

# UNIDAD EDUCATIVA “NICOLAS INFANTE DÍAZ”

## **DISEÑO Y DESARROLLO WEB**

**CURSO Y PARALELO:**

**2DO “L”**

**NOMBRES Y APELLIDOS:**

**Elky Jahir Alcivar Villa**

**AÑO LECTIVO:**

**2021-2022**



## **DISEÑO Y DESARROLLO WEB**



# 1. Cómo crear una página web: definiendo la estrategia digital

Es cierto que si buscas en Google: “estrategia digital”, veras que son pocos los que hablan de definir una estrategia web, pero es fundamental tener muy claro para que quiero la web.

¿Realmente tengo claros los objetivos de conversión de la web?

¿Se y tengo definido el tipo de buyer persona que quiero captar?

¿He definido la arquitectura de información de la web para el usuario y para SEO?

¿He definido la analítica web? ¿qué y cómo medir?

Cómo veréis son muchas las preguntas a responder antes de ponerse a elegir el tipo de CMS, o a buscar plantillas o “themes”, o incluso de comprar el dominio y alojamiento web.



## 2.Aspectos de la estrategia digital que impactan en cómo crear una página web

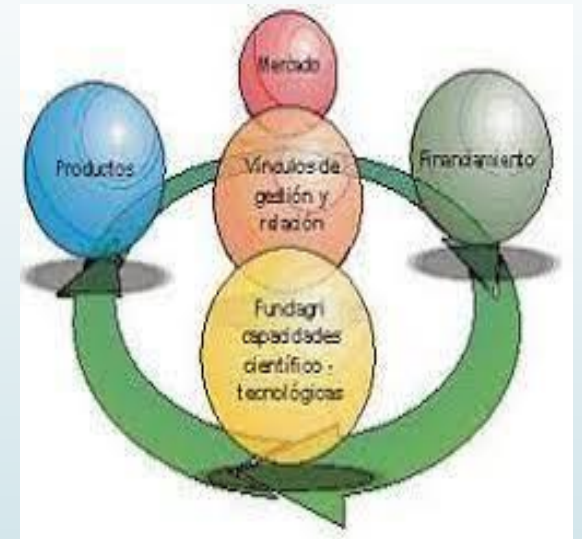
Antes de ponernos a diseñar, es importante tener muy claro los siguientes puntos:

### 2.0.1.Definición del modelo de negocio.

Hemos definido con exactitud el modelo de negocio que vamos a poner en marcha a nivel digital y que se va a plasmar en la construcción de una web.

Es importante definirlo sobre el papel, marcar los objetivos, los márgenes, los costes, las previsiones de ventas, la rotación de stock, la monetización real, el punto de equilibrio o “break even” ....

Fijaros que no hablamos de un Business Plan ni de un Plan de Marketing Digital pero si valorar la rentabilidad real del negocio digital que vamos a desarrollar.



## **2.0.2. Quienes son los buyer personas.**

**Una Buyer Persona es un perfil ficticio basado en datos reales de clientes, es la personificación del cliente ideal de tu empresa. Es la base de toda la estrategia de Marketing Digital y producción de contenidos. A diferencia del público objetivo que es genérico, la buyer persona tiene características específicas.**

**En marketing digital ya no se habla de publico objetivo, ni de potenciales clientes o target, sino de buyer personas.**

**¿Hemos definido quienes va a comprar nuestro producto o servicio?**

**¿Sabemos como se comportan a nivel digital y que canales consumen?**

**¿Tenemos datos reales del tamaño del mercado?**

**He visto muchas web increíblemente diseñadas que luego no terminan convirtiendo. Y terminan siendo abandonadas en el ciberespacio.**

### 2.0.3. Benchmarking de los principales competidores

Si ya tenemos claros los puntos anteriores ha llegado el momento de hacer un Benchmarking serio. Para ellos tenemos que escoger los principales competidores digitales con los que vamos a pelear por cada click.

En este caso a parte e analizar la estrategia SEO o que hacen en Redes Sociales nos vamos a auditar cada una de sus páginas webs a:

- Nivel diseño.
- Arquitectura web
- Estrategia de Keywords
- Contenido, que dicen y como lo dicen.
- Cómo trabajan los CTA o Call to Action.
- Cómo funciona a nivel mobile
- WPO: velocidad de carga, ¿es rápida o no?. Lo podemos hacer con Pingdom Tools o con Page Insights de Google por ejemplo.
- ¿Qué objetivos de conversión tienen definidos? Transacciones, generación de leads, descargas...



#### 2.0.4. De cuantos recursos dispongo

No podemos olvidar que estamos lanzando un negocio digital que Si o Si va a necesitar de una inversión inicial hasta que empecemos a generar tráfico web cualificado y lleguen las conversiones. Obviamente habrá recursos humanos y económicos, que debemos optimizar y ser lo más eficientes posibles. Si planificamos estaremos más cerca.

#### 2.0.5. Establecimiento de potenciales alianzas y colaboraciones

El mundo digital es idóneo para encontrar apoyos que nos ayuden en el lanzamiento de nuestra pagina web. Hay que buscarlos, identificarlo y hacerles llegar una propuesta de alto valor.

Por ejemplo, si soy un blog que empiezo desde cero, puedo escribir mis mejores post para hacer guest blogging y aportar valor a otros blogs.



## 3. Definiendo una Estrategia web profesional paso clave de cómo crear una página web.

Una vez tenemos definidos todos los aspectos a los que hemos hecho referencia en el punto anterior, es el momento de establecer la estrategia para la página web.

### 3.0.1. Objetivos de conversión de una web.

Sin esto no hacemos nada en marketing digital. Qué pretendemos conseguir con la nueva web. Qué acción queremos que el usuario haga una vez llegue o aterrice en mi página web. Opciones múltiples, elige cuales son tus objetivos de conversión:

- Suscripción.
- Dejar el lead a través de un formulario, pop up, landing...
- Descarga de archivo.
- Click en los banners
- Venta final o transacción
- Que sea un post completo....

Siempre debes establecer objetivos de conversión que generen acción para conocer al usuario, es decir, que pase de ser una cookie a un nombre y un mail (como mínimo). Y por otro lado los objetivos de conversión generan la rentabilidad del negocio digital. ¿Te toca definirlos?

### **3.0.2.Arquitectura web.**

**Teniendo claros los objetivos, habiendo definido a los diferentes buyer persona de la marca, una vez analizados los competidores y entiendo el mercado y el sector.**

**Es el momento de definir la arquitectura de la web con dos focos:**

- \*Orientado a SEO o a las SERPS**

- \*Orientado a la persona.**

**La arquitectura es clave, no solo va a definir cada click que haga el usuario en la navegación por la página web, sino que va a definir la jerarquización de la información y del contenido para el usuario y sobre todo para los buscadores (Google, Bing, Yandex, Baidú...).**

**Aquí definimos el primer nivel de URL, el segundo nivel, el tercero...**

**Definimos no solo dónde el usuario va a clicar, por ejemplo en “servicios” sino como se va a construir la URL: mimarca.com/servicio-marketing-digital**

**Tanto los menús como las URL deben llevar asociadas las keywords trabajadas y planificadas por niveles.**

**De ahí la importancia de trabajar con foco y profesionalidad este punto.**



### 3.0.3.Estrategia de keywords o palabras claves para una web

Va mus ligado al punto anterior porque una vez hayamos realizado el keywords reseach de la marca y de los competidores, empezaremos a definir que keywrods vamos a trabajar por cada URL que tenga la página web.

En este punto se trabaja a todos los niveles:

\*Para los robots: en la URL, metadescripción, H1, H2, H3...atributos....

\*Para los usuarios: todos los contenidos que va a consumir dentro de la web.

### 3.0.4.DCopys de todos los textos web

Parte fundamental de cualquier web!!!. Todo lo que contemos debemos contarlo con un cuádruple enfoque:

- A nivel SEO
- Comercial
- A nivel publicitario
- Comunicación

Nuestra recomendación una vez tengamos definida la arquitectura web, empezar a trabajar que voy a contar y cómo en cada una de las URL que van a conformar la página web.

De esta manera en cada contenido trabajaremos las keywords y toda la parte de SEO onpage, haremos que los textos o infografías sean atractivas, estén bien redactadas, comuniquen y vendan y ayuden a conseguir los objetivos de conversión marcados.

### 3.0.5.Diseño web digital: fotos, videos, infografías...mas visual

A estas alturas, con toda nuestra web ya montada en un power point o cualquier otro programa ha llegado el momento de empezar a decidir la línea de diseño y gráfica que llevará la página web, en línea con el Manual de Identidad Corporativa (MIC) de la marca o en caso de no tenerlo, acorde al logotipo.



### 3.0.6.SEO On page

Con la página web ya lista llegará el momento de dejar perfecta toda la parte de Seo Onpage o SEO de la página. En este sentido:

- Definición de todas las meta descripciones
- Títulos SEO
- Slug de las páginas
- Densidad de las palabras claves trabajadas
- Evitar el contenido duplicado.
- Que la página web tenga instalado HTTPS
- Enlazado interno y externo.
- No enlaces rotos
- Atributos en las imágenes.



En este caso para estar 100% seguro de que hemos realizado un buen trabajo realizaremos una auditoria con Semrush del proyecto web para detectar los errores, advertencias y sugerencias.

### 3.0.7. Analítica web

Con la web lista para publicarse, ya sea nueva o restyling, es el momento de dejar configurada toda la parte de analítica web.

Lo primero instalar Google Analytics y Google Tag Manager como mínimo.

A partir de aquí configurar:

- Objetivos de la web.
- Eventos
- Embudo de conversión.
- Informes en tiempo real.

Debemos monitorizar todo lo que pasa dentro de la web, así como todo el tráfico que llega, de donde llega y como se comporta.



## 4.Funcionalidades que toda web debe tener

**Anteriormente no lo hemos comentado pero siempre se suelen trabajar cuales serán las funcionalidades específicas que la página web tendrá.Si hacemos esto facilitaremos:**

- **Qué la web haga realmente lo que tiene que hacer, para lo se ha diseñado.**
- **Buscar una plantilla o theme que contenga las funcionalidades establecidas.**

**De esta manera además seremos más eficientes en tiempo y costes .A continuación os queremos dar funcionalidades que consideramos claves para cualquier web, ahora solo tienes que ver cuales necesita tu proyecto web.**

- **– Chat online**
- **– Teléfono, que debe ser clicable en mobile.**
- **– Barra flotante de contacto permanente**
- **– Videos explicativos de servicios o productos.**
- **– Diseñar una versión mobile adaptada**
- **– Multidioma**
- **– Blog**
- **– Tienda online**
- **– Plugin de comunidad social para conectar la web con los perfiles sociales.**
- **– CTA de suscripción y landing**

## 5. Cómo crear una página web paso a paso

Ahora si ha llegado el momento de ponerse manos a la obra para crear la página web tal y como nos cuentan multitud de post y artículos

Además si has llegado hasta aquí eres un lector aventajado 😊

En este punto es el momento de elegir:

### 5.0.1. Elección del dominio

Este punto es clave, debemos hacer una exhaustiva búsqueda a nivel SEO, keywords research, para ver si encontramos dominios con alta potencialidad.

Es cierto que Google ahora le da menos importancia a este punto pero si por ejemplo eres una escuela de marketing digital que comercializas un master de marketing digital y trabajas con el dominio masterdemarketingdigital.es vas a posicionar más rápido a nivel orgánico. El siguiente punto importante decidir que terminación compramos al dominio: .es, .com, .edu, .org, .mx, .blog

Para este punto como ya hemos definido y trabajado el modelo de negocio digital y los buyers persona nos va a ser más sencillo tomar la decisión.

Si vamos a operar solo en España, por supuesto .es.

Si tenemos clientes a mayor alcance en inglés .com

Pero si vamos a países mejor los específicos de país.



### **5.0.2.Elección del Hosting o alojamiento web.**

En este punto podemos comprar el dominio independiente del proveedor de hosting aunque lo normal es comprarlo juntos porque muchas veces te regalan el primer año del coste de dominio.

En este punto buscar un servicio de hosting que se adapte a la página web creada. Es decir si es una web sencilla, con poco peso y pocas URL no tiene sentido comprar un hosting medio de con un coste superior a los 150 euros al año.

### **5.0.3.Elegir una plataforma o CMS**

¿Dónde vamos a montar la web?, en que gestor de contenido.

Podemos ir desde un WordPress a un Magento, Shopify o Wix.

Depende del proyecto digital, la complejidad, el nivel de conocimientos, los recursos económicos y humanos....

### **5.0.4.Búsqueda de la plantilla o theme profesional.**

Con la elección del CMS vendría la búsqueda de la plantilla profesional que mejor se adapte a todo lo que ya hemos trabajado a nivel funcionalidades, contenido y conversión.



## 6.Wix, cómo crear una web paso a paso.

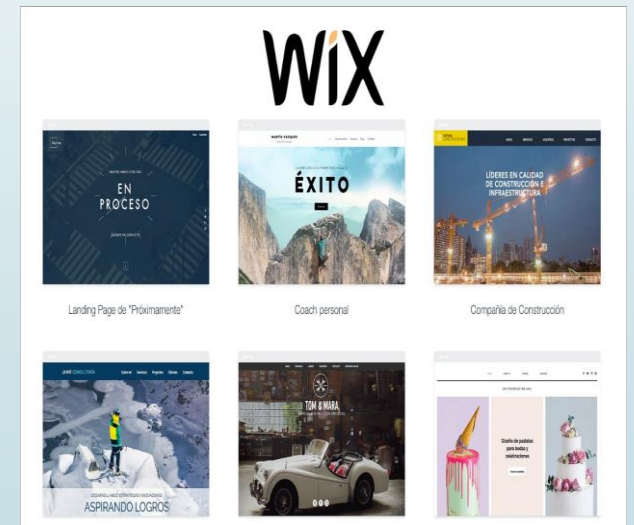
Wix es una plataforma de creación de webs profesionales en la nube que facilita e integra todas las funcionalidades que el usuario que quiere lanzar un proyecto web necesita.

Es una plataforma que se adapta tanto al usuario que lanza su primera web como a profesionales de diseño que deben presentar proyectos profesionales.

En Wix podrás elegir de manera sencilla entre miles de plantillas y themes que podrás configurar y personalizar a tu medida de manera sencilla gracias a su gestor de contenidos.

Una plataforma con más de 125 millones de clientes en todo el mundo.

Wix pone a disposición dos opciones muy interesantes:



## 6.0.1.Wix ADI

Es una herramienta de inteligencia artificial donde a través de un cuestionario que el usuario debe rellenar, creará la web que tiene en la cabeza, incluyendo textos e imágenes de calidad.

En tan solo unos minutos podrás diseñar una web para testar tu proyecto digital.

## 6.0.2.Wix Code

Incorpora un editor que no necesita de código. Funciona a través de APIs, sencilla y arrastables para:

- Configurar tus propias colecciones de bases de datos.
- Crear páginas web ricas en contenido.
- Agregar formularios personalizados.
- Cambiar el comportamiento del sitio.
- 100% compatible con cualquier Estrategia SEO...

Una plataforma intuitiva que incluye el alojamiento web, medidas de seguridad online y un plan para trabajar el SEO básico.



## 7. Funcionalidades de Wix

- Con Wix ADI puedes agregar por ejemplo un Chat, para que la atención al cliente sea en tiempo real e inmediata o sacar todo el partido a los videos de tu marca.
- Si tienes un e-commerce crea galerías de producto personalizadas utilizando las API de addToCart y getProduct de manera sencilla y rápida.
- Para mobile Wix pone a tu disposición miles de imágenes de alta calidad gratuitas, con lo que tu versión será totalmente adaptada a ser consumida por dispositivo móvil.
- Gestiona tu tienda online con la app de Wix de manera sencilla y desde el teléfono móvil. Puedes además ver números de rastreo de pedidos, trabajar el estado de las órdenes de compra...
- Si tu sector son los eventos o la formación con Wix Booking establece fechas de inicio y finalización de cursos, permite que los clientes reserven y paguen....
- Todas las webs son adaptables y responsive multidispositivo.
- Dispone de dominios personalizados.
- Puedes personalizar la web con código HTML insertándola en la ventana de texto editable.
- Permite el envío de emails automáticos a los leads generados en la estrategia digital de la nueva web.

Sino te convence ninguna siempre puedes Programar la web desde cero en HTML pero no lo aconsejo a no ser que estés en una fase de madurez avanzada o tu negocio digital necesite de funcionalidades a medidas.

## 8. Como construir una página web paso a paso con Wix

Para finalizar el post os dejamos de manera resumida como puedes crear una página web paso a paso según los expertos de Wix:

### 1. Elige la plantilla perfecta.

Que se adapte a lo que estas buscando, a lo que has trabajado en la estrategia web. Debe encajar a la perfección con las funcionalidades, los requerimientos y la línea de diseño marcada.

### 2. Personaliza tu web.

Una vez elegida la plantilla empieza la transformación!!!. Nuestra recomendación, realiza un mockup de la home antes de empezar a modificar la plantilla. De esta manera tendremos el prediseño perfecto antes de ponernos a tocar y retocar. De esta manera avanzaremos de manera mas eficiente.

### 3. Nuestro sencillo editor intuitivo te permitirá diseñarla a tu gusto.

Si no eres un usuario muy avanzado lo mejor es trabajar con editores fáciles e intuitivos!!!

### 4. Agrega herramientas profesionales que complementen el diseño

En Wix encontraras todo lo que necesitas a nivel herramientas o plugin para que tu página web sea 100% profesional, desde blog a ecommerce, pasando por chat, app o editor de videos.

### 5. Administra y haz crecer tu negocio online.

Wix permite la monitoriación con Google Analytics para parametrizar todo lo que ocurre en tu web. Ahora ya todo depende de la estrategia digital diseñada, de la implementación y del prueba y error. Lo bueno, que con Wix podremos seguir trabajando toda la parte de mejora de la conversión, navegabilidad y usabilidad.