

12 + 1

CLAVES PARA
TENER UNA
WEB DE ÉXITO

www.creatiburon.com



Seguro que ya has escuchado un millón de veces que tener una página web es esencial para tu negocio. Por eso te has descargado este ebook ¿verdad?

El [diseño web](#) de nuestra empresa es fundamental. Hoy en día, cuando necesitamos buscar algo, lo hacemos en Internet. Puede tratarse de una receta, de un profesor particular para nuestro hijo, de la tienda de manualidades más cercana o de un nuevo contable, lo primero que haremos será buscar en Google.

La página web de una empresa es muchas veces nuestra primera impresión y a donde acudimos para hacer un primer contacto. Que un cliente que busca nuestro servicio, encuentre nuestro negocio y tome la decisión de llamarnos, depende en gran medida del diseño de nuestra página web.

Pero seguro que nadie te ha dicho que tener una web no sirve para nada...

No sirve para nada si no sabes usarla, no logras que aparezca en los resultados de búsqueda ni consigues que tus clientes compren tus productos o contraten tus servicios.

Esta es una gran verdad de la que no se suele hablar. Diseñadores y agencias te hablarán constantemente de la importancia de tener una web o de lo genial que es una tienda online. Pero nadie te dirá que por el simple hecho de tenerla, no consigues nada.

En este preciso momento en el que escribo, existen 1.081.199.450 páginas web en el mundo y van aumentando a una velocidad de vértigo, puedes comprobarlo pinchando en este enlace: [Número total de webs en el mundo](#), con estadísticas en tiempo real.

Cuando buscas algo tan sencillo como "Comprar pan" en Google, te encuentras con que el buscador te muestra en su primera página 10 de los 12.700.000 resultados que hay para esa búsqueda. La competencia por aparecer en la primera página de Google es brutal, sobre todo en algunos sectores (precisamente en los más lucrativos).

Si creas una página web desde cero, empiezas al final de la cola. Tu web no aparecerá en los resultados a no ser que hagas un trabajo de hormiguita con estrategias de



SEO para ir posicionándola. Si no apareces en los resultados de búsqueda de los principales buscadores, no existes. Y lo que te interesa no es salir en los resultados de búsqueda cuando la gente busca el nombre de tu empresa, te interesa salir cuando la gente busca los servicios o productos que ofreces, o sólo llegarán a ti las personas que ya te conocen.

Con lo cual una web o tienda online, construida y dejada a su suerte en el ciberespacio, tiene muy pocas posibilidades de recibir visitas (clientes potenciales). Me llegan muchos casos de personas que han invertido en una web o una tienda online y después de meses o incluso años, no han visto ningún resultado.

Mentalízate de que no se trata de crear una web y dejarla ahí, tendrás que trabajar en ella día a día.

El trabajo no termina cuando te entregan tu nueva web, es en ese momento cuando realmente empieza.

Pero ¿Qué tienes que hacer para que tu web tenga éxito? ¿Cuáles son las claves?

En este ebook vamos a dar un repaso a las claves para que tu web por fin dé los resultados que esperas.



Soy Mariana Duffill, experta en Marketing Online y Diseño Web y blogger en Creatiburón. Quiero ayudarte a que le saques el máximo partido a tu página web.



1

CONOCE BIEN
A TU PÚBLICO
OBJETIVO



Antes de empezar a diseñar tu web, necesitas conocer muy bien a tu público objetivo.

No caigas en la tentación de diseñar una web para ti, teniendo en cuenta solo tus gustos y preferencias. **El protagonista de tu web es tu cliente ideal, ése que va a gastarse su dinero en comprar tu producto o contratar tus servicios.** Él es en quien tienes que estar pensando cuando tomas las decisiones que tienen que ver con el diseño de tu web.

La mayoría de los emprendimientos o nuevos negocios con los que me encuentro cada día en mi trabajo, muchas veces carecen de lo que debería ser la piedra angular de su proyecto, no conocen a su target o público objetivo. ¿Es tu caso?

¿QUÉ ES TU TARGET?

Tu target o público objetivo son los consumidores finales que quieres para tu producto. Son la base de la existencia de tu negocio, pero... ay. ¡Cuántas veces veo proyectos que sólo piensan en el producto y no le dedican tiempo a pensar en el consumidor!

El caso es que sin consumidor, no hay negocio. Así que, sea lo que sea lo que quieras hacer, tienes que empezar a pensar en quién va a consumir tu producto. Y me refiero a producto en el sentido más amplio de la palabra, tu producto pueden ser manzanas, pueden ser servicios de diseño web o pueden ser los artículos que escribes en tu post. **¿Quién quieres que esté al otro lado?**

Muchos proyectos caen en el error de olvidar que sus productos los tiene que consumir alguien y después de mucho trabajo y de invertir tiempo y dinero, al final nadie los consume. ¡Qué no sea tu caso!



¿CÓMO EMPEZAR A DEFINIR TU TARGET?

Yo siempre les digo a mis clientes que piensen en su cliente ideal **¿Con quién quieres trabajar?**

Es posible que tengas diferentes targets y que entonces tengas que hacer el trabajo de definirlos varias veces. Este sería el caso por ejemplo de una ONG, que por un lado tiene como target a personas individuales que pueden hacerse socias y por otro lado tiene como target a grandes empresas que puedan hacer una donación puntual.

Tómate un tiempo para definir cuáles son tus públicos objetivos. Hace falta ser específicos, no me sirve que tu público objetivo sean hombres y mujeres españoles. Queremos grupos muy específicos de personas. Cuánto más específicos seamos, mayor será después el impacto de nuestra estrategia de marketing online.

Ahora se trata de definirlos. Piensa en tu cliente ideal, puedes inspirarte en una persona real para que sea lo más de carne y hueso posible. Describe a esa persona con todos los detalles que puedas aportar. Incluye datos demográficos como la edad, sexo, ocupación, residencia, familia... Luego haz una descripción de su situación en el mundo, las cosas que le influyen, sus preocupaciones, sus aspiraciones, sus necesidades... Aquí es muy útil utilizar una herramienta como el [empathy map](#), que te puede ayudar a retratar lo más fielmente posible a esa persona.

¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE?

Todo el trabajo que hagas para promocionar tu marca, tienes que hacerlo pensando en tu target. Diseña tu imagen corporativa pensando en ellos, en un estilo con el que se puedan sentir identificados. Planifica toda tu estrategia de marketing pensando en sus necesidades, incluso rediseña tus productos y servicios para que se



adaptan mejor a lo que quieren. Que toda tu estrategia de contenidos, sea en el medio que sea, esté pensada para ellos.

Diseña para ellos, crea para ellos, habla para ellos... Poco a poco verás como el efecto que consigues es justamente el de atraer a tu cliente ideal. Si no te tomas el tiempo de definir bien a tu target y no lo usas como eje de toda tu estrategia, estarás dando palos de ciego, trabajando mucho y viendo pocos resultados.

Al diseñar tu página web, ten siempre en mente a este público objetivo, será la luz que guíe todas tus decisiones si quieres llegar a buen puerto.



2

ESCOGE EL
DOMINIO
PERFECTO



Un dominio es la dirección en la que va a vivir tu web, como por ejemplo midominio.com. Es un nombre único que no se puede cambiar con el tiempo, así que es importante que no lo elijas a lo loco.

Tiene que ser memorable para que tus clientes encuentren tu web fácilmente.

¿QUÉ TIENES QUE TENER EN CUENTA A LA HORA DE ELEGIR UN DOMINIO?

- **Las palabras que lo componen.** Es recomendable que incluya el nombre de tu marca y/o las palabras claves por las que te quieres posicionar. Por ejemplo cursos.creatiburon.com.
- **La terminación.** Habrás visto que hay dominios que terminan en .com, en .es, org, etc. Una terminación .com favorece que te posiciones a nivel mundial, mientras que una terminación de dominio .es favorece el posicionamiento dentro de España. Existen muchas terminaciones diferentes según el tipo de negocio y el ámbito y es importante que escojas la adecuada para tu proyecto.
- **La disponibilidad:** Como un dominio es una dirección única, es posible que ya haya sido registrado por otra persona. Si has tenido mala suerte, te tocará usar la creatividad para pensar en alternativas.

ALGUNOS CONSEJOS:

- **Nunca elijas un dominio que ya esté registrado pero con otra terminación.** Te resultará muy difícil competir a la hora de posicionarte si ya existe otra web con una dirección muy similar y creará confusión entre las personas que busquen tu web pero encuentren la otra.
- **No incluyas números ni caracteres especiales en tu dominio.** Es mejor poner las palabras seguidas sin ni siquiera incluir guiones ni puntos.

IDEAS PARA ELEGIR TU DOMINIO:

- **Tu nombre.** Si tu negocio gira en torno a tu marca personal, elegir un dominio con tu nombre puede ser una gran opción.
- **Tu branding.** Si tu marca tiene un branding memorable entonces lo aconsejable es que lo incluyas en el dominio.
- **Palabras clave.** Siempre es conveniente incluir palabras clave en el dominio porque te ayudarán a posicionarte.
- **Una combinación.** Puedes combinar tu branding con alguna palabra clave.

Si escoges bien tu dominio, tus clientes lo recordarán y encontrarán fácilmente tu web. Además si logras encajar una palabra clave en tu dominio, esto potenciará tu posicionamiento en este término.



3

EL HOSTING
ES MUY
IMPORTANTE



Si tu web fuera un edificio, el hosting sería la parcela en la que lo vas a construir. Es el espacio web que contratamos en el que vamos a subir todos los archivos que componen tu página web.

Elegir un buen hosting puede ser delicado, ya que hay numerosas diferencias en la calidad y entre los distintos servicios que ofrece cada empresa. Yo te aconsejo que te cerciores de la reputación de la empresa que vas a contratar buscando opiniones de otros usuarios en Google y en sus redes sociales.

¿POR QUÉ LA ELECCIÓN DE UN HOSTING BUENO ES TAN IMPORTANTE?

- **Influye en la velocidad de carga de tu web**, algo fundamental para que los usuarios de tu web tengan una experiencia positiva.
- **Influye en el posicionamiento de tu web** mediante la velocidad de carga, que es un factor determinante para que Google posicione tu web, y mediante la localización de los servidores, que influirá en el posicionamiento local.
- **Influye en que tu web esté siempre disponible o no.** Hay empresas que garantizan un 99% de servicio ininterrumpido y otras que sufren innumerables caídas de servidor al año. Cuando tu web no está activa, estás perdiendo clientes.
- **Influye en la cantidad de tráfico que puede recibir tu web sin colapsarse.**

¿QUÉ TIENES QUE TENER EN CUENTA A LA HORA DE ELEGIR EL HOSTING?

Aquí tienes algunos factores que es importante tener en cuenta y que te ayudarán a la hora de comparar entre diferentes ofertas:

- **Espacio de disco duro.** Es la cantidad de espacio que puedes ocupar. Necesitarás más espacio si subes muchas imágenes a tu web o si se trata de una tienda online o tiene alguna complejidad extra. A medida que tu web vaya creciendo con contenidos, irás necesitando un plan de alojamiento más grande.



- **Transferencia de datos.** Es la cantidad de tráfico (visitas a tu web) que puede soportar tu servidor sin llegar a colapsarse. Es importante que tu web admita mucho tráfico si quieres que tenga éxito.
- **Número de dominios y diferentes páginas web que se pueden alojar en una misma cuenta.** Hay alojamientos muy baratos porque sólo permiten alojar una página web. Si piensas en expandir tu negocio, es un factor a tener en cuenta.
- **Frecuencia de las copias de seguridad.** Es vital que tu proveedor de alojamiento haga copias de seguridad o backups muy frecuentes de tu cuenta. Nunca contrates un hosting que no haga copias de seguridad, te arriesgas a perder todo tu trabajo.
- **Protección especial antihackeos.** También es recomendable que tu proveedor de alojamiento ofrezca una protección extra contra posibles ataques.
- **Instalador de aplicaciones automático.** Instalar WordPress puede ser fácil (2 minutos si usas un instalador de aplicaciones automático) o un verdadero dolor de cabeza (si te toca hacerlo de forma manual). ¿Qué prefieres?
- **Gestor con Cpanel.** El sistema de Cpanel es el más extendido para la gestión interna de tu cuenta de alojamiento, te permite acceder a todos los archivos de tu web y hacer operaciones sencillas como crear cuentas de correo de manera fácil e intuitiva.
- **La localización de los servidores.** Para favorecer el posicionamiento de tu web a nivel local, te interesa que tu proveedor de alojamiento tenga sus servidores en tu zona. Por ejemplo, si estás en España, los servidores deberían de estar en Europa o España, no en Estados Unidos.



¿QUÉ PROVEEDORES DE ALOJAMIENTO TE RECOMIENDO?

- [Webempresa](#): Se trata de una empresa española que ofrece un servicio impecable. Hace poco han actualizado sus planes para mejorarlos, ofreciendo un mayor espacio de alojamiento por el mismo precio. Hace un año por 79€ + IVA ofrecían 500MB y ahora por el mismo precio tienes 1GB. La relación calidad precio es excelente y su servicio técnico es rápido y eficaz.
- [Siteground](#): Es un proveedor estadounidense con servidores en Europa (en un futuro también en España). Ofrecen planes muy potentes con muchísimo espacio y una velocidad de carga asombrosa. La web de Creatiburón está alojada en Siteground y estoy contentísima con el servicio. Lo que más me gusta es que tienen su propio sistema de caché que ha mejorado mucho la velocidad de carga de mi web.



4

UTILIZA EL
SOFTWARE
ADECUADO



TRAS DISEÑAR TU WEB CON EL SOFTWARE EQUIVOCADO, IGUAL LA ÚNICA SOLUCIÓN ES VOLVER A EMPEZAR DE CERO

Esto es algo que me encuentro diciendo a menudo a personas que acuden a mí a pedir ayuda. Tienen una web creada con un software muy limitado, porque no se informaron bien antes de hacerla. Su web tiene problemas para posicionarse, la web es demasiado lenta o no se ve bien en dispositivos móviles y eso hace que no aparezcan en las búsquedas, quien se la hizo está ilocalizable...

Un sin fin de problemas que desgraciadamente, si el software no es el adecuado, no se pueden solucionar. Hay gestores de contenidos que están a la última y están preparados para mejorar el posicionamiento de la web y poder actualizarse con facilidad, pero hay otros que no y no se puede hacer nada al respecto. Muchas personas se ven obligadas a volver a pagar a otro diseñador para que vuelva a construir toda la web desde cero por segunda vez.

¿CUÁLES SON LOS SOFTWARES RECOMENDABLES?

Los softwares que te recomiendo son los más utilizados del mundo, son gratuitos y libres. Miles de desarrolladores web trabajan día a día para mejorarlos, corregir fallos y añadir nuevas prestaciones. Al ser los favoritos, la actualización es constante, lo que te garantiza una calidad incomparable.

- Si lo que quieres hacer es una web, los softwares recomendables son WordPress y Joomla. Ten en cuenta que Joomla es mucho más difícil de usar y menos plástico en cuanto al diseño, con lo que dependerás del diseñador para los cambios que quieras hacer en tu web.
- Si lo que quieres hacer es una tienda online, lo recomendable es usar WordPress, Prestashop o Magento. Los dos últimos son también mucho más difíciles de usar que WordPress y necesitarás ayuda para su gestión.



Elegir el software adecuado es vital si quieres que tu página o tienda tenga éxito. WordPress es la solución más sencilla y fácil de usar, su principal ventaja es que podrás actualizar tú fácilmente todo el contenido y es muy potente a la hora de facilitar el posicionamiento.

TE ACONSEJO

Evita a toda costa diseñar tu web o tienda "gratis" usando plataformas como Wix, 1 and 1, Webnode, Jimdo, etc. Son muy limitadas y de gratis tienen poco, te acabará saliendo más caro que contratar a alguien para que te haga una web decente.

Sospecha de empresas que tienen plataformas para hacer webs o tiendas online propias, que te prometen tener tu web operativa en 24 hrs o una tienda online por 200€, una cuota mensual para mantener tu tienda... Este tipo de plataformas son muy limitadas y pronto te encontrarás con problemas. Dependerás de la empresa para hacer cualquier cambio o mejora y tu web/tienda no será nunca realmente tuya. Si a la empresa no le sale a cuento o no sabe arreglar un fallo en la plataforma, así se quedará. Además, pagar una cuota mensual de 50€ por tener una tienda online parece poco, pero a la larga te saldrá muchísimo más caro que pagar a alguien para que te haga una tienda online profesional. Con una cuota así, al año tendrás de gasto 600€, mientras que con una tienda online propia, pagarás el diseño, pero luego tendrás de gastos anuales en torno a los 200€. ¡Echa las cuentas!

Yo te recomiendo que hagas tu web en WordPress por varias razones:

1. Es un software de código abierto: el open source o código abierto es un tipo de software desarrollado de manera altruista por miles de desarrolladores que colaboran para mejorarlo a diario. Se llama libre porque tienes la libertad de hacer con él lo que quieras de forma totalmente gratuita.



2. Está en constante actualización y crecimiento: al ser el gestor de contenidos más usado del mundo, se actualiza constantemente para introducir mejoras, corregir vulnerabilidades y añadir prestaciones. Hay actualizaciones casi todos los meses que aumentan las funcionalidades que puedes incluir dentro de tu web.

3. Permite una gran personalización y un diseño muy atractivo: WordPress utiliza un sistema de [plantillas para sus diseños que se llaman Themes](#). Hay miles de themes, de pago y gratuitos que ofrecen oportunidades de customización infinitas.

4. No es necesario saber programación: puedes construir o actualizar tu página web de inicio a fin sin tener ni idea de programación. Salvo las opciones más avanzadas, que no hace falta tocar para construir una web básica y funcional, no es necesario tocar ni entender nada del código para trabajar día a día con tu web.

5. Tu web te pertenece: al contrario que otras plataformas como Wix, que ofrecen hosting "gratis" pero son dueños de tu web, tu web de WordPress es tuya. Esto quiere decir que eres libre de introducir todas las modificaciones y funcionalidades que quieras, cambiarla de servidor cuando te apetezca, venderla y sacar un beneficio, etc. En casos como el de Wix, si la empresa cierra, tu web desaparece con ellos, y eso puede pasar en cualquier momento si deciden que no les resulta rentable continuar ofreciendo ese servicio gratis.

6. Es fácil de usar: la instalación inicial de WordPress puede parecer un poco compleja al principio. Pero una vez instalado, poder actualizar el contenido, crear nuevas páginas y artículos, subir documentos... es sumamente fácil. Se acabaron los tiempos de tener que esperar semanas a que tu webmaster se dignara a cambiar una frase de tu web... Ahora podrás hacerlo tú de manera fácil y sin depender de terceros.

7. Es el mejor software de diseño web para el posicionamiento en buscadores: es un secreto a voces que a Google le gusta WordPress. Está estructurado de tal



manera que facilita el trabajo a los robots araña de Google que se encargan de la indexación de todos los contenidos que hay en Internet. Al tener la posibilidad de incluir un blog y ser tan fácil de actualizar, te permite tener contenidos frescos y renovados, uno de los factores más tenidos en cuenta para el posicionamiento en Internet. Y además, hay plugins que te permiten afinar aún más la puntería y optimizar toda tu web para aprovechar las ventajas del SEO.

8. Tiene el mejor sistema de blogging incorporado: WordPress es el mejor sistema de blogging que puedes encontrar en el mercado. Permite estructurar los contenidos, tener diseños atractivos, programar tus publicaciones, integrar botones sociales para que compartan tus contenidos, integrar formularios de suscripción a tu lista de correo... ¿Qué más puede pedir un blogger? Si a esto le sumamos que tu blog va a ser mucho más fácil de posicionar que uno hecho en otra plataforma, creo que no queda duda de por qué digo esto.

9. Es muy plástico en cuanto a funcionalidades: WordPress posee un sistema de extensiones llamadas plugins que te permiten añadir todo tipo de funcionalidades a tu página web o blog. Puedes hacer desde un simple blog, hasta una web, una plataforma para cursos, una tienda online, una revista... Las posibilidades son enormes y están en continuo crecimiento.

10. Permite un diseño web 100% responsive: y por último, pero no menos importante, WordPress te permite un diseño adaptado 100% a todo tipo de pantallas y dispositivos. Hoy en día navegamos cada vez más desde dispositivos móviles como smartphones o tablets, que tu web funcione correctamente en todas las plataformas es fundamental. No pierdas lectores o clientes simplemente porque tu web no funcione en un dispositivo móvil.



5

SIEMPRE
MANTÉN TU
AUTONOMÍA



Muchos negocios de diseño web basan su estrategia en crear clientes dependientes. Una verdadera faena si eres un pequeño emprendedor o un autónomo que al final del día no va a poder delegar siempre en otros la gestión de su página web.

¿CÓMO FOMENTAN TU DEPENDENCIA?

Incluyen el registro del dominio y el alojamiento en el precio del diseño. Tu web está alojada en su servidor y tu dominio está registrado a su nombre. El día de mañana, cuando quieras hacer cambios o simplemente trabajar con otros profesionales, tendrás problemas.

Hacen desarrollos en tu web que imposibilitan que tú puedas cambiar nada sin su ayuda. De esta manera facturan cada vez que necesitas cualquier pequeño cambio.

No te dan información acerca de las cosas que tienes que hacer para el mantenimiento de tu web, como las actualizaciones de software, para que tengas que contratar su servicio de mantenimiento técnico.

¿POR QUÉ TIENES QUE INTENTAR SER INDEPENDIENTE?

- Porque tu web necesita actualizarse cómo mínimo con una frecuencia semanal.
- Porque para trabajar el posicionamiento de tu web necesitas poder gestionarla de manera independiente.
- Porque tu dominio es tuyo y debería de estar registrado a tu nombre.
- Porque deberías de poder cambiarte de alojamiento si encuentras uno mejor sin que nadie pueda obstaculizar el cambio.
- Porque la dependendencia sale muy cara.
- Porque si mañana la agencia cierra o está demasiado ocupada como para atenderte, si surge algún problema se quedará sin solucionar



ELEGIR WEBMASTER O DISEÑADOR WEB Y NO EQUIVOCARSE

No es tarea fácil elegir a alguien para que diseñe tu web, sobre todo después de los peligros que te he contado inherentes al mundillo. ¿Cómo puedes saber si estás eligiendo a un buen profesional? Te voy a dejar algunos consejos que son los que yo seguiría:

Primero intentaría informarme un poco sobre el tema, para poder entender al diseñador cuando me esté hablando y estemos negociando los términos del trabajo. Conceptos que te puede interesar tener claros es qué es un dominio, un hosting o alojamiento, qué es un gestor de contenidos (P.e. WordPress), qué es el SEO, etc.

Buscaría a una persona que tuviera muestras de su trabajo en su web y recomendaciones de clientes. Mejor aún si puedo identificar a un cliente y pedirle una referencia directamente.

Cuando tengas recomendaciones de conocidos, cerciérate de que hayan trabajado con esa persona (alguien puede ser muy bueno como colega pero muy mal profesional), no te fíes de las personas que te dicen cosas como "tengo un colega que es buenísimo" o "mi primo es diseñador web y te lo hace a mitad de precio". Intenta tener un espíritu crítico, contrasta la información, busca siempre más de una referencia.

Busca opiniones sobre el profesional o la empresa en Google, así verás qué es lo que realmente piensa la gente. Es interesante chequear también las redes sociales, muchas veces los clientes insatisfechos dejan mensajes en los perfiles sociales. La red social más usada para quejarse es Twitter, así que es un buen sitio para chequear a alguien.



Ojo con el intrusismo profesional, el desarrollo y el diseño web son profesiones en sí mismas. No hay que confundir a los informáticos con diseñadores o desarrolladores web. También es muy habitual tener un colega informático que se ofrezca para hacerte una web. Ojo, un informático puede hacerte una web, pero si no tiene conocimientos avanzados en el tema, no sabrá posicionarla en Google o no sabrá hacer un diseño atractivo que consiga tus objetivos... Esto no quiere decir que un informático no pueda formarse en desarrollo o diseño web, simplemente quiere decir que en una Ingeniería informática no se estudia diseño web, son dos profesiones diferentes.

¿QUÉ PUEDES EXIGIR O ESPERAR DE UN CONTRATO DE DISEÑO WEB?

Para que te hagas una idea de lo que puedes exigir a la hora de cerrar tu contrato de diseño web, te voy a contar lo que incluyo yo cada vez que doy este servicio. Esto no quiere decir que si alguien no te ofrece esto, no sea un buen profesional, si no simplemente que son cosas que por mi experiencia he detectado que son útiles a alguien cuando hace una web por primera vez. Yo tengo la ventaja de además de saber diseño web, ser diseñadora gráfica y conocer muy bien el mundo del marketing online, lo cual me permite tal vez ofrecer algo bastante completo.

- **Independencia a la hora de contratar el hosting y el dominio.** Tras dar muchas vueltas a este tema me di cuenta de que posicionarme como intermediaria en la contratación de estos servicios creaba una dependencia innecesaria en mis clientes. Ahora mismo simplemente ofrezco asesoramiento a la hora de elegir el dominio y de elegir la empresa con la que contratar hosting y dominio. El cliente es dueño de su propio dominio y hosting y si alguna vez quiere trabajar con otro profesional o cambiar de empresa, no depende de mí para hacerlo.



- **Un proceso cerrado.** Es importante que a la hora de pedir presupuesto exijas que te aclaren bien qué es lo que incluye y qué es lo que no incluye el precio. Además, debería de estar detallado cómo va a ser el proceso, los pagos, etc. Siempre detallo el proceso para que el cliente sepa exactamente en qué punto estamos, qué incluye y qué no incluye el presupuesto, etc.
- **Total compromiso con los plazos,** a no ser que se retrase el trabajo porque el cliente no aporte documentación necesaria. Por mi parte me comprometo a terminar en unas 3 semanas, siempre que el cliente cumpla con su parte, proporcionando textos o imágenes o respondiendo con fluidez a mis peticiones de información o aclaraciones.
- **Formación para el uso de la web.** Yo incluyo un curso online para aprender el manejo básico de la web, actualizar la información, añadir páginas, escribir artículos para el blog haciendo SEO, etc. Lo incluyo en el panel de control de la web para que se tenga acceso a él para siempre.
- **Optimización de la web para su posicionamiento en buscadores** e información para que puedas potenciar ese posicionamiento con el trabajo en el blog (yo regalo un estudio inicial de palabras clave para que la estructura de la web ya esté pensada en clave de SEO).



6

TRABAJA EL POSICIONAMIENTO DE TU WEB



¿QUÉS ES EL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES?

Los buscadores son sistemas informáticos que nos ayudan a buscar información dentro de Internet. El buscador por antonomasia es Google, seguro que tú también lo usas ¡Todo el mundo lo hace! Hay tanta información en Internet sobre los mismos temas, que los buscadores jerarquizan la información poniendo en los primeros resultados o puestos aquella información que consideran que es más importante. Para ello utilizan complejos robots que analizan tooodoo el contenido que hay en Internet buscando los patrones que les ayudan a clasificarlo.

Seguro que te suena la palabra SEO. Se trata de las siglas de Search Engine Optimization, optimización para motores de búsqueda. Es la ciencia que estudia la manera de optimizar tu página web para que sea indexada y bien posicionada por los buscadores. El posicionamiento en buscadores es justamente el trabajo de intentar acceder a los primeros puestos, esos primeros resultados que aparecen al inicio de la página cuando hacemos una búsqueda en Google.

Pero ¿cómo podemos influir en el posicionamiento que Google le da a nuestros contenidos en los resultados de búsqueda? Es importante antes que nada, saber qué criterios son los que tiene en cuenta para posicionar a unos contenidos frente a otros.

¿QUÉ CRITERIOS TIENEN EN CUENTA LOS BUSCADORES?

Los criterios que tienen en cuenta los buscadores a la hora de posicionar un contenido han variado enormemente a lo largo de los años y son actualizados frecuentemente con la intención de evitar las "trampas". Básicamente los buscadores tienen en cuenta dos criterios principales a la hora de posicionar tu web:



- **Autoridad:** la autoridad en Google viene dada por el número de enlaces externos que recibe una página. La lógica detrás de esto es que si muchas webs te enlazan, es porque tu contenido es de buena calidad e interesante.
- **Relevancia:** para matizar el criterio anterior y evitar que se intente posicionar una web sólo consiguiendo enlaces externos, también se tiene en cuenta la relevancia. Ayuda a discernir si el contenido de una página realmente tiene relación con la búsqueda que ha hecho un usuario en un buscador como Google.

Durante años, los expertos en SEO han sido muy creativos buscando la manera de acelerar el proceso de posicionamiento de una web haciendo pequeñas “trampas” como el intercambio o la compra de enlaces. Esto ha resultado en que Google haya actualizado sus criterios para evitar justamente la posibilidad de hacer esto.

LAS ÚLTIMAS ACTUALIZACIONES DEL ALGORITMO DE GOOGLE

Viendo que era práctica común la compra venta de enlaces con el fin de posicionar páginas webs que no eran relevantes, Google ha estado actualizando el algoritmo que usa para jerarquizar los resultados. Esto ha significado un giro de 180 grados y que, prácticas que anteriormente podían servir para posicionar tu web, ahora estén altamente penalizadas. Digamos que Google ha volcado sus esfuerzos en lograr medir si tus contenidos son verdaderamente de calidad. El camino rápido al posicionamiento en los primeros puestos se ha hecho cada vez más difícil.

Hoy en día, los expertos en SEO te aconsejan que crees contenidos de calidad y consigas enlaces de la manera más natural posible, de lo contrario, corres el riesgo de ser penalizado por Google y desaparecer totalmente de los resultados de búsqueda.



CLAVES PARA EL POSICIONAMIENTO DE TU WEB

Aquí tienes algunas claves que te ayudarán en el posicionamiento de tu web:

- **Haz un estudio de palabras clave sobre tu sector.** Herramientas como Google Webmaster tools y Adwords te pueden ayudar para hacer un estudio de palabras clave. Podrás ver qué términos utiliza la gente para buscar lo que ofreces, con qué términos hay más búsquedas y menos competencia, etc.
- **Actualiza frecuentemente tus contenidos.** Google valora muy favorablemente a aquellas webs en las que los contenidos se actualizan a menudo. Lo mejor es incorporar un blog en tu página web y escribir, como mínimo, con frecuencia semanal sobre temas relacionados con la temática de tu web. Con el estudio de palabras clave podrás elegir sobre qué escribir en el blog y podrás hacer SEO en tus artículos. Existen plugins especiales para SEO en WordPress que te permitirán optimizar cada una de las páginas, entradas o medios de tu web para trabajar el posicionamiento.
- **Procura que los enlaces que lleguen a tu web sean naturales y estén hechos desde webs con buen pagerank.** Los enlaces desde webs muy nuevas o de temáticas que no tienen nada que ver con la tuya no son vistos con buenos ojos.
- **Incluye contenido complementario como imágenes, vídeos, infografías...** Google valora que ofrezcas contenido suplementario que pueda ser de utilidad a los usuarios.
- **Corrige los errores dentro de tu página web.** Son muy frecuentes los errores como enlaces rotos, imágenes sin atributo alt, falta de metadescripciones, contenido duplicado, errores en el código, etc. Este tipo de fallos en tu web son también penalizados por Google. Herramientas como Woorank te pueden mostrar los errores que tienes en tu web.



- **Vigila los tiempos de carga.** La velocidad de carga es un factor muy importante que los buscadores tienen en cuenta para el posicionamiento.
- **Verifica que tu web sea responsive.** Es muy importante que tu web funcione bien en dispositivos móviles (teléfonos y tablets).

Trabajar el SEO de tu página es fundamental para que se posicione en buscadores, reciba visitas y atraigas clientes. Una web que no está posicionada, no existe.



7

TEN EN

CUENTA LA

USABILIDAD



Si estás investigando un poco sobre el tema del diseño web, seguro que ya te has topado alguna vez con el curioso término de la “usabilidad”. ¿Qué significa exactamente y para qué sirve? Hoy vamos a aclarar las dudas que existen con respecto a este concepto y apuntar algunas ideas acerca de cómo puedes utilizar la usabilidad para mejorar el diseño de tu web.

¿QUÉ ES LA USABILIDAD?

El término usabilidad se refiere al grado de facilidad de uso de una herramienta u objeto creado por el ser humano. Puede referirse a la usabilidad de una tecnología o la de algo tan sencillo como unas tijeras. Para determinar la usabilidad del objeto, se observa a personas interactuando con él y se miden distintas variables que ayudan a determinar si el objeto es fácil de usar o no para el objetivo que ha sido creado.

La usabilidad web se refiere a la facilidad con la que los usuarios de una página o aplicación web pueden conseguir sus objetivos dentro de la interfaz.

Popularmente hablamos de usabilidad para referirnos al conjunto de pautas que se han extraído mediante la investigación y que sirven para guiar a los diseñadores y desarrolladores web para que puedan crear páginas que sean eficaces y agradables al usuario.

LA USABILIDAD SE DEFINE MEDIANTE 5 COMPONENTES:

- **Aprendizaje:** ¿Es fácil realizar tareas sencillas para usuarios que se encuentran con un objeto o una tecnología por primera vez? ¿Es rápido y fácil el aprendizaje de uso?
- **Eficiencia:** Una vez que han aprendido el funcionamiento ¿Cuánto tiempo se tarda en realizar tareas u objetivos sencillos?



- **Memorabilidad:** Después de estar un tiempo sin utilizar el objeto o tecnología ¿Cuánto tiempo tardan los usuarios en recuperar lo aprendido y poder usar la interfaz de manera efectiva?
- **Errores:** ¿Cuántos errores cometen los usuarios al interactuar con la interfaz? ¿Cómo de graves son estos errores y cuánto tiempo tardan en poder subsanarlos?
- **Satisfacción:** ¿Cómo de placentero resulta el uso del objeto? ¿Cómo es la experiencia de los usuarios?

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA USABILIDAD EN DISEÑO WEB?

En diseño web, la usabilidad es un asunto de vital importancia. La falta de usabilidad en una página web es la mayor causa de abandono de la página por parte de los usuarios.

- Si la información es difícil de encontrar.
- Si no se ve claro cuál es la finalidad de la web en un primer vistazo.
- Si no es fácil conseguir los objetivos.
- Si un usuario puede acabar perdido...

Las consecuencias de todos estos errores de usabilidad son que el usuario abandone la web de manera inmediata. Perdemos a un usuario y perdemos a un cliente potencial.

¿CÓMO PUEDES MEJORAR LA USABILIDAD DE TU WEB?

Aquí tienes algunos ejemplos de cómo puedes mejorar la usabilidad de tu página web:

- Usa un diseño sencillo y claro.



- La información debe de estar bien organizada y jerarquizada con coherencia.
- La tipografía debe de ser legible y clara.
- Los elementos principales de la web deben estar donde el usuario espera encontrarlos. Por ejemplo, el menú y el branding de la marca deben estar en la parte superior de todas las páginas.
- Deja claro la finalidad de la web en la página de inicio: debe de quedar muy claro qué es lo que haces y por qué le puede interesar a la persona lo que ofreces en la primera página de la web.
- Elimina pasos intermedios innecesarios para poder conseguir realizar objetivos simples. Recuerda que cuantos menos clicks tenga que hacer el usuario para conseguir su objetivo, menor será la tasa de abandono.
- Incluye una barra de búsqueda en la parte superior de la web.
- Que la información de contacto esté siempre a mano y visible.
- Facilita que la persona identifique los elementos que contienen links, ya sean palabras o imágenes. Evita usar subrayados que no sean enlaces para no crear confusión ni imágenes que parezcan botones pero no lo sean.
- La velocidad de carga de tu página debe de ser rápida.
- Si utilizas formularios, que sean sencillos. Evita usar campos innecesarios o pedir información que el usuario se puede sentir reacio a compartir en un primer contacto (apellidos, DNI, etc.).
- Corrige los errores que dificulten la navegación como links rotos, páginas obsoletas, información incompleta, etc.



¿CÓMO TESTAR LA USABILIDAD DE TU WEB?

La mejor manera de comprobar cuál es el resultado de tu web en términos de usabilidad es realizando tests con usuarios reales. Elige a 5 personas distintas y obsérvalas mientras interactúan con tu página web. Puedes grabar la pantalla para poder analizar con detalle toda la interacción. Pídeles que verbalicen lo que piensan en todo momento para recoger información valiosa sobre cómo está siendo su experiencia. Pídeles que realicen tareas con objetivos concretos, como comprar un producto determinado o contactar para pedir un presupuesto. Es muy importante observarlas mientras realizan las tareas que más te interesan. Puedes hacerles un pequeño cuestionario al final en el que les preguntes cosas como cuál creen que es el objetivo de la empresa, qué hace y para qué sirve, cómo ha sido su experiencia, cómo les resultaría más fácil, etc.

Si vas a mejorar la usabilidad de tu web, lo mejor es que hagas una prueba de usabilidad previa, para detectar cuáles son los puntos fuertes y débiles de tu diseño. Después de realizar los cambios, repite la prueba para ver si los resultados han mejorado y si aún se puede mejorar más.

Mejorando la usabilidad de tu web mejorarás tus conversiones, aumentando tus ventas o contactos de clientes. Además, al mejorar tu porcentaje de rebote (personas que abandonan una página nada más aterrizar en ella), mejorará también tu posicionamiento. ¡Todo son ventajas!



8

SIMPLIFICA EL
DISEÑO DE TU
WEB



En el [curso de diseño para redes sociales](#) que llevo impartiendo desde hace dos años, hay un capítulo entero dedicado a enseñar una serie de principios básicos de diseño. El principio más sencillo y tal vez el más complicado de interiorizar es justamente el de la simplicidad. De hecho yo insisto a mis alumnos recordándoles durante el curso una y otra vez que **“en diseño, menos es más”**.

La simplicidad es aplicable a cualquier tipo de diseño, ya sea el diseño de una prenda de ropa, de un aparato tecnológico o el diseño de tu página web.

¿POR QUÉ EN DISEÑO WEB “MENOS ES MÁS”?

- **Una página web complicada generará confusión en los navegantes** ¡No encontrarán lo que buscan! Este es el principal problema de las páginas web que peor funcionan, no dejes que lo sea también de la tuya.
- **Los seres humanos encontramos más atractivos los objetos simples.** Simplemente es así, hay estudios que demuestran que nos sentimos más atraídos hacia los objetos más sencillos.
- **Dirigir al visitante hacia tu objetivo principal es imposible con una web compleja.** Entre tantos estímulos e información, tu objetivo se perderá.
- **Google descubrió que las webs más simples, con menos complejidad visual y con más contenidos prototípicos, resultan más atractivas a los navegantes.** ¡Por eso la web de Google es la más simple del mundo! ¿Te has fijado?

ALGUNAS PREGUNTAS QUE DEBES DE HACERTE PARA SABER SI WEB ES REALMENTE SIMPLE:

- ¿Tu web tiene más de 7 elementos en el menú principal de navegación?
- ¿El menú de tu web tiene sub-elementos que aparecen cuando pasas el ratón por encima?



- ¿Tu página de inicio muestra más de 4 cosas?
- ¿Tu página de inicio tiene anuncios?
- ¿Hay más de 4 colores en el diseño de tu web?

ALGUNOS CONSEJOS PARA SIMPLIFICAR TU WEB:

- **Aplica siempre la regla de “menos es más”** antes de implementar cualquier cambio en el diseño de tu web, ¡me lo agradecerás! y ante la duda, siempre elige la opción más simple.
- **El menú de tu web no debería tener más de 7 elementos.** La información que tienes que mostrar al mundo sobre tu empresa en Internet es la información más básica, textos sencillos y fáciles de leer y que sean útiles al usuario. Cualquier información superflua o que no es necesaria para ayudar a que el visitante cumpla con tus objetivos, no debería de estar ahí.
- **Evita siempre que puedas tener sub-elementos dentro del menú de tu web.** Este tipo de elementos hacen muy tediosa la navegación desde dispositivos móviles y están empezando a considerarse obsoletos. Cada vez son más las personas que navegan principalmente desde sus teléfonos, con lo cual es muy importante tenerlas en cuenta a la hora del diseño. En dispositivos móviles no hay ratón con lo cual este tipo de menús no se despliegan y si tienes una versión móvil del menú, el menú será insoportablemente largo si todos esos subelementos también están. Si puedes evitarlos, hazlo.
- **No tengas miedo a dejar espacios en blanco.** El espacio en blanco dentro de una web no es necesariamente de color blanco. Se refiere al espacio en el que no hay ningún elemento, pero puede ser de color o tratarse de una fotografía de fondo. Este espacio permite que el resto de los elementos respiren y destaquen contra un fondo más neutro. Dirigir la atención a un objeto concreto cuando el espacio está



vacío es fácil, pero cuando está lleno de cosas ¿cómo logras que alguien mire a donde tú quieres? La mejor opción es que no haya cosas innecesarias.

- **Si nadie hace click en algo... ¡Elimínalo!** A veces hay objetos que no funcionan, ¡nadie hace click en ellos! Mi consejo es que te liberes de esos objetos, si nadie hace click en ellos es porque no son interesantes y si no son interesantes para tu público, entonces están mejor fuera de tu web. Puedes utilizar la aplicación para Chrome de Google Analytics para comprobar esto, necesitarás tener Analytics funcionando en tu web.
- **Limita el color de tu web a 3 o 4 colores**
- **No incluyas anuncios en tu página siempre que sea evitable**, menos que menos en la página de inicio.
- **Intenta dejar la página de inicio para sólo uno de tus objetivos principales:** que la gente se suscriba, que pida presupuesto, que compre algo, etc.

Una página web simple es más atractiva, efectiva y fácil de usar.



9

ESCRIBE

TEXTOS QUE

CONECTEN



Cuando empecé a diseñar páginas web, uno de los principales obstáculos con los que me encontraba a la hora de finalizar el trabajo, era la dificultad de mis clientes para generar los textos para la web.

Los textos para web son un poco diferentes que otro tipo de textos que usamos en nuestra vida normal para promocionar nuestros negocios. Nuestros clientes tienen un comportamiento un poco diferente cuando están navegando por Internet, no leemos igual en papel que en una pantalla. Además los textos de nuestra web influyen muchísimo en el SEO y por lo tanto en el posicionamiento de nuestra página en los buscadores.

Aquí tienes algunos consejos que debes de tener en cuenta a la hora de redactar los textos de tu web:

- **Los textos de cada una de las páginas de tu web deben de tener más de 500 palabras.** Si son más cortos, Google y otros buscadores no los considerarán contenido de calidad, pero si son más largos, nadie se parará a leerlos.
- **Aprovecha estos textos para dejar claro qué es lo que haces y el tono con el que quieres dirigirte a tus clientes** (cercano, profesional, distante, etc.). Una herramienta como el empathy map te puede ayudar a elegir el estilo o tono que mejor funcionará con tu público objetivo.
- **La corrección gramatical y ortográfica es fundamental.** Los textos deben de estar correctos, las faltas de ortografía dan mala imagen y los errores gramaticales dificultan la comprensión.
- **Utiliza frases cortas porque son más fáciles de entender.** Además, cuando leemos en Internet nuestra atención es menor, con lo cual las frases cortas nos resultan mucho más digeribles.



- **Utiliza un lenguaje sencillo, sin tecnicismos.** Estos textos van dirigidos a tus clientes potenciales y no a otros colegas del gremio. Exprésate cómo lo hacen tus clientes, así se sentirán identificados con lo que cuentas.
- **Aprovecha para incluir llamadas a la acción.** Invita a tus clientes a interactuar, preguntar, contactar o incluso comprar algo.

Nadie conoce mejor tu proyecto que tú, escribir estos textos también te ayudará a tener claros los pilares de tu negocio para poder transmitírselos a tus clientes también en otras ocasiones. Pero si crees que la tarea te supera o te genera demasiados dolores de cabeza, quizás sea mejor contratar a un copywriter para que se ocupe del tema.

¿QUÉ ES UN COPYWRITER?

Un copywriter es un redactor publicitario, es decir, una persona que se encarga de escribir los textos que se usan en publicidad. Estos textos, también conocidos como copy, tienen un alto impacto como mensaje de marketing. Si estás construyendo tu página web, los textos que aparezcan en ella deberían de considerarse como textos publicitarios e ir enfocados a conseguir tus objetivos comerciales.

Quiero contarte qué es el copywriting y darte algunos consejos para que tú también puedas crear textos sexys para que tu web sea todo un éxito.

¿QUÉ ES EL COPYWRITING?

Como te he contado, se trata del oficio de escribir textos publicitarios para todo tipo de soportes: guiones para anuncios televisivos, textos para folletos... incluso los textos de una página web. En realidad se trata de todo un arte. El copywriting te ayuda a crear mensajes que hacen que tus clientes potenciales se sientan identificados, conecten con tu empresa, confíen en ella y quieran contratar tus servicios.



¿Mucho pedir para un texto? En realidad no. En internet son los textos los que te ayudan a establecer un vínculo con tu público y conseguir hacer realidad tus objetivos: que te pidan más presupuestos, que compren tu producto, que se suscriban a tu lista de correo, etc.

CONSEJOS DE COPYWRITING PARA TU WEB

Encuentra la voz de tu marca: uno de los pasos previos antes de redactar cualquier tipo de contenido en tu estrategia de marketing es encontrar la voz de tu marca. Una marca con una voz atractiva, consigue transmitir una personalidad natural y agradable a su público objetivo. Evita los tonos de voz fríos e impersonales porque no te ayudarán a destacar frente a la competencia. Mi consejo es que seas auténtico y que intentes encontrar una voz sincera y natural que haga que tus clientes se sientan como en casa.

Conecta con tus clientes potenciales: para saber qué tipo de voz y qué contenidos les resultarán más interesantes y atractivos a tus clientes, es necesario que hagas el trabajo de conocerles a fondo. Puedes usar una herramienta como el empathy map para poder comprender a tu target, ponerte en su lugar, saber qué le interesa, qué motivaciones le mueven en la vida, etc. Conocer bien a tu público te ayudará a crear mensajes con los que se pueda sentir identificado. Así lograrás crear contenidos a su medida que le mantengan enganchado y le lleven a pasar a la acción.

Cuenta historias: el storytelling es el arte de contar historias. La humanidad se ha valido de las historias para transmitir los mensajes más importantes de generación en generación. Es por eso que los mensajes presentados en forma de historia tienen un gran impacto y son más memorables. Si tu marca tiene una historia atractiva que contar, no dudes en aprovecharla en tus textos.



Apela a las emociones: el marketing emocional influye directamente sobre el estado emocional de tus lectores, conectando a nivel profundo con sus necesidades y aspiraciones. Las emociones causan en nosotros un estado de alerta que agudiza los sentidos y hace que nuestra atención aumente y que la información que estamos leyendo se grabe en nuestros cerebros. Tu marca necesita tener una personalidad y usar las emociones para favorecer la sensación de conexión con tus clientes potenciales.

Escribe textos sexys: un texto sexy no es nada más que un texto atractivo. Si escribes un texto excesivamente comercial y sin gracia, los visitantes de tu web escaparán espantados. Cuando termines un texto, pregúntate si resulta sexy. Si no lo es, tendrás que echarle un poco de pimienta.

Textos 100% originales: los textos de tu web deben ser siempre originales. Copiar textos es un delito contra la propiedad intelectual y es un error garrafal a muchos niveles. Un texto copiado no te ayudará a diferenciarte de la competencia, te penalizará en el posicionamiento de tu web y no te ayudará a conseguir tus objetivos comerciales. Tu marca es única, su personalidad es única y tu nicho de mercado también lo es, no cometas el error de ser tan perezoso como para no crear tus propios contenidos.

Textos de la extensión adecuada: en copywriting es más importante la calidad que la cantidad y sobre todo, también es vital la pertinencia. Esto quiere decir que los textos de tu web deben de ser los justos y necesarios, no llenes tu web de paja. Los textos tienen que tener la longitud adecuada para explicar lo que quieras transmitir, teniendo en cuenta a tu interlocutor, su grado de conocimiento en la materia y sus intereses.



Textos concretos: es muy importante que en los textos de tu web logres transmitir las ideas más importantes. No divagues ni introduzcas elementos que distraigan del objetivo principal. Sé concreto y tus ideas llegarán con mucha más fuerza.

Proporciona información útil y clara: antes de escribir ningún texto para tu web, hazte la siguiente pregunta: ¿esto le interesa a mi cliente potencial? Es habitual encontrar muchas webs de empresa llenas de información que le resulta interesante a la propia empresa pero que en realidad no es útil ni interesante para el cliente. Todos los contenidos que crees son para tu público objetivo, no para consumo propio, ni para la competencia, ni para los proveedores.

Siempre ten en cuenta las FAB (Características, ventajas, beneficios): una regla maravillosa a tener en cuenta a la hora de redactar los textos de tu web es FAB (features, advantages, benefits). Deja claro a tus lectores qué es lo que proporciona tu producto o servicio (características), cómo puede ayudarles (ventajas) y qué sacarán de ello (beneficios). Un ejemplo de copy redactado siguiendo la regla FAB:

Apúntate al curso de diseño web de Creatiburón para aprender a construir tu propia página web profesional y lograr atraer a tus clientes a tu negocio.

Gramática y ortografía perfectas: ya sé que nada es perfecto, pero debes aspirar a la perfección cuando se trata de redactar los textos de tu web. Si no eres bueno con la ortografía y la gramática, pídele a alguien que lo sea que eche un vistazo a tus textos y te ayude a corregirlos. No hay nada que dé peor imagen que un texto plagado de errores ortográficos. La buena gramática hace que tus textos sean fáciles de leer y entender. En cambio, los errores gramaticales provocarán que tus textos resulten complicados y que no se comprenda el mensaje que quieres transmitir.

No abuses de las preguntas y las exclamaciones: a pesar de que las preguntas y exclamaciones pueden resultar interesantes como recurso si se utilizan con mucha moderación, su uso excesivo puede hacer que parezca que eres una monitora de



aquafitness dando una clase: “¡Ánimo perezosos! ¿Os habéis dormido ya? ¡Arriba esas piernas!...” algo que para una clase de aquagym puede ser adecuado, en los textos de tu web resultará estridente y artificioso.

Encuentra un ritmo de lectura que mantenga al lector atento: el ritmo es esencial para que un texto no sea muy tedioso. Alterna frases de diferentes longitudes para que tu copy tenga un ritmo ligero y tus lectores no se duerman por el camino.

Revisa antes de publicar: nunca revisarás tu texto las suficientes veces, siempre aparecen errores debajo de las piedras. Antes de publicar, hay que revisar. Esta es una norma que debes de grabar en tu mente a fuego. Releer tus textos te ayudará a descubrir errores, a corregir una frase que no resulta demasiado clara... Todos los escritores siempre dicen que el arte de escribir pasa por mucho reescribir.

Acompaña con imágenes que ayuden a evocar lo que cuentas en los textos: dicen que una imagen vale más que mil palabras... Intenta acompañar los textos de tu web con imágenes atractivas que ayuden a evocar lo que estás contando. Esto ayudará a que el contenido de la página se perciba como más liviano, aumentará también la atención del lector y multiplicará el engagement. Un buen texto acompañado de una mala imagen puede hacer que la persona no continúe leyendo. Utiliza siempre imágenes de calidad, naturales y bien escogidas.



10

IMÁGENES

QUE HABLAN

DE TU MARCA



Las imágenes tienen un papel determinante en el diseño de una página web. Nuestro cerebro reacciona a ellas de manera inconsciente y tienen un papel determinante en las decisiones que tomamos dentro de una web. Por eso las fotografías que eliges para decorar tu página web son muy importantes y aquí te voy a explicar en detalle qué criterios deberías tener en cuenta a la hora de elegir las.

¿TIENE MÁS VALOR EL TEXTO O LAS IMÁGENES DENTRO DE UN PÁGINA WEB?

La respuesta correcta es que ambas cosas tienen un gran peso. Antaño, Google basaba sus decisiones en cuanto al posicionamiento de una web casi exclusivamente en el texto y los enlaces entrantes, pero hoy en día también tiene en cuenta el contenido gráfico. El marketing es cada vez más visual y Google lo sabe. En realidad, la combinación de ambos de manera equilibrada es la mejor receta.

Una web basada exclusivamente en contenido visual y que no tenga apenas texto no será bien considerada por Google. Y una web que sólo tenga texto y no tenga fotografías, correrá la misma suerte. Lo ideal es que en una web haya al menos una imagen por página.

¿QUÉ TIPOS DE IMÁGENES SON LAS MEJORES PARA MI WEB?

El tipo de gráficos más adecuados para tu web depende un poco de tu público objetivo y del tipo de productos o servicios que ofrezcas.

Si eres una tienda online, necesitarás fotos de productos y fotos de personas manipulando tus productos. Si lo que vendes es un servicio, es interesante mostrar fotografías de personas que pueden necesitar tu servicio o que lo están usando.

Es interesante también mostrar fotos de equipo y de las instalaciones. A tus clientes les encantará ver el backstage de tu empresa, ver cómo es el lugar y las personas con las que está pensando trabajar.



¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENEN QUE CUMPLIR?

Gráficos en alta calidad. Evita las fotos pixeladas por falta de tamaño, deben de tener el tamaño justo, ni más ni menos que el del espacio que van a ocupar. Y deben de tener una resolución de 300 pp. Después tendrás que comprimir las, pero las fotos de partida tienen que tener la máxima calidad.

Fotos con buena iluminación. La iluminación es determinante a la hora de conseguir una buena imagen. Evita imágenes insuficientemente iluminadas e intenta que la luz sea constante en todas las fotos de la web.

Fotos naturales. Aunque utilices fotos de stock compradas, procura siempre elegir las más naturales. No uses fotos excesivamente retocadas y artificiales. Se nota mucho que son fotos de stock y restan credibilidad a tu marca.

Fotos en las que aparezcan personas. Nuestro cerebro se ve mucho más estimulado por una imagen siempre que aparece en ella un ser humano. Aprovecha esta información y muestra fotos de tus productos en uso. El lugar al que se dirige la mirada de la persona en la fotografía es el lugar al que se dirigirá la atención.

Para acabados profesionales, necesitarás trabajos profesionales. Es difícil sacar fotografías buenas y atractivas si no tienes conocimientos de fotografía. Si tienes la posibilidad, cuenta con un fotógrafo profesional.

¿DÓNDE PUEDO CONSEGUIR IMÁGENES?

Fotografías propias: siempre que puedas utiliza imágenes sacadas por ti. Google detecta las fotos de stock o las fotos que están siendo usadas en otras páginas web y valora mucho a las webs que generan sus propias imágenes en lugar de comprarlas.



Imágenes compradas: existen bancos de imágenes en los que podrás encontrar todas las que quieras para el contenido de tu web. Lo malo es que estas imágenes seguramente sean usadas por otros y no sean únicas.

Bancos de imágenes gratuitos: existen también muchos bancos de imágenes gratuitos en los que puedes rebuscar y encontrar algunas fotos buenas. El problema es que al ser gratuitos, hay menos variedad y calidad y esas imágenes son mucho más usadas.

CONSEJOS BÁSICOS PARA SACAR MEJORES FOTOS

- Usa una cámara medianamente decente. La cámara de tu móvil probablemente no esté a la altura de las circunstancias. Si se trata de un iphone tal vez puedas sacar alguna foto que tenga un pase pero el resto de teléfonos suelen tener cámaras bastante malas.
- Abundante luz natural. La falta de luz resta nitidez y hace que las fotos salgan movidas. La luz natural además muestra los colores de manera más fidedigna.
- Las mejores horas para sacar fotos son al amanecer y al atardecer, la luz del mediodía es muy dura. Los rayos del sol más oblicuos dan una luz mucho más favorecedora y las sombras son menos drásticas.
- Cuida mucho el encuadre de tu foto. No saques una foto sin pensar un poco en el encuadre que le estás dando. Aquí tienes buenos consejos para mejorar el encuadre de tus fotos.
- Cuida el fondo y los detalles. Todo lo que se vea en tu foto tiene que tener un propósito, intenta ordenar lo que muestras para que transmita lo que quieres.



¿CÓMO OPTIMIZAR LAS IMÁGENES ANTES DE SUBIRLAS A MI WEB?

Antes de subir una imagen a tu página es muy importante que la optimices. Cada imagen ocupa un espacio en tu servidor y tiene que ser descargada cada vez que una persona abre tu página por primera vez. Esto hace que si hay un exceso de imágenes o si no están optimizadas, la carga de tu web sea mucho más lenta. Algo que te perjudica porque perderás visitantes y Google lo verá como un factor negativo a la hora de posicionar tu web.

Ajusta el tamaño de la imagen antes de subirla a tu web: subir una imagen a tamaño enorme (los 2000 px con los que suele salir de tu cámara) y luego ajustar su tamaño dentro de WordPress es un error, ya que aunque lo que se vea sea una imagen pequeña, la que se estará descargando cada vez que alguien abra tu página es la grande. Si se trata de alguien que se está conectando desde su teléfono, imagínate la cantidad de datos que le consumirá entrar en tu web si la llenas de imágenes innecesariamente grandes.

Comprime tus imágenes antes de subirlas: después de ajustar el tamaño, es importante comprimir la imagen lo máximo posible sin perder calidad. Existen herramientas online que te permiten comprimir imágenes o puedes usar la opción "guardar para web" si estás usando Photoshop.

Esta herramienta te permite hacer las dos cosas, ajustar el tamaño y comprimir cualquier imagen: Free Image optimizer. Recuerda elegir la calidad high para que no pierdan resolución al hacerlo.



11

TU WEB DEBE

DE SER

RESPONSIVE



Desde que se empezó a extender el uso de los smartphones, se hizo evidente la necesidad de facilitar la navegación de las páginas web desde cualquier tipo de dispositivo. Durante una buena temporada, esto se ha conseguido teniendo una versión móvil de la web, lo cual implicaba tener dos versiones de la página, doble de trabajo para posicionarla, doble de trabajo para actualizarla...

El diseño web responsive nació con la idea de simplificar el problema. ¿Y si hacemos una sola web que logre adaptarse según el dispositivo que se esté usando? Móviles, tablets, ordenadores... todos ellos tienen diferentes tamaños de pantalla, diferentes formas de navegación, diferentes resoluciones y diferentes tiempos de carga...

El diseño web responsive consigue que los elementos de una página web cambien ligeramente y se adapten para facilitar la navegación desde cualquier dispositivo.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL DISEÑO WEB RESPONSIVE?

Hoy en día, más del 80% de las personas accede a Internet a través de dispositivos móviles. Eso significa que un importante segmento de las personas que visitan nuestra web a diario lo hacen desde un móvil o una tablet. Para que te hagas una idea, en Creatiburón, una media del 25% de las visitas son desde tablets o smartphones. Si tu web no está preparada para adaptarse a este tipo de pantallas y su navegación táctil, al llegar a tu web, estos visitantes se frustran y abandonan la página.

PROBLEMAS DE UNA WEB CON DISEÑO NO RESPONSIVE

Muchos clientes de primeras me piden que su web se vea igual en el móvil que en la pantalla del ordenador... Lo que en apariencia puede resultar de primeras más estético, puede provocar varios problemas que afectarán al posicionamiento de tu web, las visitas y la experiencia del usuario. Si tu web no es responsive, los



internautas que se aventuren a visitarla desde un dispositivo móvil se encontrarán con los siguientes problemas:

- Carga muy lenta o imposibilidad de carga. La web tarda tanto en cargarse que es desesperante y el usuario lo abandona por imposible. Una visita perdida.
- Navegación muy complicada. Los dispositivos móviles funcionan con navegación táctil y cuando navegamos desde ellos, necesitamos que los elementos de la navegación sean lo suficientemente grandes para poder hacer click en ellos con el dedo sin necesidad de usar el zoom. Los menús no adaptables se convierten en auténticas pesadillas, no podemos leer lo que dicen, hacer click en el lugar adecuado con el dedo es demasiado difícil... La frustración aumenta la tasa de abandono de la web.
- Imposibilidad de ver bien el contenido de las imágenes o de leer los textos. Si la web no es responsive, seguramente nos genere algún dolor de cabeza intentar descifrar el contenido de las imágenes o leer los textos. Si el tamaño de la letra no se adapta y las imágenes no están pensadas para verse bien a distintos tamaños, el resultado es una web poco atractiva y nada funcional si accedemos desde otro sitio que no sea un ordenador de sobremesa.
- Google recomienda el diseño responsive, con lo cual no tenerlo puede afectar al posicionamiento de tu web.

¿CÓMO TIENE QUE SER UN DISEÑO RESPONSIVE?

Un diseño responsive tiene que facilitar la navegación desde cualquier tipo de pantalla, teniendo en cuenta que los tamaños y resoluciones varían enormemente y que la navegación es táctil y un dedo no tiene la misma precisión que un ratón. Te voy a contar cómo se consigue que una web sea responsive:



La disposición de los elementos se adapta a la forma de la pantalla. La web se verá diferente dependiendo del dispositivo desde el que la veamos. Según vaya disminuyendo el ancho de la pantalla, los elementos cambiarán su colocación, aprovechando el ancho completo en todo momento.

El tamaño de la letra se adapta para ser legible desde cualquier tamaño de pantalla.

Las imágenes adaptan su tamaño y son elegidas de forma que se puedan entender bien a distintos tamaños. Una imagen con detalles importantes que no se podrán apreciar en una pantalla pequeña no será candidata para un diseño web responsive.

Elementos que tardan mucho en cargarse o que no se van a ver bien, desaparecen de la versión móvil.

El menú se convierte en un desplegable o aparece desde el costado de la página al tocar la pantalla. Esto permite ahorrarse el espacio que ocuparía el menú de no ser responsive, ya que sólo aparece cuando hacemos click en él. Y además permite que los elementos sean lo suficientemente grandes para facilitar la navegación táctil.

Se utilizan botones de gran tamaño para facilitar la navegación táctil. Los botones de gran tamaño con dibujos facilitan la navegación táctil y que el usuario encuentre fácilmente lo que le interesa.

Si tu web no es responsive estás cerrando la puerta a miles de clientes potenciales.



creatiburón

12

HAZ EMAIL

MARKETING



¿QUÉ ES EMAIL MARKETING?

El email marketing es una de las mejores maneras de promocionar tus productos y servicios. Se trata de enviar a personas que previamente te han dado su consentimiento para ello, información sobre productos, servicios o temas de su interés. Es una estrategia de marketing online que permite segmentar muy finamente a tu público objetivo consiguiendo una de las mayores conversiones

¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER EMAIL MARKETING SI YA TENGO MI BLOG Y ESTOY EN REDES SOCIALES?

A lo mejor te preguntas por qué es necesario empezar a hacer email marketing si ya tienes un blog con muchas visitas o una página de Facebook repleta de fans... Los lectores de tu blog llegan cuando quieren y se fijan en los contenidos que encuentran más fácilmente. Dependes de que quieran volver a pasarse por tu blog para que vean lo que a ti más te interesaba que vieran, tal vez vienen una vez pero luego se olvidan de volver. Y si no visitan tu blog, no tienes manera humana de ponerte en contacto con ellos.

Tus seguidores en una red social como Facebook sólo ven de media en su página de inicio un 10% de lo que publicas. También en este caso dependes del azar y del valor que el algoritmo de Facebook le dé a tus contenidos para saber que van a ser vistos por tus seguidores. La única manera de poder comunicarte con ellos directamente es pagando.

De ambas maneras, no tienes la posibilidad de ponerte en contacto directamente con tu público objetivo. En cambio el email marketing te permite llegar directamente a sus bandejas de entrada con la información que tú quieras: ofertas, descuentos, promociones de productos o servicios, etc.



Para cualquier persona o proyecto que quiera darse a conocer aprovechando Internet, el email marketing es una asignatura obligatoria.

¿ENTONCES ME PONGO A MANDAR MAILS A TUTIPLÉN?

Mucho ojo. Mucha gente confunde hacer email marketing con hacer spam, mandar correos no deseados a personas que nunca te dieron su consentimiento para que lo hicieras. El spam, además de ilegal, es la forma más fácil de lograr que alguien te odie. Si lo que quieres es una relación sana y productiva con tus clientes, evítalo a toda costa.

PASOS PARA COMENZAR CON MI ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING

- Tener un software para email marketing que te permita diseñar y enviar correos masivos. Yo utilizo Mailchimp, que tienen una versión gratuita que te permite mandar miles de correos al mes. La versión de pago permite programar respuestas automáticas y muchas otras cosas imprescindibles para una estrategia seria.
- Construir tu base de datos con emails de personas que te den su consentimiento para que les mandes información. No vale meter a todos tus contactos en tu lista, tienes que pedirles consentimiento uno a uno.

El email marketing es un arte que te puede traer muchos beneficios, pero para el que necesitas tener unos conocimientos básicos imprescindibles si quieres que tu lista sea sana y tu estrategia funcione.



12 + 1

TEN CLAROS

TUS

OBJETIVOS



Ahora tienes una web que:

- Tiene un dominio memorable.
- Está instalada en un hosting de calidad superior.
- Tiene un diseño simple, atractivo y con una buena usabilidad.
- Está optimizada para dispositivos móviles.
- Y está preparada para hacer Email Marketing.

¿QUÉ FALTA PARA QUE CONSIGAS LO QUE TE PROPONES CON TU PRESENCIA EN INTERNET?

Es necesario que el diseño de tu web esté orientado a conseguir tus objetivos de Marketing.

¿Tienes una tienda y de repente has notado que cada vez entra menos gente? ¿Tienes una página web pero nadie te llama para pedir un presupuesto? ¿Los resultados de tu tienda online están siendo muy flojos? Tienes un producto o un servicio genial, sabes que la gente lo necesita, pero inexplicablemente las ventas caen en picado... ¿Pero qué está pasando? Las reglas del juego han cambiado, hoy en día, sin una buena estrategia de marketing, estás perdido.

¿QUÉ ES LO QUE HA CAMBIADO?

Hace años abrías una tienda en tu barrio, tenías una idea original, te lo currabas un poco y era relativamente fácil salir adelante. Hoy en día la cosa está más difícil. Por un lado, ha aumentado mucho la competencia. En un pueblo en el que antes había una óptica, ahora hay 10, con lo cual hay que repartirse el mercado. Por otro lado, la explosión del marketing digital y la influencia de Internet en las compras se ha vuelto decisiva. Lo más seguro es que si alguien tiene que elegir entre esas 10 ópticas, lo haga desde su casa, echando un vistazo a sus páginas webs y no yendo una por una a echar un vistazo a sus escaparates. Y por último, tenemos la bendita



crisis, que hace que nuestro poder adquisitivo disminuya y que nos hayamos vuelto muy espabilados a la hora de elegir dónde compramos.

Hace años también era muy fácil posicionarse en Internet porque había mucha menos competencia, tener una web estática y estar bien posicionado era posible. Muchas personas han visto como su posicionamiento ha caído en picado cuando de repente hay muchas más empresas compitiendo por posicionarse.

Los tiempos de colgar el letrero de abierto y esperar a que la gente entre, se acabaron.

Y seguro que ya lo has experimentado. Igual te has dado cuenta que sentarse a esperar a que entre la gente en tu local ya no es suficiente, igual te has dado cuenta de que tu tienda online, que era la única que ofrecía un producto hace 6 años, ahora está en 6ª posición en la primera página de Google porque te han salido 5 competidores que están más preparados que tú.

HAY QUE PASAR A LA ACCIÓN

Ya has visto que la pasividad no funciona. Hay que hacer algo. ¿Pero qué? Lo primero es desarrollar una estrategia de marketing para tu negocio. ¿Cuáles son tus objetivos? ¿Qué necesitas mejorar? ¿Qué funciona y qué no? ¿Dónde conviene economizar esfuerzos y dónde conviene aumentarlos? Con tu estrategia de marketing, combinando marketing online y offline tienes que conseguir:

- Atraer a nuevos clientes.
- Fidelizar a tu clientela una vez que ya ha consumido algo.
- Diferenciarte y destacarte de la competencia.
- “Crear” nuevas necesidades en tus clientes, cosas que no sabían que necesitaban hasta que se lo mostraste.



NO HACE FALTA SER COCACOLA PARA TENER UN PLAN DE MARKETING

A veces cuando oímos hablar de marketing pensamos en grandes empresas con grandes presupuestos, pero hoy en día hasta la empresa más pequeña necesita empezar a incorporar el marketing en sus cimientos. No caigas en el error de pensar que tu empresa es demasiado pequeña o que eres autónomo y no puedes invertir en esas cosas... Para que tu negocio funcione lo primero es venderlo, sin clientes suficientes para mantenerte en el mercado, no hay nada que hacer. Tener tu plan te ayudará a saber qué funciona y qué no, dónde te conviene meter más energía y qué te conviene dejar de lado. Con un poco de estructura, dejarás de dar palos de ciego y empezarás a ver resultados.

DEFINE TUS OBJETIVOS Y ENFOCA EL DISEÑO DE TU WEB

Muchas veces olvidamos tener en cuenta nuestros objetivos de Marketing cuando pasamos a la fase del diseño de nuestra web. Pero tener claros tus objetivos logrará que el diseño esté enfocado a conseguirlos y los resultados serán mucho más potentes.

Estos son algunos objetivos que te puedes plantear para tu web:

- Convertirte en una marca de referencia en tu sector: esto lo conseguirás con un diseño muy profesional y el trabajo que hagas en el blog para posicionarte como referente.
- Aparecer en los resultados de búsqueda cuando alguien busque tu marca: este es un requisito mínimo que debe de cumplirse desde el primer día.
- Aparecer en los resultados cuando la gente busque los productos y servicios que ofreces: esto lo irás consiguiendo con un buen trabajo de SEO.
- Aparecer en los resultados de búsqueda cuando tu target busque temas que le interesan relacionados con tus servicios o productos: captarás clientes de forma indirecta con el trabajo que hagas en tu blog.



- Captar muchos emails de personas que forman parte de tu target y tienen intereses en sintonía con los productos y servicios que ofreces.
- Vender productos concretos.
- Recibir peticiones de presupuestos.
- Crear una base de datos segmentada fidelizada a la que luego vas a ofrecer un producto muy interesante y esperas obtener una gran conversión.
- Etc.

Tener en mente tus objetivos te ayudará a escoger un diseño que te ayude a conseguirlos.



creatiburón



Juntos podemos hacer que tu web empiece a dar los resultados que esperas.

¿Hablamos?

www.creatiburon.com

contacto@creatiburon.com

© Mariana Duffill, Creatiburón 2016, todos los derechos reservados.

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento ni su distribución o utilización con fines comerciales sin la previa autorización de la autora.

www.creatiburon.com