# Propuesta de Arquitectura Web para TRAID Agency

## 1. Brief de investigación

Para diseñar la presencia web de **TRAID Agency** (agencia orientada a e-commerce B2B en LATAM), investigamos sitios de referencia y mejores prácticas actuales. Se identificó que las agencias digitales más avanzadas combinan **tecnología moderna, contenido enfocado en valor y experiencia de usuario interactiva**. Por ejemplo, el template “AI Agency Landing Page” de Vercel destaca una arquitectura con **Next.js 14 + Tailwind CSS**, diseño responsive y optimización SEO/Performance lista para producción[[1]](https://v0.app/templates/ai-agency-landing-page-and-portfolio-site-Ka8r7wzBAS0#:~:text=A%20modern%20landing%20page%20template,and%20TypeScript%20safety%20%E2%80%A2%20Performance). Esto confirma la conveniencia de usar **Next.js (SSR)** para lograr velocidad de carga y posicionamiento orgánico sólido.

En cuanto a estructura y estilo, tomamos inspiración de **Mania Digital**, que presenta una propuesta innovadora al incluir un **agente de IA interactivo**: el usuario describe su empresa y la página genera un caso de uso personalizado en vivo[[2]](https://www.maniadigital.tech/#:~:text=Describe%20brevemente%20tu%20empresa%20o,c%C3%B3mo%20podemos%20potenciar%20tu%20negocio). Esta dinámica engage demuestra cómo **ofrecer contenido personalizado** puede diferenciar la experiencia. Asimismo, Mania Digital enfatiza su filosofía técnica (“Construimos ecosistemas de IA, no solo herramientas”), priorizando soluciones robustas sobre promesas vacías. Este enfoque encaja con la visión interna de TRAID Agency de alinear **estrategia comercial y excelencia técnica para escalar negocios**[[3]](file://file-EVBFzVeLufTrcGmLCJvh9a#:~:text=Visi%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%2C%20impulso%20comercial%20y,t%C3%A9cnica%20%E2%80%94%20alineados%20para%20escalar), evitando clichés de marketing y enfocándose en eficiencia y calidad real.

También investigamos agencias e-commerce de LATAM líderes (p. ej. Kuvinnovation). Sus sitios ponen en primer plano los **servicios especializados** (desarrollo en Shopify/Tienda Nube, integraciones con sistemas y marketplaces, etc.) y la propuesta de valor técnica. Kuvinnovation, por ejemplo, resume claramente sus capacidades: *“crea temas a medida, migra plataformas, construye tiendas B2B, desarrolla apps personalizadas e integra con tus sistemas clave”*[[4]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=apariencia%20bonita%3A%20necesita%20estrategia%2C%20rendimiento,y%20crecimiento), lo que subraya la importancia de listar **servicios concretos** y adaptados al mercado local. Estas agencias destacan la **calidad técnica (código nativo, performance)** y el **enfoque en resultados medibles** sobre el mero diseño estético. En particular, promueven buenas prácticas como desarrollo **headless** y optimización continua para lograr sitios más rápidos y escalables[[5]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=Tecnolog%C3%ADa%20moderna%20%26%20headless%20%2F,performance). Esto refuerza que la propuesta de TRAID Agency debe centrarse en **eficiencia, rapidez y solidez técnica** como su promesa central, en lugar de prometer “más ventas” sin sustento.

Finalmente, en materia de SEO y contenidos, se comprobó que un sitio B2B debe cuidar tanto el contenido comercial como **recursos educativos** (blog, casos de éxito) para posicionarse como experto. Es clave implementar **schema markup** adecuado – por ejemplo, utilizar la etiqueta Organization de schema.org para describir la agencia – ya que “es esencial para cualquier sitio B2B” al ayudar a los buscadores a entender la información clave del negocio[[6]](https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/#:~:text=Organization%20schema%20markup). Además, un plan editorial de artículos enfocado en **e-commerce en LATAM** atraerá tráfico orgánico y demostrará conocimiento de industria.

**Referencias clave investigadas:** - *AI Agency Template* (Vercel) – arquitectura Next.js productiva (SEO + rendimiento)[[1]](https://v0.app/templates/ai-agency-landing-page-and-portfolio-site-Ka8r7wzBAS0#:~:text=A%20modern%20landing%20page%20template,and%20TypeScript%20safety%20%E2%80%A2%20Performance)  
- *ManiaDigital.tech* – inspiración visual e interacción vía agente IA (personalización en sitio)[[2]](https://www.maniadigital.tech/#:~:text=Describe%20brevemente%20tu%20empresa%20o,c%C3%B3mo%20podemos%20potenciar%20tu%20negocio)  
- *Kuvinnovation (Agencia Shopify LatAm)* – enfoque en desarrollo e-commerce integral, mejores prácticas (nativo, migraciones, integraciones)[[4]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=apariencia%20bonita%3A%20necesita%20estrategia%2C%20rendimiento,y%20crecimiento)  
- *Kuvinnovation – tecnología* – uso de headless & performance para experiencias escalables[[5]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=Tecnolog%C3%ADa%20moderna%20%26%20headless%20%2F,performance)  
- *Roles TRAID (documento interno)* – visión: unir estrategia comercial + excelencia técnica para escalar[[3]](file://file-EVBFzVeLufTrcGmLCJvh9a#:~:text=Visi%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%2C%20impulso%20comercial%20y,t%C3%A9cnica%20%E2%80%94%20alineados%20para%20escalar)  
- *PassionDigital (SEO B2B)* – importancia de schema.org (Organization, etc.) en sitios B2B[[6]](https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/#:~:text=Organization%20schema%20markup)

*(Cada referencia aportó ideas sobre estructura, mensajes efectivos o aspectos técnicos cruciales.)*

## 2. Sitemap completo

A continuación se propone un **sitemap** estructurado que cubre todas las secciones necesarias. Incluye páginas principales y subpáginas de servicios, así como recursos y legales:

{  
 "Home": "/",  
 "Servicios": {  
 "Shopify y Tienda Nube": "/servicios/ecommerce-shopify-tiendanube",  
 "Mercado Libre": "/servicios/marketplace-mercadolibre",  
 "Integraciones Personalizadas": "/servicios/integraciones-personalizadas",  
 "Consultoría B2B": "/servicios/consultoria-transformacion-digital"  
 },  
 "Casos de Éxito": "/casos-de-exito",  
 "Sobre Nosotros": "/sobre-nosotros",  
 "Recursos": "/recursos",   
 "Contacto": "/contacto",  
 "Legal": {  
 "Términos y Condiciones": "/legal/terminos",  
 "Política de Privacidad": "/legal/privacidad"  
 }  
}

**Lista legible del sitemap:**

* **Home** – Página de inicio (introducción a la agencia).
* **Servicios** – Sección principal de servicios con las siguientes subpáginas especializadas:
* *Shopify y Tienda Nube* – Desarrollo de tiendas online en Shopify y Tiendanube.
* *Mercado Libre* – Integración con Mercado Libre y marketplaces (sincronización de catálogo, etc.).
* *Integraciones Personalizadas* – Desarrollo de integraciones a medida (ERP, CRM, APIs) y apps custom.
* *Consultoría B2B* – Consultoría en comercio digital y transformación digital para empresas (estrategia, automatización, IA aplicada).
* **Casos de Éxito** – Portafolio de proyectos y testimonios de clientes (estudios de caso detallados).
* **Sobre Nosotros** – Información sobre la agencia: misión, equipo, metodologías, valores y diferenciadores.
* **Recursos** – Centro de recursos y contenido: blog de artículos, guías, whitepapers, etc. (para atraer y educar clientes potenciales).
* **Contacto** – Página para contacto comercial: formulario, info de contacto, ubicación.
* **Legal** – Sección legal con subpáginas de **Términos y Condiciones** y **Política de Privacidad** (obligatorias para cumplimiento).

*(Nota: “Servicios” funcionará como menú desplegable agrupador; cada servicio clave tiene su propia página. Además, “Legal” puede agruparse en el pie de página con sus dos páginas hijas.)*

## 3. Estructura por página

Se detalla la estructura semántica y bloques de contenido de las páginas principales. Cada bloque incluye su **propósito**, resumen de contenido y ejemplos de *microcopy* (texto específico) en español neutro.

### Home (Inicio)

* **Hero / Encabezado principal:** *Propósito:* Dar la **primera impresión** clara de la propuesta de valor. *Contenido:* Título H1 llamativo con el tagline principal, subtítulo reforzando beneficios y CTA prominente. *Microcopy:*
* **H1:** “Impulsa tu e‑Commerce con Tecnología de Alto Rendimiento”.
* **Subtítulo:** “Soluciones rápidas y escalables en Shopify, Tienda Nube y más – Sin promesas vacías, solo resultados medibles.”
* **Botón CTA:** “Habla con un Experto”.
* **Sección Servicios Destacados:** *Propósito:* Mostrar los **servicios clave** de un vistazo. *Contenido:* Breve lista o íconos de los servicios principales ofrecidos, cada uno con 1-2 líneas de descripción y un link a su página. *Microcopy:* “**Tiendas Shopify/Tienda Nube:** Lanzamos y optimizamos tu tienda online con velocidad y conversiones en mente.” (y similar para Integraciones, MercadoLibre, Consultoría).
* **Sección Casos de Éxito Preview:** *Propósito:* Ofrecer **prueba social** inmediata. *Contenido:* 2-3 estudios de caso resumidos (nombre cliente, logo, resultado logrado en números) con link a detalles. *Microcopy:* “Caso: **TechShop** – +45% ventas online tras migración a Shopify Plus.”
* **Sección Propuesta de Valor / Diferenciadores:** *Propósito:* Resaltar **por qué elegir TRAID**. *Contenido:* 3-4 columnas o íconos con aspectos diferenciadores (ej. “+10 años en e-commerce”, “Especialistas LATAM – métodos de pago locales”, “Código limpio y rápido”, “Acompañamiento post-lanzamiento”). *Microcopy:* “**Velocidad y estabilidad:** implementamos código nativo optimizado, sin hacks, asegurando cargas rápidas y tiendas sin caídas.”
* **Sección CTA Intermedia:** *Propósito:* Reforzar conversión a mitad de página. *Contenido:* Banner con un mensaje corto y botón CTA (por ej. oferta de una consultoría gratuita o diagnóstico de tienda). *Microcopy:* “¿Listo para escalar tu tienda? – *Solicita* un diagnóstico e‑commerce gratuito.”
* **Últimos Artículos/Recursos (opcional):** *Propósito:* Mostrar liderazgo de pensamiento. *Contenido:* 2-3 títulos recientes del blog con thumbnails. *Microcopy:* “Cómo integrar Shopify con Mercado Libre: guía paso a paso →”.
* **Footer (pie de página):** *Propósito:* Navegación secundaria y datos de contacto. *Contenido:* Enlaces rápidos (Servicios, Casos, Recursos, Legal), dirección o área de operación, teléfono, email, redes sociales. Incluye nota de derechos. *Microcopy:* “© 2025 TRAID Agency – Todos los derechos reservados.”

### Página “Servicios” (Landing de Servicios)

*(Si se decide tener una página general de Servicios además de las subpáginas)*  
- **Introducción Servicios:** *Propósito:* Presentar la **filosofía general de servicios** de la agencia. *Contenido:* Un párrafo introductorio destacando enfoque integral. *Microcopy:* “Ofrecemos un ecosistema completo de servicios e‑commerce – desde crear tu tienda online hasta integrarla con tus sistemas y marketplaces – adaptados al mercado latinoamericano.”  
- **Listado de Servicios con descripción:** *Propósito:* Navegación visual hacia sub-servicios. *Contenido:* Una tarjeta por servicio (Shopify/TiendaNube, MercadoLibre, Integraciones, Consultoría), con ícono o imagen, título y 2-3 líneas de descripción + botón “Ver más”. *Microcopy:* - “**Tienda Online Shopify/Tienda Nube:** diseño y desarrollo de tiendas rápidas, seguras y listas para escalar.”  
- “**Integración Mercado Libre:** automatiza la publicación de productos y sincroniza inventarios en tu tienda y Mercado Libre.”  
(…y así para cada servicio.)

### Subpágina de Servicio: *Shopify y Tienda Nube* (ejemplo)

* **Hero del Servicio:** *Propósito:* Dar un **mensaje claro específico** de ese servicio. *Contenido:* Título H1 con el nombre del servicio y breve propuesta de valor para ese ámbito, fondo relacionado (ej. imagen de pantalla de tienda online). *Microcopy:* “Tiendas Shopify & Tiendanube de Alto Rendimiento – Tu e‑commerce listo para crecer.”
* **Descripción y Problema-Solución:** *Propósito:* Explicar **qué hacemos** y **por qué importa**. *Contenido:* Par de párrafos: el primero describe el desafío típico (ej. “¿Tu tienda actual es lenta o no convierte?”), el segundo cómo el servicio de TRAID soluciona eso (tiendas rápidas, UX optimizada, etc.). *Microcopy:* “En el mercado digital de LATAM, una tienda lenta o genérica puede costarte ventas. Nuestro equipo crea tiendas Shopify/Tienda Nube a medida, optimizadas en velocidad, SEO y experiencia de usuario para maximizar conversiones.”
* **Lista de Capacidades/Características:** *Propósito:* Detallar **qué incluye** el servicio (bullet points de entregables). *Contenido:* 5-6 bullets, cada uno una característica o deliverable concreto. *Microcopy:*
* “**Desarrollo de tema personalizado:** diseño único respetando buenas prácticas de Shopify (Liquid) para evitar errores en updates.”
* “**Optimización de rendimiento:** tiempos de carga inferiores a 3s y puntajes Lighthouse “verdes” (Core Web Vitals óptimos).”
* “**Múltiples monedas e impuestos:** configuración adaptada a países LATAM para vender sin fricciones.”
* “**SEO técnico desde el día 1:** estructura de URLs, metaetiquetas y datos estructurados para rankear desde el lanzamiento.”
* **Caso de éxito relevante (dentro de página):** *Propósito:* Dar **prueba** aplicada del servicio. *Contenido:* Highlight de un cliente que usó este servicio y logró mejoras. Incluye breve testimonio o métricas. *Microcopy:* *“Gracias al nuevo sitio en Shopify,* ***Cliente X*** *aumentó 50% sus ventas online en 3 meses manteniendo estabilidad en picos de tráfico.”* – *Juan Pérez, E-commerce Manager.*
* **CTA final del Servicio:** *Propósito:* Invitar a contacto relacionado a ese servicio. *Contenido:* Texto motivador + botón. *Microcopy:* “¿Quieres llevar tu tienda al siguiente nivel? Habla con nuestros expertos en Shopify → [Botón: “Solicitar consultoría”]”.

*(Estructura similar se replicará para cada subpágina de servicio, adaptando el contenido: Ej.* *Mercado Libre* *enfocará integración marketplace – bullets de sincronización de stock, gestión de preguntas y reputación;* *Integraciones Personalizadas* *destacará conexión de sistemas (ERP, pagos, etc.) y automatizaciones a medida;* *Consultoría B2B* *describirá análisis estratégico, capacitación y uso de tecnologías (p.ej. IA, automatización) para digitalizar el negocio.)*

### Casos de Éxito

* **Intro/Encabezado Casos:** *Propósito:* Introducir la sección de portafolio con **valor de prueba social**. *Contenido:* Título H1 (“Casos de Éxito”) con un breve párrafo que destaca la cantidad de proyectos o el impacto general logrado. *Microcopy:* “Hemos impulsado negocios de distintos rubros en LATAM. Conoce algunos resultados obtenidos en nuestros proyectos recientes.”
* **Galería/Listado de Casos:** *Propósito:* Presentar múltiples casos brevemente, permitiendo filtrar o explorar. *Contenido:* Una tarjeta por caso de éxito, mostrando: nombre del cliente/proyecto, industria, una imagen (ej. screenshot del sitio o logo), y un titular con resultado clave. Cada tarjeta linkea a página detallada del caso. *Microcopy (en tarjeta):* “**ClientXYZ** – Migración a Shopify Plus: +120% crecimiento en ventas online”.
* **Página Detalle de Caso** (para cada caso, estructura a diseñar pero no requerido listar en sitemap): incluiría descripción del proyecto, objetivos, solución implementada, métricas antes/después, testimonios y galería visual. *Microcopy in-page:* Highlights como “🚀 *Incremento de conversión*: 2.3% → 4.5% post-rediseño” por ejemplo.
* (Si no se hacen páginas separadas, se puede usar un despliegue modal o acordeón para detalles de cada caso en la misma página).

### Sobre Nosotros

* **Misión/Visión Hero:** *Propósito:* Comunicar la **esencia y valores** de la agencia. *Contenido:* Un H1 con frase de impacto sobre la misión, y párrafo de visión. Puede incluir foto del equipo o gráfica representativa. *Microcopy:* “En TRAID Agency unimos tecnología y estrategia para acelerar el comercio digital en Latinoamérica.” (subtexto: “Nuestro objetivo: soluciones eficientes que hagan crecer negocios, no solo sitios web bonitos.”)
* **Historia & Equipo:** *Propósito:* Generar confianza mostrando **quiénes están detrás**. *Contenido:* Sección con breve historia de la agencia (fundación, experiencia acumulada) y presentación del equipo central. Esto puede ser en formato timeline + perfiles. *Microcopy:* “*Fundada en 2023*, TRAID surge para cubrir la brecha entre consultoría tradicional y ejecución técnica ágil en e‑commerce. Hoy contamos con expertos en desarrollo, marketing y automatización trabajando unidos.”
* **Equipo (perfiles):** Fotos o avatars de los 3 co-fundadores y roles clave, con nombres y rol/título, más 1-2 líneas destacando su aporte. *Microcopy (bajo cada perfil):* “**Nacho Leo – CTO:** 10+ años en desarrollo web, especialista en IA y automatización de procesos.” (Análogamente para los demás roles, enfatizando expertise).
* **Metodología / Cómo Trabajamos:** *Propósito:* Explicar la **forma de trabajo** única. *Contenido:* Un esquema de pasos o principios (p.ej. Descubrimiento → Desarrollo ágil → QA → Launch → Soporte continuo). Cada paso con un ícono y breve descripción. *Microcopy:* “**1. Diagnóstico Inicial:** analizamos tu situación e identificamos mejoras de alto impacto antes de escribir una línea de código.”
* **Clientes o Partners:** *Propósito:* Añadir credibilidad mostrando con quién han trabajado. *Contenido:* Logos de clientes relevantes (o listado de industrias atendidas), y certificaciones/alianzas (por ej. “Shopify Partner”, “MercadoLibre Developer”). *Microcopy:* “Confiaron en nosotros: [logos]. Partners tecnológicos: Shopify, Nube, etc.”
* **CTA a Contacto (dentro About):** *Propósito:* Invitar al lector inspirado a conectar. *Contenido:* Un bloque final con mensaje “¿Quieres ser nuestro próximo caso de éxito?” y botón a Contacto. *Microcopy:* “Hablemos sobre cómo escalar tu e‑commerce → *Contactar al equipo*.”

### Recursos (Blog/Contenido)

* **Listado de Recursos (Blog home):** *Propósito:* Servir de **hub de contenidos** útiles para atraer tráfico SEO y nutrir leads. *Contenido:* Página tipo blog index con búsqueda y categorías (ej. "E-commerce", "Marketing", "Tech/AI"). Lista cronológica o por categorías de artículos con título, breve descripción, fecha, y imagen miniatura. *Microcopy (list item):* “**Guía: Cómo integrar tu tienda online con Mercado Libre** – Aprende pasos y herramientas para sincronizar tu catálogo y pedidos automáticamente. *(Oct 2025)*.”
* **Destacado/Filtrado:** Opción para filtrar por tema (Shopify, Marketplace, etc.) o ver los “más leídos”. *Microcopy (sección lateral):* “**Categorías:** Estrategia, Desarrollo, Casos de Éxito, Tutoriales”.
* **Página de Artículo Individual:** *Propósito:* Presentar contenido de valor y optimizado SEO. *Contenido:* Título (H1), autor/fecha, cuerpo con subtítulos (H2, H3) e imágenes gráficas explicativas, e incluso contenido interactivo si aplica. Al final, CTA sutil (invitar a suscribirse a newsletter o contacto para consultoría relacionada al tema). *Microcopy:* finalizar con “¿Buscas ayuda para implementar estas ideas en tu negocio? **Contáctanos** y te asesoramos sin costo.”
* **Recursos adicionales (descargables):** Si aplica, incluir biblioteca de descargables (PDFs, guías) con formulario de lead gen, aunque esto puede estar en sub-secciones.

### Contacto

* **Formulario de Contacto:** *Propósito:* Facilitar que potenciales clientes **inicien conversación**. *Contenido:* Campos: Nombre, Email, Empresa, Teléfono (opcional), Mensaje/Proyecto. Botón enviar. Incluir mensaje de confirmación al enviar (“Gracias, responderemos en 24h”). *Microcopy (placeholder campos):* “Nombre Completo”, “Correo empresarial”, “¿En qué podemos ayudar a tu e‑commerce?”
* **Información de Contacto Directa:** *Propósito:* Ofrecer alternativas rápidas de contacto. *Contenido:* Lista de medios: email de ventas, teléfono/WhatsApp, dirección física (si hay oficina local) o al menos ciudad base, horario de atención. *Microcopy:* “✉️ **Email:** contacto@traidagency.com | 📞 **WhatsApp:** +54 9 … (LatAm)”.
* **Mapa (opcional):** Incrustar Google Maps si hay oficina para visitas o indicar cobertura (por ejemplo “Operamos en toda Latinoamérica (oficinas en Mendoza, ARG)”).
* **Redes Sociales:** Íconos/link a LinkedIn, etc., para quien quiera explorar más sobre la agencia.

### Legal (Términos y Privacidad)

* **Términos y Condiciones:** *Propósito:* Detallar las **condiciones de uso** del sitio y servicios. *Contenido:* Texto legal (política de servicio, limitaciones de responsabilidad, derechos de autor, etc.) dividido en secciones con subtítulos para legibilidad. *Microcopy:* “Última actualización: Oct 2025. Bienvenido a TRAID Agency. Al utilizar este sitio, usted acepta…”. (El lenguaje es jurídico formal, en español neutral, usando el “usted”).
* **Política de Privacidad:** *Propósito:* Informar sobre **manejo de datos personales**. *Contenido:* Secciones explicando qué datos se recaban (formulario, analytics), con qué propósito, cómo se almacenan, derechos del usuario (acceso, rectificación, supresión de sus datos), uso de cookies, cumplimiento GDPR/Ley local. *Microcopy:* “No compartiremos su información con terceros salvo para proveer nuestros servicios o cumplir obligaciones legales…”.

*(Ambas páginas legales deben ser accesibles desde el footer; su contenido será trabajado con asesoría legal, pero manteniendo la claridad.)*

## 4. Mensajería y CTAs

La comunicación de TRAID Agency debe transmitir **confianza técnica, claridad y enfoque en resultados**, con un tono profesional pero cercano (tuteo respetuoso, estilo directo). Se evitarán frases de venta exageradas (“¡Aumenta tus ventas al 1000%!”) y en su lugar se destacará la **eficiencia, rapidez y calidad técnica** como valor diferencial. El tono será **español neutro LATAM**, accesible para empresarios de la región sin localismos específicos.

**Tagline principal (Home):** Debe resumir la propuesta de valor en una frase impactante. Ejemplo propuesto: *“E‑commerce eficiente, crecimiento tangible”*. Alternativas: *“Tecnología ágil para tu comercio digital”* o *“Tu tienda online, optimizada para escalar”*. Esta frase funcionará como H1 en el home, acompañada de un subtítulo que detalle: *“Agencia especialista en Shopify, Tienda Nube y automatización – transformamos tu canal online con velocidad y excelencia técnica.”*.

**Propuesta de valor resumida:** En una línea: *“Tienda online y consultoría e‑commerce de alto rendimiento, sin rodeos: más velocidad, más integración, más conversiones.”* Esto comunica que somos directos al entregar valor.

**Bullets por servicio (mensajes clave):** Cada servicio tendrá 3–4 puntos breves que comuniquen beneficios. Por ejemplo:

* **Tiendas Shopify/Tienda Nube:**
* “*Lanzamiento rápido:* tienda en línea en semanas, no meses.”
* “*Performance top:* tiempos de carga por debajo de 2 segundos.”
* “*Diseño convertible:* UX enfocada en convertir visitas en clientes.”
* “*Autogestionable:* te capacitamos para manejar tu catálogo fácilmente.”
* **Integración Mercado Libre:**
* “*Sincronización total:* inventario, precios y pedidos unificados entre tu tienda y Mercado Libre.”
* “*Ahorra tiempo:* automatizamos preguntas frecuentes y actualizaciones, reduciendo gestión manual.”
* “*Más ventas:* amplia tu alcance aprovechando el marketplace #1 de LATAM sin doble trabajo.”
* **Integraciones Personalizadas:**
* “*Conecta tu negocio:* enlazamos Shopify/TiendaNube con tu ERP, CRM u otras plataformas para flujo de datos sin interrupciones.”
* “*Automatización:* eliminamos procesos repetitivos mediante bots y herramientas no-code adaptadas a tu operación.”
* “*Escalabilidad:* soluciones modulares que crecen con tu empresa, evitando re-trabajos futuros.”
* **Consultoría B2B:**
* “*Estrategia digital:* te ayudamos a definir roadmap de ecommerce B2B (distribuidores, mayoristas) acorde a tus objetivos.”
* “*Optimización de procesos:* identificamos cuellos de botella operativos y proponemos tecnologías (IA, RPA) para eficientar ventas y atención.”
* “*Capacitación:* formamos a tu equipo en nuevas herramientas y mejores prácticas e‑commerce.”

*(Estos bullets usan lenguaje centrado en beneficios y resultados tangibles: velocidad, ahorro de tiempo, alcance, etc., en lugar de solo características técnicas.)*

**Tone of voice y estilo general:**  
El tono será **profesional-técnico con cercanía**. Se hablará de “tú” al cliente pero mostrando autoridad en tecnología. Ejemplos de tono: - *“Sabemos lo que tu empresa necesita: soluciones ágiles, sin complicaciones.”* – Directo y empático. - *“Nuestro compromiso es simple: tiendas online rápidas, integraciones sin fallos y soporte experto a tu lado.”* – Enfatiza confiabilidad y simpleza. - Vocabulario: utilizar palabras como *“optimizar, escalar, automatizar, rendimiento, conversión”* que resuenan con eficiencia; evitar jerga muy coloquial o exageraciones tipo *“revolucionario, el mejor del mundo”*. Sí destacar hechos concretos: *“Nos especializamos en el mercado latinoamericano – dominamos pasarelas de pago locales, logística y particularidades fiscales de la región.”* Esto muestra conocimiento práctico sin necesidad de hype.

**Llamados a la acción (CTAs):** Deben ser claros, breves y orientados a la acción que el usuario entiende: - Principal en Home: *“Solicita una Consultoría Gratis”* o *“Habla con un Experto Ahora”*. Invita a dar el primer paso sin compromiso, ofreciendo algo de valor (una consultoría o diagnóstico gratuito). - CTAs secundarios: - En sección servicios: *“Ver Detalles”* (para cada servicio), - En casos de éxito: *“Leer Caso Completo”*, - En recursos: *“Lee más artículos”* o *“Descargar guía”* si hay descargables. - Contacto: botón de envío *“Enviar Mensaje”* o *“Solicitar Cotización”*. - Newsletter (si se implementa en recursos): *“Suscríbete para recibir recursos e-commerce”*.

**Mensajes de prueba y confianza:** (Social proof) Incluir testimonios reales de clientes satisfechos en tono genuino: - *“‘Gracias a TRAID duplicamos nuestras ventas online en 6 meses y automatizamos tareas tediosas. El equipo fue rápido y preciso.’ – Juan G., CEO de TiendaXYZ.”* - Logos de clientes: encima de un footer “Empresas que han confiado en nosotros:” para reforzar credibilidad. - Menciones de métricas logradas: *“+30% velocidad de sitio”, “-40% costo por adquisición”* etc., presentadas como logros promedio o destacados, siempre que sean verídicos.

En todo momento, la mensajería debe **enfocar la eficiencia**: que el cliente sienta que *“esta agencia entiende mi necesidad de resultados rápidos y confiables, sin rodeos.”* Por ejemplo, en vez de “te haremos líder del mercado”, decir *“mejoramos la velocidad de tu sitio porque sabemos que 1 segundo menos de carga = +7% conversión”* – es decir, dar argumentos técnicos y de negocio concretos. Este tipo de microcopy educa al cliente a la vez que vende sutilmente la propuesta de valor de TRAID.

## 5. SEO técnico y de contenidos

Para maximizar la visibilidad en buscadores y atraer al público objetivo (empresas LATAM buscando soluciones e-commerce), se implementará una estrategia SEO integral, tanto **técnica** como de **contenidos**:

**Keywords objetivo (short, mid y long-tail) por página principal:**  
- **Home:**  
- *Short-tail:* agencia e-commerce, agencia Shopify.  
- *Mid-tail:* agencia e-commerce LATAM, desarrollo tiendas online, consultoría e-commerce B2B.  
- *Long-tail:* agencia desarrollo tienda Shopify Latinoamérica, especialistas Tienda Nube y Mercado Libre, consultoría transformación digital comercio minorista.  
(El home apuntará a palabras clave generales de servicios e-commerce + marca TRAID Agency.)  
- **Servicios – Shopify/Tienda Nube:**  
- *Short:* agencia Shopify, tienda Nube desarrollo.  
- *Mid:* desarrollo tienda Shopify a medida, migrar a Tienda Nube, Shopify Plus partners Latam.  
- *Long:* cómo crear tienda Shopify profesional Argentina, experto Tienda Nube integraciones pago locales.  
- **Servicios – Mercado Libre:**  
- *Short:* integración Mercado Libre, sincronizar MercadoLibre.  
- *Mid:* gestión Mercado Libre para empresas, vincular Shopify con MercadoLibre.  
- *Long:* publicar productos automáticamente Mercado Libre desde Shopify, servicio integracion marketplace Mercadolibre Latam.  
- **Servicios – Integraciones Personalizadas:**  
- *Short:* integraciones ecommerce, apps Shopify personalizadas.  
- *Mid:* integrar Shopify con ERP, API MercadoLibre desarrollo.  
- *Long:* conectar tienda online con sistema de inventarios, desarrollador app Shopify LATAM.  
- **Servicios – Consultoría B2B:**  
- *Short:* consultoría e-commerce, consultor digital B2B.  
- *Mid:* consultoría transformación digital empresa, estrategia e-commerce B2B.  
- *Long:* cómo digitalizar ventas mayoristas, asesoría en implementar ecommerce en empresa tradicional.  
- **Casos de Éxito:**  
- *Short:* casos éxito ecommerce, proyectos Shopify Latinoamérica.  
- *Mid:* resultado migración a Shopify, tienda online caso de estudio.  
- *Long:* cómo X empresa aumentó ventas con Shopify, ejemplos éxito integracion MercadoLibre.  
- **Sobre Nosotros:**  
- *Short:* agencia ecommerce LATAM equipo, TRAID Agency.  
- *Mid:* equipo experto Shopify Latam, agencia latinoamericana transformación digital.  
- *Long:* quiénes son TRAID Agency, experiencia agencia ecommerce en Argentina.  
- **Recursos (Blog):**  
- *Short:* blog ecommerce, marketing digital Latam.  
- *Mid:* tips mejorar tienda online, estrategias ecommerce 2025.  
- *Long:* (varía por artículo, pero por ejemplo) cómo elegir plataforma ecommerce en Latinoamérica, pasos integrar tienda con Mercado Libre.  
- **Contacto:**  
- *Short:* contacto TRAID, agencia ecommerce contacto.  
- *Mid:* consultoría ecommerce gratis, hablar con experto Shopify.  
- *Long:* solicitar consultoría e-commerce sin costo, contactar agencia desarrollo tienda online.

Estas palabras clave se incorporarán de forma **natural** en títulos, headings y texto, evitando el keyword stuffing. Se priorizarán variaciones en español LATAM.

**Títulos SEO (title tags) y meta descripciones por página:**  
- **Home:**  
- *Title:* TRAID Agency – Agencia E‑Commerce (Shopify, MercadoLibre) en LatAm  
- *Meta desc:* Agencia de e-commerce para empresas en Latinoamérica. Desarrollo de tiendas Shopify/Tienda Nube, integraciones MercadoLibre y consultoría B2B. Calidad técnica, rapidez y resultados medibles.  
- **Shopify/Tienda Nube (Servicio):**  
- *Title:* Desarrollo de Tiendas Shopify y Tiendanube | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Tiendas online rápidas y escalables en Shopify & Tiendanube. Diseño a medida, migraciones, optimización SEO y soporte local LATAM. Lanza tu e-commerce con expertos.  
- **Mercado Libre (Servicio):**  
- *Title:* Integración con Mercado Libre y Marketplaces | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Conecta tu tienda online con Mercado Libre. Sincroniza productos, stock y pedidos automáticamente. Expandí tus ventas en marketplaces con integraciones a medida.  
- **Integraciones Personalizadas (Servicio):**  
- *Title:* Integraciones E‑Commerce a Medida (ERP, APIs) | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Automatiza y conecta tu e-commerce con sistemas internos. Desarrollamos integraciones y apps personalizadas para Shopify, Tienda Nube y más. Mejora eficiencia operativa con tecnología.  
- **Consultoría B2B (Servicio):**  
- *Title:* Consultoría E‑Commerce B2B y Transformación Digital | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Asesoría experta para digitalizar tu negocio B2B. Estrategia e-commerce, optimización de procesos, adopción de IA y automatización. Impulsa la transformación digital de tu empresa.  
- **Casos de Éxito:**  
- *Title:* Casos de Éxito – Proyectos E‑Commerce Destacados | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Resultados reales de nuestros clientes. Mira cómo empresas en LATAM crecieron con soluciones de e-commerce: migraciones a Shopify, integraciones y más, implementadas por TRAID.  
- **Sobre Nosotros:**  
- *Title:* Sobre Nosotros – Equipo y Valores | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Conoce al equipo detrás de TRAID Agency. Especialistas en e-commerce y tecnología en Latinoamérica, unidos por la excelencia técnica y la visión de hacer crecer tu negocio online.  
- **Recursos (Blog):**  
- *Title:* Recursos y Blog – Guías E‑Commerce y Tecnología | TRAID Agency  
- *Meta desc:* Aprende sobre comercio electrónico, marketing digital y tecnología. Guías, tips y casos de estudio para mejorar tu e-commerce en Latinoamérica, por el equipo de TRAID Agency.  
- **Contacto:**  
- *Title:* Contacto – Hablemos de tu Proyecto | TRAID Agency  
- *Meta desc:* ¿Listo para impulsar tu e-commerce? Contáctanos. Te ofrecemos una consultoría inicial sin costo para evaluar tu tienda online o proyecto digital. ¡Hablemos hoy!

*(Cada meta descripción tiene ~155 caracteres, enfocando las keywords principales y un call-to-action implícito. Los title tags contienen la keyword principal más el branding.)*

**Estructura de encabezados (H1–H3):**  
Cada página tendrá **un solo H1** (por accesibilidad/SEO), generalmente coincidente con el título visible principal. Luego H2 para secciones principales, H3 para sub-secciones internas. Por ejemplo, en Home: - H1: *Impulsa tu E‑Commerce con Tecnología de Alto Rendimiento* (tagline)  
- H2: *Servicios para potenciar tu negocio digital*  
- H3: *Tiendas Online Shopify/TiendaNube* (seguido por texto descriptivo)  
- H3: *Integraciones y Automatización*  
- H3: *Consultoría Estratégica B2B*  
- H2: *Casos de Éxito Destacados*  
- H2: *¿Por Qué TRAID?* (diferenciadores)  
- H2: *Contáctanos*

En una página de servicio, por ejemplo Shopify: - H1: *Tiendas Shopify y Tiendanube a Tu Medida*  
- H2: *¿Por qué elegir Shopify/TN con nosotros?*  
- H3: *Performance y SEO desde el inicio*  
- H3: *Diseño enfocado en convertir*  
- H2: *Qué incluye el servicio*  
- H3: *Desarrollo de Tema Propio*  
- H3: *Integraciones nativas*  
- … etc.  
- H2: *Caso de Éxito: Cliente XYZ*  
- H2: *Comienza tu mejora en e-commerce* (CTA final)

Este ordenamiento jerárquico ayuda a Google a entender la estructura del contenido y cubre variaciones semánticas de las keywords (buena práctica SEO).

**Schema.org sugerido:**  
Implementaremos **datos estructurados** en JSON-LD para enriquecer la apariencia en buscadores y proveer contexto: - En todas las páginas: usar el **schema Organization** con datos de TRAID Agency (nombre, logo, URL, teléfono, dirección base, área servida LATAM, etc.) y sameAs con redes sociales. Esto es crítico para B2B[[6]](https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/#:~:text=Organization%20schema%20markup), mejorando la claridad de marca en Google.  
- En Home o footer: schema WebSite con potentialAction de tipo SearchAction (si hay buscador interno) para facilitar sitelinks search.  
- En página de **Servicios**: podemos usar schema Service para cada servicio listado, especificando provider @type Organization (TRAID) y áreas de servicio (LatAm) y quizás agregando audience (BusinessAudience). Esto ayuda a que Google reconozca la oferta de servicios específicos.  
- En **Casos de Éxito**: para la página listado se podría marcar como CollectionPage, y cada caso individual con schema CreativeWork o CaseStudy (schema.org no tiene “CaseStudy” específico, pero se puede usar Article type with "articleType": "Case Study"). Incluiríamos propiedades como about (el tipo de proyecto), result (si aplicable), etc.  
- En **Artículos del Blog**: usar schema BlogPosting/Article con campos de autor, fecha, imagen, etc., para cada post, además del breadcrumb list.  
- En **Página de Contacto**: schema ContactPage y dentro el ContactPoint (ya incluido parcialmente en Organization schema, podemos repetirlo con emphasis en areaServed Latinoamérica, availableLanguage Español).  
- BreadcrumbList en todas las páginas (sobre todo servicios y artículos) para mejores breadcrumbs en SERPs.  
- Si se implementa sección de **FAQ** (por ejemplo en página de servicios o home al final), usar schema FAQPage con sus Q&A, lo cual puede generar rich snippets de Preguntas Frecuentes en Google.

**Plan editorial (10 artículos propuestos):**  
Desarrollar un blog con contenido útil atraerá clientes potenciales vía SEO. Se proponen 10 temas iniciales, enfocados en las **necesidades e intereses del público objetivo** (negocios buscando mejorar su e-commerce):

1. **“Shopify vs. Tiendanube: ¿Cuál es la plataforma ideal para tu negocio en LATAM?”** – Comparativa neutral con pros/contras de cada plataforma según distintos tamaños de negocio, incluyendo factores locales (pasarelas de pago, soporte). *(Keywords: elegir plataforma e-commerce, Shopify vs Tienda Nube)*
2. **“5 Claves para Integrar tu Tienda Online con Mercado Libre exitosamente”** – Guía práctica paso a paso para sincronizar inventario, gestionar pedidos y evitar errores comunes al conectar con MercadoLibre. *(Keywords: integrar tienda con Mercado Libre, sincronizar stock MercadoLibre)*
3. **“Cómo mejorar la velocidad de tu e‑Commerce (y por qué importa)”** – Explicación de cómo la performance (Core Web Vitals) impacta conversiones, con tips técnicos (minificar, CDN, imágenes optimizadas, uso de PWA/AMP). *(Keywords: optimizar velocidad tienda online, Core Web Vitals e-commerce)*
4. **“E‑Commerce B2B: estrategias para digitalizar las ventas mayoristas”** – Artículo orientado a empresas tradicionales B2B sobre cómo montar portales privados, catálogos con login, integraciones EDI/API, etc., con ejemplos. *(Keywords: ecommerce B2B Latam, digitalización canal mayorista)*
5. **“Caso de éxito: Migración de Magento a Shopify – [Cliente Ficticio]”** – Un estudio de caso narrativo (puede ser semi-ficticio si no hay cliente real inicial) mostrando el proceso de migrar una tienda grande a Shopify, obstáculos y resultados obtenidos en SEO, velocidad y ventas. *(Keywords: migrar Magento a Shopify, caso éxito Shopify)*
6. **“Mercado Pago, PayU, Stripe… Pasarelas de pago en LATAM comparadas”** – Explicación de opciones de pago online populares, sus comisiones, facilidad de integración con Shopify/TiendaNube, recomendación según país. *(Keywords: pasarelas pago latinoamérica, integrar MercadoPago Tienda Nube)*
7. **“Automatización en e-commerce: 5 tareas que puedes delegar a la IA o No-Code”** – Ejemplos concretos de automatizar marketing emails, chatbots de atención (WhatsApp), actualización de stock, etc., mencionando herramientas (Zapier, n8n, ChatGPT API) aplicadas a retail. *(Keywords: automatización e-commerce, IA en tiendas online)*
8. **“SEO para E-commerce en 2025: Tendencias y mejores prácticas”** – Sobre estrategia de contenido, Schema, optimización móvil, búsqueda por voz, marketplaces SEO (listings en ML), adaptado al contexto latinoamericano. *(Keywords: SEO ecommerce 2025, posicionamiento tienda online)*
9. **“Omnicanalidad: integrando la tienda física con la online”** – Cómo ofrecer una experiencia unificada: recoger en tienda, inventario unificado, usar soluciones como Shopify POS, caso de alguna marca conocida que lo haga en LATAM. *(Keywords: omnicanal retail Latam, unificar tienda física y online)*
10. **“Checklist: Preparando tu e-commerce para el Hot Sale/CyberMonday”** – Lista de verificación de performance (stress test), contenido, promos, logística, para grandes eventos de venta en línea en LatAm, con anécdotas de errores comunes a evitar. *(Keywords: preparar CyberMonday tienda online, checklist e-commerce alto trafico)*

Cada artículo se escribirá con enfoque educativo, entre ~1200 y 2000 palabras, usando SEO on-page (keywords en títulos H2, meta descriptions únicas, etc.), e incluirá al final un **CTA relacionado** (por ej., tras hablar de velocidad, invitar a una auditoría gratuita de performance). Esto no solo atrae tráfico sino que **demuestra la expertise** de TRAID Agency, generando confianza en prospectos.

## 6. Inventario de componentes UI reutilizables

Para acelerar el desarrollo y mantener consistencia, identificamos los **componentes de interfaz reutilizables** clave. Cada componente se diseñará en React (con Tailwind CSS), aceptando props para personalizar contenidos, y contemplará variantes (estados hover, mobile vs desktop, etc.):

* **Navbar (Barra de navegación):**  
  *Propósito:* Cabecera fija con la marca y enlaces de navegación principales.  
  *Props:* links (array de {name, url}), ctaButton (opcional, texto + url para botón destacado de contacto).  
  *Variantes:* Versión **desktop** (menú horizontal) y **móvil** (menú tipo hamburguesa desplegable). Estados de hover en links, y activo (resaltar sección activa).  
  *Estados:* Normal transparente vs. con fondo (por ejemplo, al hacer scroll).
* **Footer:**  
  *Propósito:* Pie de página con menús secundarios, contactos y redes.  
  *Props:* menus (agrupación de enlaces por categoría), socialLinks.  
  *Variantes:* Versión reducida para móviles (en columna) vs. varias columnas en desktop.  
  *Estados:* N/A (estático), asegurar legibilidad con buen contraste.
* **Hero Section:**  
  *Propósito:* Sección destacada con título grande, subtítulo y CTA.  
  *Props:* title, subtitle, bgImage (o variant for dark background), ctaText, ctaLink.  
  *Variantes:* Puede ser **fondo imagen** o **fondo animado** (por ejemplo, usando componente VantaBackground existente), según la página.  
  *Estados:* Parallax scroll effect (opcional), responsivo (texto centralizado en móvil vs lado a lado con imagen en desktop).
* **CTA Button:** (botón principal, aunque es elemento atómico)  
  *Propósito:* Llamados a la acción prominentes en varias secciones.  
  *Props:* text, href, theme (e.g. primary, secondary).  
  *Variantes:* **Primary** (ej. fondo morado, texto blanco), **Secondary** (outline o fondo gris claro), tamaños (normal, large).  
  *Estados:* hover (ej. ligeramente más oscuro o con sombra), active/pressed (hundido), disabled (grisado, sin interacción).
* **Service Card:**  
  *Propósito:* Tarjeta breve para representar un servicio o feature con ícono.  
  *Props:* icon (React component de Lucide u otro set), title, description, link.  
  *Variantes:* **Horizontal** (icono a la izquierda, texto a la derecha) vs **Vertical** (icono arriba, texto abajo).  
  *Estados:* hover (cambiar fondo o elevar con shadow), posiblemente efecto *tilt* o movimiento sutil.
* **Case Study Card:**  
  *Propósito:* Mostrar resumen de un caso de éxito.  
  *Props:* logo (imagen cliente), clientName, summary (breve resultado/quote), image (snapshot del proyecto), linkDetail.  
  *Variantes:* **con imagen** de fondo vs **sin imagen** (solo texto y logo).  
  *Estados:* hover (mostrar efecto overlay “Ver caso”), responsivo (en móvil stack vs grid en desktop).
* **Testimonial Slider/Carousel:**  
  *Propósito:* Mostrar citas de clientes de forma rotativa.  
  *Props:* testimonials (array de {quote, author, role, photo})  
  *Variantes:* **Slider automático** (carrusel que rota cada X segundos) o **estático** (muestra varios testimonios a la vez en grid).  
  *Estados:* hover (pausar auto-slide si se pone), active dot indicators.
* **FAQ Accordion:**  
  *Propósito:* Lista de preguntas frecuentes desplegables (podría ubicarse en página de servicios o contacto).  
  *Props:* items (array de {question, answer}).  
  *Variantes:* **Single expand** (solo una pregunta abierta a la vez) vs **multi-expand** (varias pueden estar abiertas).  
  *Estados:* collapsed vs expanded (toggle con icono +/– o arrow), including focus state for accessibility (outline visible al tab).
* **Blog Post Card:**  
  *Propósito:* Tarjeta de previsualización de artículo (en listado de blog).  
  *Props:* title, excerpt, image, date, tag (categoria).  
  *Variantes:* **Featured large** (una card grande destacada) vs **standard small** (para list).  
  *Estados:* hover (imagen oscurece y aparece “Leer más”), mobile stack vs desktop grid.
* **Contact Form:**  
  *Propósito:* Formulario reutilizable de contacto (usado en Contacto o formularios de consulta).  
  *Props:* fields (definición de campos: label, type, required), can include hidden field for source tracking.  
  *Variantes:* **Horizontal** (campos en fila, apto para footers subscripción) vs **Vertical** (campos en columna tradicional).  
  *Estados:* error (mostrar mensaje debajo del campo), success (mensaje de gracias). Debe manejar estados de loading al enviar (deshabilitar botón y mostrar spinner).
* **Modal/Dialog Component:**  
  *Propósito:* Mostrar contenido superpuesto (ej: formulario de suscripción, o detalle de caso si se usa modal).  
  *Props:* isOpen, onClose (función), title, children (contenido HTML interno).  
  *Variantes:* Tamaño **small/medium/large** dependiendo del uso (confirmación vs contenido amplio).  
  *Estados:* abierto (mostrar overlay semi-transparente detrás, animación de entrada) vs cerrado (escondido).
* **Statistic Counter:**  
  *Propósito:* Mostrar métricas destacadas animadas (por ej “+10 años experiencia”, “+20 proyectos”).  
  *Props:* stats (array de {number, label, suffix}), e.g. {20, "Proyectos completados", "+"}.  
  *Variantes:* **Animated count** (incrementa número al hacer scroll visible) vs estático.  
  *Estados:* en viewport (inicia animación) vs fuera (detenida).

Todos estos componentes se implementarán de forma **responsive** y accesible. Se aprovecharán iconos de **Lucide React** (como ya se usa en el prototipo existente) para consistencia visual en Service Card, FAQ toggles, etc. Se definirá un **design system** simple: paleta (probablemente manteniendo morados/azules como acento), tipografías y espaciados uniformes para que los componentes se integren armoniosamente.

Además, se buscará maximizar reuso: p. ej., *Service Card* y *Feature Card* pueden ser el mismo componente con props diferentes; *Testimonial Card* podría reutilizar estructura de card base. Esto reduce duplicación y facilita mantener el estilo uniforme.

Cada componente tendrá estados de interacción claramente definidos en CSS (usando clases Tailwind para hover:, focus:, active:). También se considerará el **modo oscuro vs claro**: dado el diseño inspiracional es dark-mode de base[[1]](https://v0.app/templates/ai-agency-landing-page-and-portfolio-site-Ka8r7wzBAS0#:~:text=A%20modern%20landing%20page%20template,and%20TypeScript%20safety%20%E2%80%A2%20Performance), se mantendrá posiblemente dark por defecto con opción de cambiar a claro; los componentes soportarían ambas variaciones vía clases (Tailwind dark:).

## 7. Plan de tracking y performance

Para garantizar que el sitio cumpla con estándares de rendimiento y provea datos útiles para el negocio, se implementará un plan de **tracking analítico** y **optimización continua**:

**Seguimiento (Analytics & Eventos Clave):**  
- Configurar **Google Analytics 4** desde el lanzamiento, con Google Tag Manager para flexibilidad. GA4 permitirá medir embudos de conversión personalizados (ej. clic en CTA → envío de formulario).  
- Definir **eventos clave** a rastrear: - *Clics en CTAs primarios* (ej. “Solicitar Consultoría” en home, “Enviar Contacto”), - *Envíos de formulario de contacto* (evento de conversión principal), - *Clic en botón WhatsApp* (tenemos un botón flotante de WhatsApp en el prototipo actual, seguir trackeando cuántos interactúan), - *Descargas de recursos* (si hay PDF/guías en Recursos), - *Reproducciones de video* (si incrustamos demos/testimonios en video).  
- Implementar **tracking de scroll/profundidad** en páginas largas (home, casos de éxito) para saber hasta dónde lee la gente, y de *salida* (exit intent) si es factible para activar pop-ups de suscripción.  
- Utilizar **event labels** para distinguir, por ejemplo, qué servicio interesó (si clic en “Ver más Shopify” vs “Ver más MercadoLibre”). Esto ayudará al equipo comercial a saber qué servicios generan más clics.  
- Integrar **Facebook Pixel / LinkedIn Insight** as needed para retargeting en redes sociales, dado enfoque B2B (LinkedIn podría ser útil).  
- Registrar conversiones específicas: una conversión principal podría ser “Lead generado” (envío de formulario o clic en mail/teléfono). Asignar metas en GA4 para esto, de modo que se pueda calcular tasa de conversión del sitio (leads/visitas).

**Métricas a monitorear (KPIs del sitio):**  
- **Tasa de conversión de visitante a lead:** por página y origen de tráfico. (Esperable mejorarla optimizando CTAs y usabilidad).  
- **Bounce rate / Engagement rate:** en GA4 el enfoque es Engagement (porcentaje de sesiones con interacción significativa). Vigilar páginas con alto bounce para mejorar contenido o relevancia.  
- **Tiempo promedio en página:** especialmente en artículos y casos de éxito – indica interés en contenido.  
- **Distribución de tráfico por dispositivo y país:** para optimizaciones específicas (ej. si mucho móvil, priorizar aún más performance móvil).  
- **CTR de CTAs**: % de usuarios que hacen clic en cada llamado a la acción importante. Si bajo, probar cambios de texto o posición (A/B testing en el futuro).  
- **Scroll depth**: % de página vista, especialmente en home; si muchos no pasan de mitad, considerar reordenar secciones.  
- **Salud SEO:** impresiones y clics desde Google Search Console, ranking de keywords objetivo (monitorear 10-15 keywords principales periódicamente).

**Performance (rendimiento web):**  
Desde el desarrollo, se impondrán buenas prácticas para que el sitio cargue rápido y sea ligero: - Utilizar **Next.js SSR** para servir contenido renderizado en servidor, mejorando el TTFB y SEO. Habilitar también **ISR** (incremental static regeneration) para páginas de contenido que no requieran SSR dinámico frecuente (blog posts, casos de éxito) – así ganamos velocidad de estático.  
- Cargar scripts de terceros de forma optimizada: Google Analytics con gtag.js asíncrono, píxeles en modo defer, etc., para no bloquear render.  
- **Optimización de imágenes:** Usar next/image para tamaños adaptativos y formatos modernos (WebP/AVIF). Cargar imágenes *lazy* (bajo fold, solo cuando aparecen en viewport).  
- **Minimizar CSS/JS:** Tailwind ya produce CSS purgado de no-usados. Asegurar build en producción minificada. Dividir el bundle en chunks (Next lo hace automáticamente) y habilitar **code-splitting** para que, por ejemplo, librerías pesadas solo carguen en páginas que las necesitan.  
- Revisar uso de animaciones (como Vanta background); si causa mucha carga, considerar alternativas más ligeras o activarla solo en desktop potente. Evaluar impacto con Lighthouse.  
- **Caching y CDN:** Al hostear en Vercel, aprovechar la CDN global. Configurar cache headers adecuados para assets estáticos (imágenes, JS, CSS) y revalidación para contenido dinámico.

**Checklist de rendimiento y accesibilidad (QA antes de launch):**  
- Realizar pruebas Lighthouse/PageSpeed Insights hasta lograr al menos **90+** en Performance, **90+** en Best Practices, **100** en SEO, y **90+** en Accesibilidad.  
- **Core Web Vitals:** asegurar: LCP < 2.5s, CLS < 0.1, INP (o FID) dentro de buen rango. Utilizar herramientas de Web Vitals monitoring (por ejemplo el Analytics de Vercel o integrar Google Analytics Web Vitals). “Un sitio que cumple con los Core Web Vitals reduce la tasa de abandono significativamente”[[7]](https://business.adobe.com/blog/basics/web-vitals-explained#:~:text=them%20business,%E2%80%9D) – buscaremos esos umbrales.  
- Accesibilidad: verificar contraste de colores (texto vs fondo) para AA mínimo. Tailwind plugin for accessibility or manual check: todos los botones y links accesibles vía teclado (usar tabindex, focus styles visibles), imágenes con alt descriptivo, formularios con labels asociados.  
- Incluir atributos ARIA donde corresponda (menus, acordeones) para lectores de pantalla.  
- Probar navegación en dispositivos reales: Android bajo 3G, iPhone, distintos navegadores, para garantizar compatibilidad y detectar cuellos de rendimiento (ej. profilado con devtools Performance).  
- **Carga diferida** de elementos no esenciales: por ejemplo, insertar mapas de Google Maps solo cuando el usuario scroll cerca de la sección de mapa (uso de IntersectionObserver). Igual con vídeos o iframes.  
- Implementar **prefetch/prerender** de rutas internas con Next (cuando usuario hace hover en un enlace interno, Next puede pre-cargar esa page chunk). Esto hará que navegar entre páginas sea casi instantáneo.  
- **Monitoring post-lanzamiento:** Usar Google Analytics y/o Vercel Analytics para detectar métricas reales de carga (TTFB, etc.). Configurar alertas si alguna métrica clave baja (por ej, si LCP en campo sube por encima de 2.5s, investigar).

**Plan de mejora continua:**  
Una vez en producción, adoptar ciclos de revisión: mensualmente revisar reporte de Search Console (errores de cobertura, usabilidad móvil), Google Lighthouse CI (podemos usar GitHub Actions o Vercel checks para correr Lighthouse en cada deploy). También recopilar feedback de usuarios en cuanto a usabilidad.

Asimismo, implementar un plan de **A/B testing** a futuro: por ejemplo, probar distintas versiones de texto de hero o color de CTA para ver cuál convierte mejor, usando Google Optimize o similar (si bien Google Optimize discontinuó, buscar alternativa).

En resumen, el plan garantiza que la web de TRAID Agency no solo se vea bien, sino que **funcione rápido, sea encontrada fácilmente y convierta visitas en oportunidades**, todo medido con rigurosidad. Con esta arquitectura y enfoque, TRAID podrá destacar en el mercado B2B de soluciones e-commerce, proyectando una imagen de **eficiencia, innovación y confianza técnica** desde su propio sitio web. [[5]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=Tecnolog%C3%ADa%20moderna%20%26%20headless%20%2F,performance)[[6]](https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/#:~:text=Organization%20schema%20markup)

[[1]](https://v0.app/templates/ai-agency-landing-page-and-portfolio-site-Ka8r7wzBAS0#:~:text=A%20modern%20landing%20page%20template,and%20TypeScript%20safety%20%E2%80%A2%20Performance) v0 - AI Agency Landing Page & Portfolio Site - v0 by Vercel

<https://v0.app/templates/ai-agency-landing-page-and-portfolio-site-Ka8r7wzBAS0>

[[2]](https://www.maniadigital.tech/#:~:text=Describe%20brevemente%20tu%20empresa%20o,c%C3%B3mo%20podemos%20potenciar%20tu%20negocio) mania-digital-ai

<https://www.maniadigital.tech/>

[[3]](file://file-EVBFzVeLufTrcGmLCJvh9a#:~:text=Visi%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%2C%20impulso%20comercial%20y,t%C3%A9cnica%20%E2%80%94%20alineados%20para%20escalar) TRAID\_Agency\_Estructura\_Roles.docx

<file://file-EVBFzVeLufTrcGmLCJvh9a>

[[4]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=apariencia%20bonita%3A%20necesita%20estrategia%2C%20rendimiento,y%20crecimiento) [[5]](https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/#:~:text=Tecnolog%C3%ADa%20moderna%20%26%20headless%20%2F,performance) Agencia Shopify Latam | Desarrollo eCommerce, migraciones y apps

<https://www.kuvinnovation.com/es/pages/shopify-latam-agency-e-commerce/>

[[6]](https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/#:~:text=Organization%20schema%20markup) Schema Markup for B2B Businesses | Passion Digital®

<https://passion.digital/blog/schema-markup-for-b2b-businesses/>

[[7]](https://business.adobe.com/blog/basics/web-vitals-explained#:~:text=them%20business,%E2%80%9D) Core Web Vitals — What they are and how to optimize them

<https://business.adobe.com/blog/basics/web-vitals-explained>