

Cómo crear una página web

Nombre: Roberto Jiménez Triana

Curso: 2 Bach L

Asignatura: Diseño Web

Lcda.: Tania Vélez

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.

¿Qué es una estrategia digital?

Una estrategia digital consiste en diseñar un plan de acción enfocado a cumplir tus objetivos en internet.

Dicho así suena hasta poético, pero la verdad es que si quieres empezar con buen pie en el Marketing Online, crear una estrategia digital determinará el éxito de tu presencia en internet o no.

Cómo crear una estrategia de Marketing Digital, paso a paso

Evaluar la situación inicial. ...

Fijar los objetivos. ...

Definir el target. ...

Especificar las líneas estratégicas y las acciones tácticas. ...

Elegir los canales más adecuados. ...

Elaborar un calendario. ...

Medir, analizar, ¡mejorar!

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

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.

Quiénes son los buyer personas

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

¿Hemos definido quiénes 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.

¿Quieres que la tuya sea una más?

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...

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

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, identificarlos 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

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 pagina 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?

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 clickar, por ejemplo en “servicios” sino como se va a construir la URL:
mimarca.com/servicio-marketing-digital

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....

Copys de todos los textos web

Parte fundamental de cualquier web!!!

Todo lo que contemos debemos contarlos 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.

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.

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.

Analitica 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 Goolge 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

Elección del dominio

Este punto es clave, debemos hacer una exhaustiva búsqueda a nivel SEO, keywords reseacr, 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 masterdemarketngdigital.es vas 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 buyer persona nos va a ser mas 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.

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.

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....

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.

1. Registro de dominio

El primer paso para tener presencia en Internet es registrar un dominio. El nombre de dominio es como su dirección en Internet (www.mabelgiordano.com.bo), a través de la cual los clientes potenciales visitarán su página web para conocer su oferta de productos y servicios.

2. Hospedaje del dominio

Para que su página web pueda ser visitada por los usuarios de Internet, adicional al nombre de dominio, usted debe contratar un servicio de hospedaje (web hosting) a través del cual su empresa contará con un espacio en disco dentro de un servidor web conectado a Internet

3. Diseño del sitio web

El diseño es la comunicación textual (contenidos) existente en Internet una faceta visual, sino que obliga a pensar una mejor estructuración de los mismos en este soporte.

4. Mantenimiento del sitio web

Todo evoluciona en el tiempo y su empresa no es la excepción. Es muy probable que usted tenga que hacer algunos ajustes a su página web cada determinado tiempo debido a cambios de productos,

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:

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 Incorpora un editor que no necesita de código. Funciona a través de APIs, sencilla y arrastables para: unos minutos podrás diseñar una web para testar tu proyecto digital.

Wix Code

- Configurar tus propias colecciones de bases de datos.
- Crear páginas web ricas en contenido.
- Agregar formularios personalizados.
- Cambiar el comportamiento del sitio.

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 Programa 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.

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.

The background features a minimalist design with soft, overlapping pastel shapes in shades of pink, peach, and light grey. A thin, curved red line arches across the upper portion of the image. In the corners, there are delicate line-art illustrations: a branch with leaves in the top right, a cluster of leaves in the bottom right, and concentric curved lines in the bottom left.

Gracias