen dituztenak. Urtero ele bietako diseinuak saritu egiten dira bost kategoriatan; halaber, enpresek eskatuz gero eskura ditzakete marketineko material elebidunak sortzeko laguntzak.

Bestetik ere, Bwrdd-ek salgai ditu bai galeserako zuzentzaile ortografikoa, baita horrekin loturiko bestelako produktu informatikoak ere.

Hizkuntza-erakunde ofizialak

Bwrdd yr Iaith Gymraeg	http://www.bwrdd-yr-iaith.org.uk
Foras na Gaeilge	http://www.forasnagaeilge.ie
Folktinget	http://www.folktinget.fi
Generalitat de Catalunya	http://www.cultura.gencat.es/llengcat
Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza	http://www.euskadi.net
Xunta de Galicia	http://xunta.es
Fryske Akademi	http://www.fa.knaw.nl

Beste erakunde batzuk

Comunn na Gaidhlig	http://www.cnag.org.uk
EBLUL (Eremu Urriko Hizkuntzen Europako Bulegoa)	http://www.eblul.org
Eurolang	http://www.eurolang.net
Kultura eta Hezkuntzaren Europako Batzordea	http://www.europa.eu.int/comm/dgs/education_culture

Marketina eremu urriko hizkuntzetan mintegian parte hartu zuten kideen zerrenda. Portmeirion, Gwynedd, Iparraldeko Gales, 2001eko ekainaren 25etik 27ra.

Izen-abizenak

D. Beaton
S. Brezigar
F. Domínguez
X. G. Ferreiro Fente
S. Garlatti Costa
J. Gartzia Garmendia
B. Griffiths
V. Hertzberg
G. Llwyd Evans
B. MacCraith
E. Ohargain
M. Prys Jones
M. Rannut
G. van Eunen
J. Walter Jones

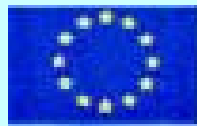
Erakundea

Canan Ltd.
Ljubljana Unibertsitatea
Generalitat de Catalunya
Xunta de Galicia
Udine, Italia
Eusko Jaurlaritza
Bwrdd yr Iaith Gymraeg
Svenska Finlands Folkting
Bwrdd yr Iaith Gymraeg
Foras na Gaeilge
Foras na Gaeilge
Bwrdd yr Iaith Gymraeg
Tallinngo Unibertsitatea
Sonnema
Bwrdd yr Iaith Gymraeg

Gure esker ona adierazi nahi diegu Marina Solís Obiols-i (Consorti per a la Normalització) eta Nick Gardner-i (Vitoria-Gasteiz).

Halaber, eskertu egiten diogu Europako Batzordeari mintegia antolatzeke eta gida hau prestatzeko emandako dirulaguntza.

Gwenan Llwyd Evans
2001eko azaroa



Kontrol-zerrenda

Zerrenda honen bitartez enpresari lagundu egin nahi zaio, batetik, eskualdeko edo eremu urriko hizkuntza egun noraino erabiltzen duen zehazten, bestetik, bere ekintzetako elementu egokiak erabakitzen, eta azkenik, epe labur, ertain zein luzerako lehentasunak definitzen eta jarduera-plana lantzen. Jarraian zerrendatzen diren elementuak testu nagusian aipatutako hurrenkera berean agertzen dira.

Elementua	Garrantzirik enpresarentzat?	Epeak			
		Abian dagoeneko	Epe laburrera	Epe ertainera	Epe luzera
Erakundearen irudia					
Hizkuntza-paisaia					
Inprimakiak, foiletoak, etab.					
Idazpuruak eta paperezko gaiak					
Korrespondentzia eta posta bidezko publizitatea					
Prentsako iragarkiak					
Prentsako komunikatuak					
Kaleko, irratiko eta telebistako iragarkiak					
Informatika					
Sustapena eta harreman publikoak					
Hizkuntza trebetasunen azterketa					
Prestakuntza					
Agurrak eta eskerrak					
Kontratazioa					
Ereму urriko hizkuntza lanpostuan					