

SEGUIMIENTO PROYECTO: SITIO WEB

INFORMACIÓN Y DATOS sobre la WEB

Nombre de la página web: Escuela NARAYANA -
MIND FUL YOGA: Desarrollo Personal
y Potencial Humano

Dominio: narayanamindyoga.es

GitHub: <https://github.com/PikaCode5900/yoga-school-app>

Sobre el PROYECTO...

Resumen

- **Fecha de inicio:** 07/06/23
- Tipo de producto: Página Web - Blog, Cursos, Sobre mi,...
- Área del producto: YOGA, Salud, Bienestar, autoconocimiento y desarrollo personal, activación potencial humano,...
- ID de proyecto: [PWY1](#)

Hitos importantes

- Preparar todo para la fase de planificación
- Diseñar los bocetos del proyecto, como pueden ser el Moodboard y Wireframe
- Configuración del entorno de desarrollo

VISTA GENERAL del [PROYECTO](#)

Leyenda de campo global "ESTADO":

NO EMPEZADO	EN CURSO	SOLUCIONANDO O PROBLEMA	BLOQUEADO O RETRASADO	COMPLETO
----------------	----------	----------------------------	--------------------------	----------

- **NO EMPEZADO:** Esta tarea aún no ha comenzado, y no se ha realizado ningún progreso en ella. (Sin actividad registrada)
- **EN CURSO:** Esta tarea está actualmente en progreso y se están haciendo avances en ella. (Progreso activo)
- **SOLUCIONANDO PROBLEMA:** Se han encontrado algunos problemas o errores en la tarea que deben resolverse antes de poder avanzar. Se está trabajando para resolver estos problemas. (Problemas identificados y en proceso de resolución)
- **BLOQUEADO O RETRASADO:** Hay algún problema que impide el progreso en esta tarea, como la falta de recursos o la necesidad de una decisión del cliente. La tarea puede estar retrasada debido a este problema. (Progreso detenido debido a bloqueo o retraso)
- **COMPLETO:** Esta tarea ha sido terminada con éxito y ha cumplido con todos los requisitos y expectativas del proyecto. (Tarea finalizada y aprobada)

ACCIONES | INICIO, ESTADO Y FINALIZACIÓN

Acciones y asignación	Prioridad: Alta, media, baja Fecha de inicio: DD/MM/AA	Estado / Tiempo estimado y real para completar/ Información relevante:
-----------------------	---	--

FASE DE PLANIFICACIÓN

ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS
Camino a seguir para su desarrollo o fase por fase	Pablo	Alta	07/03/23	2	COMPLETO	Se define un camino para el proyecto para seguir un orden establecido para su desarrollo
Elección de título o nombre del proyecto junto sus						

apartados más importantes	Pablo	Media	07/03/23 05/10/23 06/10/23	3 4,5 3	COMPLETO	Colaborar con la propietaria del sitio web para definir los elementos esenciales de una página web, como el título o nombre, secciones clave, elección del dominio y otros aspectos fundamentales, es esencial para crear una plataforma verdaderamente personalizada y única.
---------------------------	-------	-------	----------------------------------	---------------	----------	--

--	--	--	--	--	--	--

FASE DE DISEÑO

ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS
----------	-------------	-----------	------	--------------	--------	-------

Diseño de Moodboard, Wireframes -

es, primeros bocetos y ideas para el diseño de la Página Web	Pablo	Alta	04/10 /23 05/10 /23 06/10 /23 10/10 /23 11/10 /23 15/10 /23	3 3 2 2 3 3	COMPLETO	La creación de un Moodboard es una fase crucial en el proceso de diseño de la página web. Un Moodboard es una representación visual que captura la esencia y la dirección estética del proyecto. En esta tarea, se recopilan y organizan imágenes, colores, tipografías y elementos visuales que reflejan la identidad y el estilo de la página web de manera coherente.
FASE DE DESARROLLO						
ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS
Configuración						

Inicial del Entorno de Desarrollo	Pablo	Alta	04/10/23	6	COMPLETO	Se configura de manera adecuada todo lo necesario para comenzar a poder desarrollar el proyecto en Github, con la ayuda de un motor de Git y Visual Studio Code, un buen editor de código fuente
Desarrollo de el sitio web	Pablo	Alta	19/02/22			

FASE DE PRUEBAS

ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS

FASE DE LANZAMIENTO

ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS

FASE DE MANTENIMIENTO						
ACCIONES	PROPIETARIO	PRIORIDAD	DÍAS	HORAS REALES	ESTADO	NOTAS

Sobre las **ACCIONES Y TAREAS ESPECÍFICAS:**

ACCIONES | TAREAS | FASE DE PLANIFICACIÓN



FASE DE PLANIFICACIÓN

ACCIÓN	REVISIÓN del CLIENTE	PROPIETARIO	DESCRIPCIÓN	ESTADO	NOTAS
Tarea específica	El cliente marca si lo ha REVISADO	Quién la realiza?	Descripción corta de la acción	Revisar la "leyenda"	Notas sobre la acción
CAMINO A SEGUIR FASE X FASE					
Creación de					

un documento para definir camino de desarrollo	✕	Pablo	He creado un documento para planificar el desarrollo de la pagina web fase por fase	COMPLETO	Creado sin ningún problema en formato Markdown (md)
Definir un camino para el desarrollo de la web	✕	Pablo	Relleno el documento para planificar el desarrollo de la pagina web	COMPLETO	Se ha conseguido definir un correcto camino a seguir, aunque siempre puede sufrir cambios.
Revisar todo	✕	Pablo	Revisar el archivo para cualquier cambio a futuro y repasarlo	COMPLETO	Se revisa y verifica que todo este bien, quizás sufra algún cambio ahora o más adelante

ELECCIÓN del TÍTULO/ NOMBRE del PROYECTO
Junto con sus APARTADOS + IMPORTANTES

Pensar que campos

importantes antes se necesitan conocer en una web, tales como el título, dominio, paleta de colores, etc.		Pablo y Cliente	Se prepara una sección que debe rellenar el dueño de la web se encuentra en la parte de abajo de este seguimiento, concretamente después del apartado de ESCRITOS en el ESPACIO DEL CIENTE se encuentra una sección, PROPORCIÓN DE DATOS PARA SU PRODUCTO , donde el propietario de la web especifica los campos básicos de una web	COMPLETO	Se deben tomar decisiones importantes sobre los campos que se necesitan conocer para personalizar y hacer una web única.
Elección de campos básicos de la web		Marian	La dueña de la web rellena los campos básicos de una web, es este caso: título de la web, dominio	COMPLETO	Recordar que se encuentra abajo, debajo del apartado de ESCRITOS en el ESPACIO DEL CIENTE

Elección del AVATAR o CLIENTE objetivo	<input type="checkbox"/>	Pablo y Cliente	Se especifica el cliente objetivo, AVATAR o buyer persona, analizando su perfil junto con el socio informático	COMPLETO	Recordar que se encuentra abajo , debajo del apartado de ESCRITOS en el ESPACIO DEL CIENTE justo después del campo (Elección de modelo de negocio) , para cualquier duda y reflejar la elección final
Buscar PROPUESTA ÚNICA DE VALOR (PUV)	<input type="checkbox"/>	Pablo y Cliente	Se inicia la tarea de "Buscar la Propuesta Única de Valor (PUV)" sería identificar y comunicar de manera clara y convincente lo que hace que un producto, servicio o negocio sea único y valioso para su audiencia objetivo	COMPLETO	Recordar que se encuentra abajo , debajo del apartado de ESCRITOS en el ESPACIO DEL CIENTE justo después del campo (Elección de usuario objetivo) , para cualquier duda y reflejar la elección final

<p>Seleccionar y registrar el NOMBRE de DOMINIO</p>	<input type="checkbox"/>	<p>Pablo y Cliente</p>	<p>Se ha seleccionado [Proveedor de Dominio] como la opción preferida para el registro del dominio de la página web de la NARAYANA MIND YOGA. Escuela Yoga, Salud y Potencial Humano [Proveedor de Dominio] fue elegido por razones específicas, como precio asequible, buena reputación, facilidad de uso, etc.. Se procederá con el registro del dominio una vez confirmada su disponibilidad</p>	<p>EN PROCESO</p>	<p>Tres opciones a valorar como proveedor de el dominio:</p> <p><u>Hostinger:</u> Proveedor de dominios con precios competitivos, una interfaz sencilla y un buen servicio al cliente. Ideal si buscas simplicidad y buen soporte.</p> <p><u>DonDominio:</u> Empresa con experiencia en dominios, ofrece una amplia gama de servicios relacionados y es conocida por su fiabilidad. Una opción sólida para registro y gestión de dominios.</p> <p><u>IONOS</u> (anteriormente 1&1 IONOS): Líder en servicios web, con opciones de registro de dominio y soluciones adicionales como hosting y herramientas para sitios web. Ideal si buscas una suite completa de servicios web.</p>
---	--------------------------	------------------------	--	-------------------	---

ANALISIS webs de LA COMPE TENCIA	<input type="checkbox"/>	Pablo Y Cliente	<p>Esta tarea implica el análisis detallado de las páginas web de competidores en el NICHO de "Autoconocimiento y Desarrollo Personal", en el SUB Nicho del YOGA y, más específicamente, en el MICRO Nicho del MIND YOGA (Yoga para la mente: Meditación y Mindfulness). El objetivo es comprender cómo se posicionan, qué estrategias utilizan, y qué aspectos destacan en sus sitios. Esto proporcionar</p> <p>á información</p>	EN PROCE SO	<p>En mi análisis de competidores para la Escuela Narayana Mind Yoga, es esencial que identifique a los competidores principales y examine a fondo sus sitios web. Prestaré atención a la estructura y navegación, estrategias de contenido, paletas de colores y branding, estrategias de SEO, opciones de registro y membresía, experiencia del usuario y estrategias de marketing en redes sociales. Utilizaré estos hallazgos para identificar oportunidades y áreas de mejora, y adaptaré mi estrategia para destacar en el mercado del yoga, la salud psico-física-emocional y el desarrollo del potencial humano o crecimiento personal.</p>
----------------------------------	--------------------------	-----------------	--	-------------	---

	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				

FASE DE **DISEÑO**

ACCIÓN	Revisado o Cliente	PROPIETARIO	DESCRIPCIÓN	ESTADO	NOTAS
Tarea específica	El cliente marca si lo ha revisado	Quién la realiza?	Descripción corta de la acción	Revisar la "leyenda"	Notas sobre la acción

DISEÑO de Moodboard, BOCETOS y Wireframes para la PÁGINA WEB

Diseño de

Moodboard	<input type="checkbox"/>	Pablo	La creación de un Moodboard es una fase crucial en el proceso de diseño de la página web.	COMPLETO	Un Moodboard es una representación visual que captura la esencia y la dirección estética del proyecto. En esta tarea, se recopilan y organizan imágenes, colores, tipografías y elementos visuales que reflejan la identidad y el estilo de la página web de manera coherente.
Diseño de Wireframe o boceto conceptual de la web	<input type="checkbox"/>	Pablo y Cliente	Al igual que el Moodboard, la wireframe muestra parte del diseño de la web y se hace una idea de su concepto de diseño.	COMPLETO	La wireframe, al igual que el Moodboard, es una representación visual simplificada del diseño web, destacando la disposición básica de elementos clave. Permite una comprensión temprana del diseño y ayuda a identificar problemas de usabilidad antes del desarrollo completo.

Diseñar un logotipo o eficaz	<input type="checkbox"/>	Pablo y Cliente	<p>Evaluaremos la necesidad de rediseñar o mejorar el logotipo existente de la Escuela Narayana Yoga. Aunque la propietaria ya cuenta con un logotipo, es importante analizar su eficacia y si cumple con los objetivos de la marca. Se considerará la claridad, la coherencia con la identidad de la marca y su capacidad para transmitir los valores y la esencia de la escuela.</p>	NO EMPEZADO	<p>En este caso la propietaria del sitio cuenta con uno, por lo que en principio sería innecesario. No obstante llevaremos a cabo una aconsejable revisión y actualización, si fuera necesario.</p>
	<input type="checkbox"/>				

FASE DE **DESARROLLO**

ACCIÓN	Revisado Cliente	PROPIETARIO	DESCRIPCIÓN	ESTADO	NOTAS
Tarea específica	El cliente marca si lo ha revisado	Quién la realiza?	Descripción corta de la acción	Revisar la "leyenda"	Notas sobre la acción
CONFIGURACIÓN inicial del ENTORNO DE DESARROLLO					
Configuración de Visual Studio, workspace	<input type="checkbox"/>	Pablo	Se configuran las extensiones necesarias para el desarrollo web, como linters para chequear el código, extensiones de Git y temas de color...	COMPLETO	Todo correcto
Configuración de Git y GitHub-					

b	<input type="checkbox"/>	Pablo	Configuraciones previas para la creación de el repositorio en Github	COMPLETO	Todo correcto
Creación y Clonación de un Repositorio	<input type="checkbox"/>	Pablo	Utilizo GitKraken, un cliente de Git, para la clonación remota de el repositorio a Github	COMPLETO	Todo correcto
Estructura de Carpetas del Proyecto	<input type="checkbox"/>	Pablo	Organizo el proyecto en una estructura de carpetas coherente, como separar archivos de código fuente, recursos, imágenes, etc.	COMPLETO	Todo correcto
Configuración de Entorno de Desarrollo	<input type="checkbox"/>	Pablo	Instalo las dependencias del proyecto, como Node.js + Vue.js y npm si son necesarios y configuro un entorno virtual o un		

proyecto.	COMPLETO			
Configuración de Variables de Entorno	<input type="checkbox"/>	Pablo	Defino y configuro las variables de entorno necesarias para mantener secretos y configuraciones sensibles fuera del control de versiones.	COMPLETO
Prueba de Integración de Herramientas	<input type="checkbox"/>	Pablo	Me aseguro de que Visual Studio Code, GitKraken y GitHub estén correctamente integrados y funcionando.	COMPLETO

FASE DE LANZAMIENTO

ACCIÓN	Revisado Cliente	PROPIETARIO	DESCRIPCIÓN	ESTADO	NOTAS
Tarea específica:	El cliente marca si lo ha revisado	Quién la realiza?	Descripción corta de la acción	Revisar la "leyenda"	Notas sobre la acción

		<p>El MÉTODO de lanzamientos digitales "La FÓRMULA de LANZAMIENTO" es conocida mundialmente y fue creada por el norte americano Jeff Walker y transmitida al mundo de habla hispana por su discípulo Luis Carlos Flores, residente en México. Y que actualmente se le considera como el Líder de la Fórmula de Lanzamiento en países de habla hispana.</p> <p>Esta Fórmula se basa en CINCO fases:</p> <ol style="list-style-type: none">1. CAPTACIÓN de leads o prospectos (posibles clientes)2. REGISTRO: a través de una creación de una LANDING PAGE los clientes interesados se inscriben y pasan a formar parte de nuestra comunidad como clientes potenciales.3. ENTRENAMIENTO GRATUITO o	
REALIZA			

	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				
FASE DE MANTENIMIENTO					
ACCIÓN	Revisado o Cliente	PROPIETARIO	DESCRIPCIÓN	ESTADO	NOTAS
Tarea específica	El cliente marca si lo ha revisado	Quién la realiza?	Descripción corta de la acción	Revisar la "leyenda"	Notas sobre la acción
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				
	<input type="checkbox"/>				

• Elección de **CAMPOS BÁSICOS de la WEB o producto:**

1. **Título o nombre de la web:** - NARAYANA YOGA I NaN Rivas
2. **Dominio de la web:** - narayanamindyoga.es

3. **Paleta de colores (se puede adjuntar una imagen):** - MAGENTA Y GRISES o MORADO Y NARANJAS (*Clica [AQUÍ](#) para ver los colores e ir seleccionándolos*)
4. **Tipografías:** - Poppins ExtraLight 200 y GOTIC o estilo no muy recto, pero relajado y serio
 - **Nombre del Sitio Web:** La elección del nombre de dominio es importante para tu presencia en línea. Los nombres "YogaNarayana.com" y "EscuelaYogaNarayana.com" son bastante directos y pueden ser fáciles de recordar. "MariánRivasYoga.com" también es una opción personalizada. Considera qué nombre se alinea mejor con la identidad y el enfoque de tu proyecto.
 - **Paleta de Colores:** La combinación de colores magenta y grises, o morado y naranjas, puede ser atractiva y transmitir una sensación de calma y energía al mismo tiempo. Asegúrate de que estos colores se utilicen de manera coherente en tu sitio web y en tu marca en general.
 - **Dominio del sitio web**

Razón por la elección final:

- **El nombre** se selecciona por este significado la palabra "**Narayana**" puede tener varios significados dependiendo del contexto cultural y religioso en el que se utilice. Uno de los significados más prominentes se encuentra en el **hinduismo**, donde "**Narayana**" es un nombre divino que se refiere a una **deidad suprema**, una forma de **Vishnu**, quien es considerado como el sustentador y preservador del universo. Narayana es visto como la fuente de todo lo existente y el principio eterno que mantiene el **orden cósmico**. En el contexto del hinduismo, Narayana es adorado y reverenciado en múltiples textos sagrados, himnos y tradiciones religiosas. Se le atribuyen cualidades divinas como la omnipotencia, la omnisciencia y la omnipresencia. Los devotos lo consideran como la deidad suprema que encarna la verdad y la virtud.

En esta tradición religiosa, Narayana es considerado una de las formas supremas de Dios, y su nombre se compone de dos partes: "**Nara**" y "**Ayana**". "**Nara**" se refiere al ser humano o al alma, mientras que "**Ayana**"

significa refugio o morada. Entonces, "**Narayana**" se interpreta a menudo como "el refugio o morada del alma".

Narayana es adorado no solo como el creador y preservador del universo, sino también como el ser supremo que reside en el corazón de todos los seres vivos. Esta deidad encarna la idea de que todas las almas individuales encuentran su refugio y descanso final en él. La adoración de Narayana es fundamental en diversas ramas del hinduismo, incluyendo el vaishnavismo, donde se considera a Vishnu (del cual Narayana es una forma) como la deidad suprema a la que los devotos aspiran alcanzar a través de la devoción y la entrega.

Es importante destacar que la riqueza de significados y simbolismo asociados con "**Narayana**" en el hinduismo es profunda y ha influido en la filosofía, la religión y el arte de la India a lo largo de los siglos.

--Sobre el título--

Un buen título para una página web debe ser claro, preciso y conciso. Aquí te dejo algunos consejos para crear un título efectivo:

1. Debe ser relevante: El título debe describir el contenido de la página y ser relevante para el usuario que la está buscando.
2. Ser único: Asegúrate de que el título sea original y no se parezca a otros títulos de páginas web. Esto ayuda a destacar en los resultados de búsqueda y a diferenciarse de la competencia.
3. Uso de palabras clave: Incluye las palabras clave relevantes en el título para que los motores de búsqueda puedan identificar de qué se trata la página.
4. Ser breve: El título debe ser lo suficientemente corto como para que los usuarios puedan leerlo de un vistazo. Un título largo puede confundir o desanimar a los usuarios.
5. Ser atractivo: Usa un lenguaje atractivo para hacer que el título sea más llamativo y atraer la atención de los usuarios.
6. No ser engañoso: Evita crear títulos engañosos o que no tengan nada que ver con el contenido de la página. Esto puede hacer que los usuarios se sientan decepcionados y reducir su confianza en la marca.

Siguiendo estos consejos, podrás crear un título efectivo y atractivo para tu página web.

--Sobre el Dominio--

El dominio de una página web debe ser fácil de recordar, fácil de escribir y lo más corto posible. Algunas sugerencias para elegir un buen dominio incluyen:

Brevedad: elige un nombre de dominio que sea corto y fácil de recordar. Los nombres de dominio largos y complicados pueden ser difíciles de recordar y pueden causar errores al escribir.

Claridad: asegúrate de que tu nombre de dominio refleje claramente el propósito de tu sitio web. Un nombre de dominio relevante y descriptivo puede ayudar a los visitantes a encontrar tu sitio más fácilmente.

Evitar caracteres especiales: trata de evitar el uso de caracteres especiales como guiones, números y símbolos en tu nombre de dominio, ya que esto puede dificultar la escritura y la memorización del nombre.

Ortografía: asegúrate de que el nombre de tu dominio se escriba correctamente y de que no tenga palabras mal escritas o confusas. **(lo único que debes obviar son las tildes a toda costa)**

Extensión: elige una extensión de dominio relevante y adecuada para tu sitio web. La extensión .com es la más utilizada y reconocida, pero también hay otras extensiones como .org, .net, .edu, etc. que pueden ser más adecuadas para tu sitio web dependiendo de su propósito y contenido.

Ejemplos

- .com (Comercial): google.com, amazon.com, facebook.com
- .org (Organizaciones): wikipedia.org, greenpeace.org, mozilla.org
- .net (Redes): stackoverflow.net, behance.net, dribbble.net
- .edu (Instituciones educativas): harvard.edu, mit.edu, stanford.edu
- .gov (Gubernamentales): whitehouse.gov, nasa.gov, cia.gov
- .mil (Militares): army.mil, navy.mil, marines.mil
- .info (Informativas): imdb.info, bbc.info, weather.info
- Extensiones de nivel superior geográfico como .es / ESPAÑA:
 - .com.es: para empresas o negocios comerciales en España.
 - .org.es: para organizaciones sin ánimo de lucro en España.
 - .gob.es: para entidades gubernamentales españolas.
 - .edu.es: para instituciones educativas en España.
 - .cat: para entidades relacionadas con la cultura y el idioma catalán.
 - .eus: para entidades relacionadas con la cultura y el idioma vasco.
-

Originalidad: intenta elegir un nombre de dominio original que no se confunda con otros sitios web existentes o marcas conocidas.

Recuerda que elegir un buen nombre de dominio es esencial para el éxito de tu sitio web, ya que puede afectar el tráfico y la reputación de tu sitio.

--Sobre la Paleta de colores--

La paleta de colores de una página web es una parte importante del diseño y puede afectar significativamente la forma en que los usuarios perciben y experimentan su sitio. Aquí te sugiero algunos consejos para elegir una paleta de colores adecuada:

1. Considere el público objetivo: Piense en los colores que son populares entre su público objetivo y asegúrese de que la paleta de colores sea atractiva y relevante para ellos. Por ejemplo, si su sitio está dirigido a niños, puede considerar colores brillantes y vibrantes.
2. Elija un esquema de color adecuado: Elija una combinación de colores que armonicen entre sí y que sean coherentes con la imagen de su marca. Puede buscar inspiración en herramientas de diseño en línea como Adobe Color para encontrar paletas de colores que funcionen bien juntas.
3. Use colores de forma estratégica: Los colores pueden usarse para destacar elementos importantes en su sitio, como botones de llamado a la acción o información crítica. Use colores brillantes y vibrantes para llamar la atención de los usuarios y guiarlos a través del sitio.
4. Sea consistente: Asegúrese de que los colores se utilicen de manera coherente en todo el sitio web, para crear una experiencia de usuario coherente y cohesiva.
5. No sobrecargue: Es importante no utilizar demasiados colores en su paleta, ya que esto puede resultar abrumador para los usuarios. En lugar de ello, elige de 2 a 4 colores principales y un par de colores de acento.

En cuanto a la elección de los colores específicos, puede buscar inspiración en su logotipo (si ya tiene uno) herramientas de diseño en línea y combinaciones de colores populares. Una vez que tenga una idea general de los colores que desea utilizar, es posible probar varias opciones de paleta de colores y ver cómo se ven en su sitio utilizando herramientas de diseño en línea como Canva o Adobe XD.

Crear un NOMBRE de página web que sea ÚNICO y ATRACTIVO es esencial. Aquí tienes una lista de sugerencias que abarcan diferentes estilos y enfoques:

- **Para Posicionamiento SEO:**

1. YogaNarayana.com
2. EscuelaYogaNarayana.com
3. MariánRivasYoga.com
4. NarayanaYogaEspiritual.com
5. YogaConMariánRivas.com

- **Nombres Creativos:**

1. AlmaNarayanaYoga.com
2. YogaInfinitoMarián.com
3. DespertarConscienteYoga.com
4. MariánYogaCelestial.com
5. UniversoNarayana.com

- **Enfoque Espiritual:**

1. AscensiónPlanetariaYoga.com
2. PortalConscienteNarayana.com
3. EspiritualidadYogaMarián.com
4. CaminoDeLuzYoga.com
5. ConscienciaNarayana.com

- **Nombres Abstractos:**

1. AnandaYogaMarián.com
2. NirvanaNarayanaYoga.com
3. LotusMariánYoga.com
4. AlquimiaConscienteYoga.com
5. SerenidadNarayana.com

- **Nombres Naturales:**

1. EcoYogaMarián.com
2. BosqueNarayanaYoga.com
3. RíoDePazYoga.com
4. FlorDeConscienciaNarayana.com
5. JardínEspiritualYoga.com

Recuerda verificar la disponibilidad del dominio antes de tomar una decisión final. Además, considera la coherencia con la imagen y los valores de tu escuela de yoga para elegir el nombre que mejor se adapte a su identidad. ¡Buena suerte con tu elección!

- **Elección del MODELO de NEGOCIO ...**

Elección de modelo:

La elección del modelo de negocio para la página web de la escuela Narayana Yoga dependerá en gran medida de los objetivos y las necesidades de tu cliente. Aquí tienes algunas opciones y recomendaciones para considerar:

1. **e-Promotion** (Promoción en línea): Si el objetivo principal del sitio web es promover la escuela de yoga, sus valores, sus clases y eventos, entonces un modelo de e-Promotion podría ser el más apropiado. Esto implicaría crear contenido de alta calidad que atraiga a los visitantes, como artículos, videos informativos, blog, podcasts, y utilizar estrategias de marketing en línea para llegar a un público más amplio. Puedes ofrecer inscripciones en línea para eventos o clases, pero el enfoque principal es la promoción y la concienciación.

Recomendación: Incluye un blog regularmente actualizado sobre yoga, bienestar y temas relacionados. Utiliza las redes sociales y el marketing de contenidos para llegar a tu audiencia.

2. **e-Commerce** (Comercio Electrónico): Si la escuela de yoga planea vender productos relacionados con el yoga, como ropa, accesorios, libros o cursos en línea, entonces un modelo de e-Commerce sería más adecuado. Esto requerirá la implementación de una plataforma de comercio electrónico en la que los visitantes puedan comprar productos y procesar pagos en línea. Recomendación: Utiliza una plataforma de comercio electrónico confiable y fácil de usar. Asegúrate de que la página de productos tenga imágenes claras y descripciones detalladas.

3. **e-Learning** (Aprendizaje en línea): Si la escuela de yoga planea ofrecer cursos en línea o recursos educativos para el autoconocimiento y el crecimiento personal a través del yoga, entonces un modelo de e-Learning podría ser adecuado. Esto requerirá la creación de contenido educativo, la implementación de un sistema de gestión de aprendizaje (LMS) y la posibilidad de que los usuarios se inscriban y accedan a los cursos en línea. Recomendación: Asegúrate de que el sitio sea fácil de navegar y que los cursos estén bien estructurados y tengan un valor educativo claro.
4. **Mixto** (e-Commerce y e-Promotion): Si la escuela de yoga planea promover sus clases y eventos mientras vende productos relacionados con el yoga, podrías considerar un modelo mixto. Esto requerirá un diseño cuidadoso para equilibrar la promoción y la venta de productos. Recomendación: Utiliza un diseño que separe claramente las secciones de promoción y comercio electrónico en el sitio para evitar confusiones.

Es esencial hablar con tu cliente para comprender sus objetivos y prioridades. Además, asegúrate de que la página web refleje la filosofía y los valores de la escuela Narayana Yoga. Independientemente del modelo de negocio, la página debe ser fácil de usar y atractiva visualmente, con un enfoque en la experiencia del usuario y la accesibilidad.

- Elección del **CLIENTE OBJETIVO (AVATAR)** para tu producto:

Elección de BUYER persona:

Seleccionar un usuario objetivo o buyer persona es esencial para diseñar una página web efectiva y enfocada en tus objetivos. Para una escuela de yoga con un enfoque en inspirar la conciencia y el autoconocimiento, aquí tienes una opción de buyer persona adecuada:

Nombre: María

Perfil de María:

Edad: 30-45 años.

Género: Femenino.

Ocupación: Profesional con un estilo de vida activo.

Intereses: Yoga, meditación, bienestar personal, crecimiento espiritual.

Necesidades y Desafíos: Busca equilibrio entre su vida profesional y personal. Quiere reducir el estrés y encontrar un mayor significado en su vida. Está interesada en el yoga como una forma de mejorar su salud mental y física, así como su bienestar en general.

Objetivos: Aprender sobre el yoga, la meditación y el autoconocimiento. Busca clases de yoga, recursos para la práctica en casa y eventos relacionados con el yoga y el crecimiento personal.

Valores: Valora la autenticidad, la espiritualidad y el bienestar personal.

Fuentes de Información: Blogs de bienestar, redes sociales relacionadas con el yoga, libros de autoayuda.

Recomendaciones:

Contenido Educativo: Ofrece artículos y recursos educativos sobre yoga, meditación y autoconocimiento. Esto puede incluir publicaciones sobre los beneficios del yoga, técnicas de meditación y consejos para el crecimiento personal.

Programación de Clases: Proporciona un calendario en línea con horarios de clases de yoga y eventos relacionados. María debería poder ver fácilmente cuándo y dónde se llevan a cabo las clases.

Blogs y Testimonios: Incluye historias personales de personas que han experimentado transformaciones positivas a través del yoga y el autoconocimiento. Esto puede inspirar a María y mostrarle los beneficios reales.

Boletín Informativo: Ofrece la opción de suscribirse a un boletín informativo que incluya consejos semanales de bienestar, eventos futuros y actualizaciones del sitio web.

Redes Sociales: Mantén una fuerte presencia en las redes sociales para conectarte con María y otros interesados. Publica regularmente sobre temas relacionados con el yoga y el bienestar.

Comunidad en Línea: Considera agregar un foro o una sección de comentarios donde los usuarios como María puedan interactuar, hacer preguntas y compartir experiencias.

Esta buyer persona, María, representa a alguien que está buscando activamente formas de mejorar su vida a través del yoga y el crecimiento personal. Adaptar tu sitio web para satisfacer sus necesidades y objetivos

puede ayudarte a atraer a personas similares y a tener un impacto positivo en sus vidas.

Web dirigida a diferentes tipos de usuarios



Sitio web de una empresa de productos cerámicos.

- Definir la **PROPUESTA ÚNICA DE VALOR (PUV)**:

Elección de proposición única de valor:

Para desarrollar una sólida Proposición Única de Valor (PUV) para tu proyecto de escuela de yoga, ten en cuenta los siguientes consejos y sugerencias:

Identifica lo que te hace único: Reflexiona sobre lo que diferencia a tu escuela de yoga de otras. ¿Tienes un enfoque particular en la enseñanza? ¿Ofreces técnicas o prácticas exclusivas? ¿Tienes una historia personal o un propósito único detrás de tu proyecto?

Destaca los beneficios clave: Piensa en los beneficios que los estudiantes obtendrán al unirse a tu escuela de yoga. Pueden incluir una mayor salud y bienestar, reducción del estrés, conexión espiritual, comunidad y apoyo, o desarrollo personal y crecimiento interior. Destaca estos beneficios de manera clara y convincente.

Define tu audiencia objetivo: Para crear una PUV efectiva, es crucial comprender a quién te diriges. ¿Tu público objetivo son principiantes que buscan introducirse en el yoga? ¿Personas en busca de un enfoque espiritual y profundo? ¿Profesionales ocupados que necesitan flexibilidad en sus horarios

de clases? Asegúrate de que tu PUV resuene con las necesidades y deseos de tu audiencia.

Sé conciso y claro: La PUV debe ser breve y directa. Debe comunicar de manera concisa por qué tu escuela de yoga es la mejor elección. Evita jerga complicada y utiliza un lenguaje claro y accesible.

Enfatiza tu propósito y valores: Si tu escuela de yoga tiene un propósito más allá de simplemente enseñar yoga, como la promoción de la ascensión planetaria o el despertar de la conciencia, asegúrate de incluirlo en tu PUV. Los valores y la misión de tu proyecto son aspectos que pueden diferenciarte.

Menciona logros o reconocimientos: Si has recibido premios, certificaciones especiales o reconocimientos en el campo del yoga, menciónalos en tu PUV para construir credibilidad y confianza con tus visitantes.

Ofrece pruebas sociales: Si cuentas con testimonios de estudiantes satisfechos o resultados tangibles de tu escuela de yoga, inclúyelos en tu PUV. Las experiencias de otras personas pueden ser poderosas para convencer a nuevos estudiantes.

Crea un llamado a la acción (CTA): Finaliza tu PUV con una invitación clara para que los visitantes tomen medidas, como inscribirse en una clase, descargar un recurso o unirse a tu comunidad en línea.

Prueba y ajusta: Una vez que hayas creado tu PUV, no tengas miedo de probarla en tu sitio web y recopilar comentarios. Ajusta y mejora según sea necesario para que realmente resuene con tu audiencia.

Aquí tienes un ejemplo de una PUV basada en los elementos mencionados:

"En la Escuela Narayana Yoga, no solo enseñamos yoga, sino que también te guiamos en un viaje de autoconocimiento y despertar de la conciencia. Nuestra comunidad es un refugio de bienestar, donde encontrarás equilibrio, paz y una conexión profunda contigo mismo. Nuestros profesores altamente capacitados te ayudarán a descubrir tu máximo potencial, a reducir el estrés y a embarcarte en un camino espiritual significativo. Únete a nosotros para una experiencia transformadora y una comunidad de apoyo. Tu viaje comienza aquí."

Recuerda que tu PUV debe resonar con tus valores, objetivos y la identidad única de tu escuela de yoga. A medida que evolucione tu proyecto, también puedes actualizar tu PUV para reflejar esos cambios.

La propuesta de la dueña de la escuela de yoga es una declaración poderosa que enfatiza su enfoque en ayudar a las personas a superar las limitaciones mentales y alcanzar una vida plena y significativa. Aquí hay un análisis de la propuesta:

Enfoque en el crecimiento personal: La propuesta se centra en el crecimiento y el desarrollo personal al superar las limitaciones mentales. Esto refleja la filosofía del yoga, que a menudo se asocia con la expansión de la conciencia y el autodescubrimiento.

Eliminación de barreras mentales: La idea de ayudar a las personas a superar las "barreras de su mente limitante" sugiere que se abordarán los obstáculos internos que a menudo impiden que las personas alcancen su pleno potencial. Esto puede ser un mensaje poderoso para quienes buscan un cambio en sus vidas.

Alcanzar la expansión y plenitud: La propuesta enfatiza la idea de alcanzar la expansión personal y la plenitud. Esto sugiere que la escuela de yoga no solo se trata de mejorar la salud física, sino también de alcanzar un estado de bienestar integral.

Manifestar la vida que anhelan: La inclusión de la frase "manifestar la vida que anhelan" implica que la escuela de yoga no solo se enfoca en el crecimiento personal, sino también en ayudar a las personas a alcanzar sus objetivos y sueños en la vida.

Realización del propósito de vida: La propuesta destaca la importancia de descubrir y realizar el propósito de vida de cada individuo. Esto puede resonar especialmente con personas que buscan un mayor sentido y dirección en sus vidas.

En general, la propuesta de la dueña comunica una visión inspiradora y transformadora para la escuela de yoga. Promueve un enfoque holístico para el bienestar y el desarrollo personal, lo que podría atraer a una audiencia que busca más que solo ejercicio físico en su práctica de yoga.

Ejemplos Proposición Única de Valor

Empresa	Proposición no eficaz	Proposición eficaz
Empresa de pinturas	<i>Pinturas de calidad</i>	<i>El color que tu quieres</i>
Fabricante de invernaderos	<i>30 años de experiencia en el sector</i>	<i>Invernaderos de larga duración (+ de 25 años)</i>
Proveedor de pescado congelado	<i>Pescado congelado con la calidad que usted busca</i>	<i>Hasta donde tu quieras a -18°C</i>