**ESTUDIO**

**PUESTA EN PRODUCCIÓN PROYECTO WEB.**





Contenido

[Introducción 3](#_Toc17454916)

[Pre-puesta en producción: unos días antes de la subida 4](#_Toc17454917)

[Dominios y DNS 4](#_Toc17454918)

[Validación de los contenidos 5](#_Toc17454919)

[Migración URLs antiguas 5](#_Toc17454920)

[**Preparar hosting para la puesta en producción.** 5](#_Toc17454921)

[Planificar el día de subida 5](#_Toc17454922)

[Puesta en producción: llega el día D (de la subida, vamos) 6](#_Toc17454923)

[Copia de seguridad de la web actual 6](#_Toc17454924)

[Desplegar nueva web 6](#_Toc17454925)

[Configurar certificado SSL 6](#_Toc17454926)

[**Probar el formulario de contacto** 6](#_Toc17454927)

[Conectar herramientas de analítica web 6](#_Toc17454928)

[Aviso de cookies 7](#_Toc17454929)

[Velocidad de carga 7](#_Toc17454930)

[Páginas indexables y no indexables por Google 7](#_Toc17454931)

[Post-puesta en producción: unos días después de la subida 8](#_Toc17454932)

[Formularios de contacto 8](#_Toc17454933)

[Comprobar si todo ha ido bien 8](#_Toc17454934)

[Índice- Checklist 9](#_Toc17454935)

[Enlaces: 11](#_Toc17454936)

# Introducción

Analizamos las diferentes etapas previas a la puesta en producción de un proyecto web

1. **Definición de públicos objetivos y necesidades de la empresa.** Si este paso falla, el proyecto caerá como un castillo de naipes y el resultado será una web ineficaz. Hay que tener claro a quién se dirige la página y qué ofrece. A partir de ahí, se organiza todo lo demás.
2. **Labor de arquitectura.** Elaboración de un menú de navegación y de un mapa web, con el objetivo de que todos los contenidos sean accesibles y que haya un camino claro para el usuario. La estructura debe ser sencilla e intuitiva.
3. **Elaboración de un ‘wireframe’**. Hablamos de un esquema o una guía visual (muy básica) sobre la apariencia y el orden de los elementos en la página web. Desde programas específicos para la creación de 'wireframes' hasta borradores a lápiz en un folio, hay muchas formas de elaborarlo. Lo importante es que sea claro y que el profesional encargado de trasladar eso a la página web se haga una idea clara sobre lo que se pretende conseguir.
4. **Diseño o selección de plantilla.**Ya con una idea más clara de lo que va a ser la página web, llega el momento de proponer un diseño o buscar una plantilla que se ajuste a las necesidades de la marca.
5. **Elaboración de contenidos textuales y gráficos.** En la parte de preparación, al mismo tiempo que se definen los públicos objetivos, hay una labor previa de selección de palabras clave, importante para que los contenidos y, por tanto, la propia página web estén optimizados para SEO. Los textos y las imágenes son dos de los elementos que más fácilmente se pueden modificar en una página web, pero es importante aportar un contenido tan aproximado como sea posible al resultado final.
6. **Desarrollo web**. Hablamos del apartado técnico de creación de un sitio web ya funcional a partir de todos los pasos anteriores. Durante todo el proceso, se suele trabajar en un entorno de pruebas, ya sea en un servidor de desarrollo o en un subdominio en el servidor ya definitivo.
7. **Revisión y ajustes.** Es el momento de los pequeños detalles. Se hacen los ajustes necesarios, se revisa que todo esté en su sitio y se termina el proceso de optimización para SEO.
8. **Puesta en producción.** Otro de los apartados más técnicos, con la configuración del servidor y del dominio. El sitio web pasa del entorno de pruebas a su alojamiento definitivo.
9. **Mantenimiento y actualización.** El proceso no se termina (o no debería terminarse) en el momento en el que la web ya está a disposición de los usuarios. Es fundamental mantenerla viva, con un mantenimiento técnico, con la [creación de nuevos contenidos](http://www.bannisterglobal.com/blog/estrategias-para-atraer-mas-visitas-a-una-web-con-contenido) y con la actualización de aquellos que queden obsoletos.

En todos y cada uno de los pasos se debe poner en el centro la [experiencia de usuario](http://www.expansion.com/economia-digital/protagonistas/2017/01/06/58541c5e268e3e4a678b4623.html), también llamada **UX o User Experience**, tratando de que ponerse en los zapatos de quien visite la web y haga uso de sus funcionalidades.

**El momento de puesta en producción de una nueva página web siempre es (o debería ser) motivo de fiesta**. Han sido unas semanas de intenso trabajo, has pasado por el diseño web, la programación y carga de contenidos y estás deseando que llegue el momento de la subida y todos puedan disfrutar de tu nueva web.

El problema llega a veces en la última fase: **aparecen las prisas por tener la web en la calle y se intenta pasar de cualquier manera por los flecos finales para conseguirlo**. Las consecuencias pueden ser desastrosas para el proyecto si no prestamos atención a la puesta en producción.

[No fastidies una web excelente por no prestar atención a la puesta en producción](https://twitter.com/intent/tweet?url=https://blog.ensalza.com/?p=8325&text=No%20fastidies%20una%20web%20excelente%20por%20no%20prestar%20atenci%C3%B3n%20a%20la%20puesta%20en%20producci%C3%B3n&via=ensalzacom&related=ensalzacom)

Por nuestra experiencia hemos detectado que**esas prisas llegan en proyectos aparentemente pequeños. Suelen ser**[**páginas web corporativas**](https://www.ensalza.com/desarrollo-web/web-corporativa/)**, en WordPress y con menos de 50 URLs**. En los proyectos de mayor tamaño (o las migraciones con miles de URLs) se suele tener más asumido un proceso más detallado de subida de la web y comprobaciones. En los «pequeños», llegado el punto final del desarrollo parece que todo está ya hecho y en unos minutos la web estará 100% online y trayendo clientes. **¡Gran error!**

Por todo esto, **hemos querido recopilar las principales cosas que comprobamos antes de poner en producción una página web corpoativa**.

¿De qué hablamos?

* Pre-puesta en producción: unos días antes de la subida
* Dominios y DNS
* Validación de los contenidos
* Migración URLs antiguasPreparar hosting para la puesta en producción.
* Planificar el día de subida
* Puesta en producción: llega el día D (de la subida, vamos)
* Copia de seguridad de la web actual
* Desplegar nueva web
* Configurar certificado SSL
* Probar el formulario de contacto
* Conectar herramientas de analítica web
* Aviso de cookies
* Velocidad de carga
* Páginas indexables y no indexables por Google
* Post-puesta en producción: unos días después de la subida
* Formularios de contacto
* Comprobar si todo ha ido bien

# Pre-puesta en producción: unos días antes de la subida

¡Oh, sorpresa! **La puesta en producción no empieza el mismo día de la subida, si no unos días antes** (si tienes todo claro, con 2-3 días deberías tener suficiente). Planificar con unos días la subida te ayudará a minimizar los imprevistos y evitará disgustos y malas caras con el cliente.

La mayoría de cosas que comprobamos antes de la subida son temas técnicos y relacionados con el alojamiento de la web.

# Dominios y DNS

Primer punto clave: los dominios. Sin querer entrar en temas muy técnicos, l**os DNS (las ‘reglas’ que le dicen a tu ordenador en qué servidor debe buscar cuando tú le pides que te enseñe.** En ocasiones (sobre todo los dominios .es) pueden llegar a tardar más de 24 horas en propagarse. Y ahí el desarrollador web no puede acelerar el proceso.

Si el proyecto se va a lanzar en un nuevo dominio o se va a cambiar el servidor web,**conviene que se prepare técnicamente todo para minimizar el tiempo de cambio**. Si todo esto te suena un poco a chino, habla con tu proveedor de hosting que seguro puede ayudarte en toda esta fase.

# Validación de los contenidos

Aunque parezca obvio, antes de dar el OK definitivo a la subida de la web conviene que leas una o varias veces todo lo que estás diciendo. Un cambio en el entorno real siempre va a ser más crítico y va a tener más prisa que antes de subirse.

Y la ley de Murphy dice que, justo en ese momento, el desarrollador web no va a estar disponible y te va a tocar esperar unas horas hasta que se corrija el fallo.

*No puedes dar el OK para subir una web sin revisar antes todos los textos.*

¿Qué deberías comprobar?

* **Datos de contacto**: los teléfonos, los e-mails y las direcciones son reales y están correctos.
* **Textos:** No existen textos de prueba (los famosos Lorem Ipsum) ni comentarios tipo «Manolito, aquí falta poner el logo de X»
* **Fotografías:** Todas las fotos de la web son imágenes libres de derechos o tienes licencia para usarlas en la web.

# Migración URLs antiguas

Este es uno de los puntos que más veces he visto pasar por alto en páginas web corporativas.**Si vas a migrar o renovar una página web, también hay que prestarle atención a la web actual.** Lo ideal es preparar una excel con las urls de la página web antigua

**Para hacerlo, puedes apoyarte en el sitemap de la web actual, en las páginas indexadas por Google o en herramientas como Screaming Frog** (con la versión gratuita podrás analizar hasta 500 urls).

*¿Renovando tu web corporativa? No olvides redirigir las urls antiguas a las nuevas*

Una vez lo tengas, **debes preparar las redirecciones a la web nueva a través de algún plugin para WordPress como Redirection.** O directamente a través del htaccess si no te da mucho miedo mirar código.

La idea es que **todas las urls antiguas tengan un equivalente en la arquitectura de la nueva web y así evites el odiado error 404**. Tus clientes y Google te lo agradecerán seguro.

**Preparar hosting para la puesta en producción.**

Otro clásico: el alojamiento web. **Antes de subir la página web, asegúrate de tener todos los accesos necesarios** (al alojamiento web, servidor FTP, y base de datos, principalmente) **y de que el desarrollo es compatible con las tecnologías que maneja el servidor**.

Reconozco que me ha pasado alguna vez. Y me da muchísima rabia tener que parar una puesta en producción a la mitad porque no localizo el acceso a la base de datos o no habíamos comprobado qué tipo de servidor iba a alojar la web.

# Planificar el día de subida

Esta es más una regla interna que una comprobación técnica como las anteriores.

*Nunca, nunca, nunca, nunca, nunca se debería subir una página web en viernes o víspera de festivo.*

Párate un momento y piensa qué prefieres ¿tener tu web perfecta el lunes o subirla el viernes a última hora, que falle el sábado y el desarrollador no esté disponible hasta el domingo de urgencia o el lunes?

Hazme caso y espérate un par de días, que no va a pasar nada grave.

Vale, todos lo hemos hecho. **Pero después te sientes mal y te pasas todo el viernes con la angustia de ¿y si falla algo?** ¿y si me he dejado un plugin sin actualizar? Y esos sábados de tensión no se los deseo ni a mi peor enemigo.

# Puesta en producción: llega el día D (de la subida, vamos)

¡Genial! Ya lo tenemos todo listo técnicamente, no es viernes y ha llegado el día de la puesta en producción. Vamos al lío:

# Copia de seguridad de la web actual

Si ya existía una página web, lo mejor es que te guardes una copia del día de hoy, por si hubiera que rescatar alguna información (un texto, una foto) en un futuro cercano. Sí, ya sé que hemos revisado la web nueva en el punto anterior… pero créeme que pasa muchas veces. Guárdala por unos meses, que no te cuesta nada.

# Desplegar nueva web

¡Anda! Lo que muchos creen que es un paso único resulta que está el 7º de nuestra lista, a medio camino hasta el final. **Ahora sí que ha llegado el momento de coger tu nueva web** **y ponerla en su nuevo hogar**.

¿Te hemos dicho ya que tenemos nueva página web?

Obviamente, **una vez la tengas subida toca comprobar que todo está en su sitio.** Presta especial atención a:

* Las rutas de las imágenes (que no se queden apuntando al dominio temporal).
* Los accesos al panel de gestión.

# Configurar certificado SSL

Si la página web es nueva, o aún no habías dado el paso, este es el momento ideal para que instales un certificado SSL en tu nueva página web. Tachas dos tareas de golpe y te evitas los temidos [mensajes de página web no segura](https://blog.ensalza.com/pagina-no-segura-google/) que están empezando a mostrar algunos navegadores como Chrome.

**Probar el formulario de contacto**

Otro de los clásicos: **subir la web sin comprobar que los formularios de contacto funcionan y llegan donde deben**.

No te cuesta nada comprobarlo. Y **así te aseguras que no ha pasado nada durante la puesta en producción y tus clientes van a poder seguir contactando contigo.** Aunque también puedes pasarte este punto por alto y dejar que tus futuras consultas se caigan al vacío sin que nadie las reciba:

Y ya que andas mirando esto, comprueba que todos los [formularios están correctamente adaptados al nuevo RGPD](https://blog.ensalza.com/rgpd-formularios-elementor/).

# Conectar herramientas de analítica web

*Medir es la mejor manera de comprobar si la puesta en producción ha sido un éxito.*

Otro **punto fundamental, sobre todo para comprobar que la puesta en producción ha sido un éxito, es conectar tu nueva página web con Google Analytics.** Bueno, aquí en realidad siempre intento cubrirme con 3 herramientas:

* **Google Analytics,** para registrar datos de comportamiento de las visitas a la web.
* **Search Console,** para medir el tráfico orgánico, las palabras clave por las que estamos saliendo en Google y detectar a tiempo posibles errores de indexación.
* **Tag Manager,** para insertar de manera más sencilla el seguimiento de eventos, conversiones, etc.

En caso de que la web antigua ya tuviera Analytics simplemente deberás copiar el código de la web antigua y ponerlo en la nueva. Y si aún no lo tenía, crear una cuenta nueva, darse de alta en las herramientas y empezar a medir.

# Aviso de cookies

Mientras no cambie la reglamentación a nivel europeo,**recuerda comprobar si tienes activo el aviso de cookies para tus usuarios.** Nosotros solemos tenerlo desactivado mientras desarrollamos y lo activamos solo al final.

Yanira se marcó hace unas semanas un magnífico post sobre la [política de cookies](https://blog.ensalza.com/politica-de-cookies/), así que no me extiendo más en esto y te invito a que te lo leas.

# Velocidad de carga

¿Sabías que**Google tiene muy en cuenta la velocidad de carga de tu página web a la hora de posicionarte en sus resultados de búsqueda**? Ahora que estás en momento de cambio, dale un repaso a cómo de rápido carga tu web.

*La velocidad y los resultados móviles son las 2 obsesiones más claras de Google últimamente.*

Para comprobar la velocidad de carga puedes ayudarte de herramientas externas. Mis favoritas son:

* [Gtmetrix](https://gtmetrix.com/).
* [Pingdom tools](https://tools.pingdom.com/fpt/).
* [Google PagSpeed](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/).
* [Prueba para móviles de Google](https://testmysite.thinkwithgoogle.com/intl/es-419).

¿Quieres profundizar en el tema?**Si utilizas la plantilla de Divi para WordPress puedes echarle un ojo a este post sobre**[**cómo cargar Divi en menos de 1 segundo**](https://blog.ensalza.com/optimizar-divi-wordpress/), o buscar por Google información sobre **WPO**, las siglas técnicas para todo lo que engloba la mejora de velocidad de una página web.

# Páginas indexables y no indexables por Google

Antes de dar por concluida la puesta en producción, deberías comprobar dos cosas más:

* No tienes **marcada la dichosa casilla para impedir que Google rastree tu sitio**: esta también confieso que me la he dejado puesta más de una vez por error…

1. Tienes **bloqueado a Google en las páginas que no quieres que se indexen (típicamente, las de aviso legal, cookies, etc). El objetivo de esto es optimizar el rastreo de Google**. Te dejo un post muy interesante donde Luis Villanueva habla de esta y otras técnicas SEO: [estrategias SEO que funcionan](http://aulacm.com/estrategias-seo-luis-villanueva/).

# Post-puesta en producción: unos días después de la subida

Vale, ya tienes la web subida y has seguido todos los pasos. Lo habitual aquí es dejar pasar el tiempo y a final de mes (siendo optimistas), hacer un informe de cómo ha ido el mes, analizar la situación, etc.

Como a mí no me gusta esperar tanto para evitar llevarme algún disgusto grande, suelo esperar solo 3 o 4 días y vuelvo a hacer un chequeo de comprobación sobre la nueva web. ¿Qué puntos comprobamos? Básicamente un par de cosillas.

# Formularios de contacto

Sí, soy un plasta con los formularios. Pero si después de 3 o 4 días no han llegado consultas al formulario… vuelvo a hacer un par de pruebas para ver que todo está ok. Me da pánico la posibilidad de que algún potencial cliente esté contactando y le salga un error. A veces intentarán contactar por otro medios, pero otras muchas se irán por donde han venido y les perderás la pista.

# Comprobar si todo ha ido bien

Para este punto tan genérico suelo apoyarme principalmente en las herramientas de analítica que hemos visto en el punto anterior.

Alguna de las cosas que compruebo:

* **¿Estamos recibiendo tráfico en Analytics?**
* **¿Está rastreando Google la página?** (para eso puedes buscar en Google site:tudominio.com y comprobar si aparecen ya las nuevas urls). Si hay algún problema de indexación, pásate por Google Search Console para ver si te notifica algún error de rastreo o solo tienes que darle un poco de tiempo.
* **¿Se están registrando los eventos y conversiones que configuraste en Analytics?**
* **¿Han aumentado en exceso los errores 404?**

Si todo esto está correcto, **ahora ya sí que sí doy por concluida la fase de puesta en producción. Ya solo queda disfrutar de la página web y empezar a pensar en cómo**[**captar nuevos clientes**](https://blog.ensalza.com/13-consejos-marketing-cliente/)**con ella**.

Y tú ¿sigues estos mismos pasos? ¿crees que me he saltado alguno fundamental? Seguro que con las prisas hay alguno que no he puesto en la lista, así que te invito a que te pases por los comentarios y me dejes tu opinión.

# Índice- Checklist

Como sugerencia se podría realizar un Checklist. de los puntos a revisar

**Índice- Check list**

**Semana 1: Estrategia digital, Contenidos, Posicionamiento 1, Desarrollo (programación y diseño) de la web.**

1. Elegir el modelo de negocio

2. Definir el usuario objetivo

3. Buscar una proposición única de valor

4. Seleccionar palabras clave identificativas de la oferta

5. Seleccionar y registrar dominio(s)

6. Analizar webs de la competencia

7. Diseñar un logotipo eficaz

8. Seleccionar el servidor/hosting

9. Buscar un buen consultor informático

10. Elegir el tipo de contenidos

11. Definir la estructura del catálogo de productos o servicios

12. Definir el mapa web

13. Definir la ubicación y el contenido de los datos de contacto

14. Elegir las funcionalidades y aplicaciones a incorporar a la web

15. Definir los menús de la página de inicio

16. Organizar y redactar los contenidos de la página de inicio

17. Organizar y redactar la ficha de producto/servicio

18. Organizar y redactar la página de “Quiénes Somos”

19. Redactar el resto de contenidos

20. Decidir si se utiliza un gestor de contenidos para el desarrollo de la web

21. Definir algunas pautas para el diseño gráfico del sitio

22. Selección de todas las palabras clave

23. Redacción del título y la metatag descripción

24. Redacción del etiquetado de imágenes

25. Redacción etiquetado de videos

26. Encargar el desarrollo de la web

27. Vigilar la usabilidad

28. Vigilar el diseño

29. Vigilar la optimización

30. Pedir la consultor informático que genere y envíe el sitemap a Google

31. Pedir al consultor informático que incorpore el Google Analytics

**Semana 2: Posicionamiento 2, Video Marketing, Marketing 2.0.**

32. Dar de alta el sitio web en directorios

33. Dar de alta la web en Google Place

34. Hacer una primera campaña en Google Adwords

35. Crear un plan de vídeo marketing

36. Decidir qué tipo de cámara y programa de edición se van a utilizar

37. Creación del primer vídeo

38. Subir el vídeo a YouTube y a otras páginas de vídeo

39. Planear y manejar el uso de social media y marketing 2.0 dentro de la empresa

40. Crear una cuenta de correo electrónico en Gmail y empezar a escuchar al mercado utilizando Google Noticias y Alertas de Google

41. Empezar a leer los blogs y páginas web relevantes del sector relacionado con la empresa

42. Identificar a los líderes de opinión y las personas con más influencia en el sector

43. Crear las cuentas de la empresa en diferentes redes sociales y sitios populares

44. Diseñar una imagen de fondo para las redes sociales

45. Familiarizarse con el uso de las redes sociales del sector de la empresa

46. Uso eficaz de página de empresa en Facebook

47. Uso eficaz de Linkedin

48. Uso eficaz de cuenta de Twitter

49. Uso eficaz de blog de la empresa

50. Medir y analizar los resultados

Enlaces:

<https://blog.bannisterglobal.com/los-9-pasos-necesarios-para-poner-en-marcha-una-pagina-web-corporativa>

<https://blog.ensalza.com/puesta-produccion-web/>

<https://www.webempresa20.com/libros/Guia-proyecto-web-en-50-pasos.pdf>

