

1. Planteamiento de objetivos para tu página web

Esta etapa es muy importante y con frecuencia se pasa por alto. Se trabaja en el papel para plantearnos el proyecto y qué queremos conseguir al realizar nuestra web.

La planificación de tu web debe incluir:

- Breve **descripción de los contenidos** de la página, su título principal, etc.
- **Finalidad** que persigo al hacerla (informar, hacer negocio, entretener, etc.)
- Páginas parecidas a la mía, qué puedo ofrecer yo que no tengan ellas para atraer a mi público objetivo, etc.
- Hardware, software, documentación que necesito para realizarla y de qué dispongo realmente.
- Describir cuál es mi público objetivo, nivel informático, idiomas, intereses, problemas físicos, etc. para adaptar la página a sus características.
- Dónde se va a visualizar la web; navegadores más utilizados, plugins, elementos específicos, etc.

Analizar la Audiencia

Los futuros usuarios de una web deben ser tenidos en cuenta a la hora de diseñarla. Planear con cuidado tus objetivos es crucial para que un proyecto web tenga éxito. Piensa en quiénes serán tus lectores, porqué querrían visitar tu web y hasta qué punto puede interesarles realmente lo que vas a ofrecerles.

Si lanzas un proyecto web sin planificar a qué **audiencia** específica va a ir dirigido, es probable que lo estés condenando al fracaso antes de empezar. Puede suceder, y no en pocas ocasiones de hecho, que lo que piensas que será un éxito en ventas sea un rotundo fracaso, o que lo que ofreces a tus visitantes no tenga la acogida que esperabas y pase sin pena ni gloria por el enorme mundo de la WWW. Una razón importante para que esto pase es que no hayas analizado bien tu nicho de mercado (tus futuros clientes) y lo que ofrezcas no sea un producto atractivo para ese sector al que te estás enfocando.

La solución a esto es conseguir tráfico segmentado (visitantes interesados en tus productos o contenidos), y para ello hay varias estrategias.

Estrategias para conocer a tu audiencia

Vigila a la competencia

Si estás planeando lanzar una web supongo que conocerás otras páginas de temática similar a la tuya. Una buena forma de empezar a conocer los gustos de tu audiencia es analizar las páginas de la competencia. Mira qué ofrecen, qué secciones tienen, cómo estructuran los contenidos. Si tienen comentarios en sus artículos o productos analízalos también, observa cuáles generan más polémica, qué dudas platan en base a ellos los usuarios, etc.

Sigue los foros

Localiza foros que hablen sobre la temática de tu web y mira qué asuntos son los más tratados, las dudas que se exponen, las cosas que les desagradan y les gustan a la audiencia, o incluso puedes montar una encuesta improvisada para preguntarles sobre lo que les interesa. Más o menos en la línea de lo anterior.

No te olvides del posicionamiento

El posicionamiento en buscadores es fundamental para lograr el éxito de una web. Estar en los primeros resultados de los buscadores para las palabras clave que tengan que ver con tu mercado es una de las mejores formas de segmentar tráfico que existen. Piénsalo un momento, ¿quién puede haber más interesado en la PSP que vendes en tu web que alguien que busca información sobre ella en un buscador?.

Cuando realices tus campañas de posicionamiento, procura focalizarlas para promocionar las palabras clave más relacionadas con tu web. Por ejemplo, si tienes una tienda de flores online, algunas palabras que te interesaría posicionar serían “comprar flores” “compra de flores” “tienda de flores”, etc. Así que cuando des de alta tu web en directorios, intercambies enlaces y cualquier otra cosa, no te olvides de escribir como título del enlace tus palabras clave.

Adwords

Adwords es el sistema publicitario de Google y uno de los más importantes de la Red (por no decir el más importante). Los anunciantes pagan por aparecer en los primeros puestos de los resultados de búsqueda para las palabras clave que ellos eligen, y también para aparecer en páginas webs de su campo. Cuando comienzas un proyecto web y aún tienes pocas visitas (audiencia), o cuando quieres promocionar un producto específico, un servicio o cualquier otra cosa, utilizar Adwords puede ser muy útil, ya que es una potente herramienta para segmentar el tráfico si se usa bien.

Lo mismo que ocurre con el posicionamiento, con Adwords se deben elegir bien las palabras clave que se van a usar para hacer los anuncios, hay que probar constantemente cuáles son los más rentables e ir afinando nuestra campaña publicitaria para acercarnos a nuestra audiencia, pero es una gran fuente de visitas interesadas en nuestros contenidos

si sabemos usarlo como se debe y puede indicarnos que palabras clave atraen más visitantes interesados en nuestros productos para centrarnos en ellas en el posicionamiento.

No caigas en el error de anunciarte por palabras muy genéricas, esto es una pérdida de tiempo. Párate a pensar cuáles son las partes más jugosas de tu web y a qué clase de personas les interesaría para centrarte en ellas.

Encuestas

Las encuestas son una de las formas tradicionales de sondear a tus usuarios acerca de sus gustos. Son un buen recurso porque te permiten planificar la duda exacta que creas oportuno a tu audiencia. Puedes preguntarles si les gusta un producto concreto, si consideras útil tal selección, qué tipo de contenido les gustaría que se incluyera y cualquier otra cosa que se te ocurra.

No obstante, es una forma de conocer a tu audiencia que resulta útil sobre todo una vez la web está creada y funcionando, para ir adaptándonos a los cambios que surgen en el mercado

Hay servicios de encuestas gratuitos por ahí que te ahorran tener que instalar scripts en tu web, depende de los gustos de cada uno, pero algunos interesantes son: interrogantes.tusencuestas.com, encuestas.ya.com, etc.

Estadísticas

En la misma línea que lo anterior, las estadísticas web sirven para conocer a tu audiencia después de que la página está hecha. Es útil mirar cuáles son las páginas más visitadas de tu sitio para seguir creando contenido, cuál es el porcentaje de abandonos en la página de acceso (señal de que no les interesa lo que ven), el número de páginas visitadas por usuario, el tiempo que permanecen en la web, etc.

Algunas estadísticas gratuitas realmente útiles son: [Google Analytics](https://analytics.google.com) y [StatCounter](https://statcounter.com).

Webs sociales

Hay que adaptarse a las nuevas tendencias que surgen en Internet si queremos ser los primeros en nuestro campo, y actualmente el tema de las webs sociales del tipo Digg o Menéame se ha vuelto muy popular. Con algo de ingenio podemos utilizar esto para nuestro beneficio conociendo un poquito más sobre nuestra audiencia.

Una primera opción que tenemos con las webs sociales es analizar las noticias que envía la gente acerca del tema que trata nuestra web. Por ejemplo, si tu web es sobre coches sería bueno que empezaras buscando esa palabra en alguna de las muchas webs sociales que existen actualmente, para ver cuáles son las noticias más votadas y cuáles las que menos interesan. En general, ver que se cuece en tu campo. Otra opción, si tienes algún

plugin instalado para que tus usuarios puedan enviar noticias a estas páginas, es ver cuáles son las noticias dentro de tu web que más envía la gente. Es de suponer que son éstas las que consideran más interesantes y por tanto, puedes seguir escribiendo en relación a esos temas.

Una vez conozcas un poco más a tu audiencia y les proporciones los contenidos que les interesan, verás como ciertos cambios ocurren en tu web. Por ejemplo, es esperable que el número de páginas vistas por usuario aumente, los suscriptores a tu [feed](#) o a tu [boletín de novedades](#), los productos vendidos, etc. además de contribuir a la [fidelización de usuarios](#). No obstante, no es bueno relajarse y dejar de analizar a tu audiencia, ya que los gustos de la gente cambian y lo que te resulta rentable hoy puede no serlo mañana. No dejes de revisar tus estadísticas, a tu competencia y lo que se habla en los foros.

Recuerda, conocer el tipo de productos e información que tu audiencia quiere es necesaria para el desarrollo del contenido y el diseño apropiado de tu web.

Cómo planificar la Web

Muchas páginas web son desarrolladas sobre la marcha sin una planificación concreta de sus objetivos y recursos. Como consecuencia, muchos sitios duran poco en Internet perdiendo la oportunidad de convertirse en buenos proyectos. Pensar antes de actuar, y estar seguros de que tenemos los recursos, capacidades y posibilidades suficientes para hacer que un proyecto tenga éxito, son partes fundamentales (y olvidadas) del diseño web.

Este proceso inicial implica elegir un tipo determinado de audiencia y unos objetivos claros.



Productos y objetivos

Debes elegir el producto que vas a ofrecer a tus visitantes, ya sea información, objetos físicos o servicios. ¿Es algo que vas a hacer desde casa o necesitas un soporte externo?, ¿quién gestionará la venta?... También sería bueno tener una idea de lo que quieres conseguir con tu web, montar un negocio, una web informativa, pasar el rato...

Recursos

- ¿Qué ancho de banda necesito?: normalmente al empezar un proyecto pequeño con 1 GB tendrás suficiente, pero hay [calculadoras](#) muy buenas que te pueden ayudar a estimar el ancho de banda que necesitarás.
- ¿Cuánto espacio para almacenar la web?: por lo general no necesitarás más de 100 ó 200 MB para empezar y te sobrará.
- ¿De cuánto dinero dispongo?: hoy en día no hace falta gastarse mucho dinero para tener una página en Internet. El precio de los dominios es asequible para la mayoría y **los servicios de alojamiento web también** tienen precios competitivos. Por lo demás, deberás decidir si gastar una parte de tu presupuesto en publicidad como AdSense o a otro tipo de servicios como listas de correo y demás. Obviamente, con un poco de paciencia se pueden encontrar un montón de buenos servicios gratuitos, no compres lo primero que encuentres.

Tecnología

- ¿Con qué lenguaje desarrollo la página web?: para páginas estáticas que no se actualizan muy a menudo, el [HTML](#) es más que suficiente, pero si planeas tener una página muy actualizada y con contenido dinámico es mejor decantarse por lenguajes como [PHP](#) o [ASP](#).
- ¿Qué tipo de soporte voy a proporcionar?: es importante incluir funcionalidades en la página web que faciliten la comunicación con el usuario. Imprescindible un formulario de contacto o el área de preguntas frecuentes, como opcionales los foros o chats pueden añadir valor a la web.
- ¿Voy a utilizar registro de usuarios?: si vas a ofrecer secciones exclusivas para usuarios o cosas así, la tecnología necesaria será más complicada que para hacer una página basada en html, necesitarás trabajar con bases de datos.
- ¿Cómo analizo el uso de mi web?: necesitas analizar tu audiencia para saber si vas por buen camino. No se puede crear una web de éxito a ciegas, es importante que utilices **un sistema de estadísticas web** que te oriente en las decisiones que tomes acerca de tu web. Uno gratuito bastante bueno es [StatCounter](#).

2. Estructurar el contenido de la página

Es conveniente que dibujemos un organigrama con todas las partes del sitio web, distribuyendo el texto, los gráficos, los vínculos a otros documentos y otros objetos multimedia que se consideren pertinentes, mediante el cual ir creando la **estructura de la página web**. Antes de empezar a desarrollar tu página web en el ordenador, debes tener muy claro cuáles serán sus contenidos, su estructura, el nombre de la página, etc. cosas que no se deben hacer sobre la marcha para evitar rectificaciones innecesarias, trabajo inútil y pérdidas de tiempo. Hay varias maneras de **estructurar el contenido de una web**:

En árbol: Esta estructura está compuesta por una página principal que enlaza con otras páginas, las cuales, a su vez, enlazan con otras páginas de nivel inferior. De esta manera se agrupan las páginas web en niveles, de tal modo que para llegar del primero al último se debe pasar por todos los intermedios. Esta estructura es poco navegable si tenemos una web con muchas páginas, porque para ver las páginas de otra rama tenemos que retroceder hasta la página principal, haciendo la navegación muy pesada.



En lista: Esta estructura es la opuesta a la anterior. En ella no existe página principal ya que todas están en el mismo nivel. Para llegar a la última página hay que recorrer todas las anteriores. Es una estructuración muy adecuada para la presentación de manuales o aplicaciones donde el usuario deba recorrer forzosamente una serie de páginas web para conseguir su objetivo.



Mixta: Esta estructura es una combinación de las dos anteriores. Las páginas están jerarquizadas en niveles, los cuales a su vez están conectados entre sí en forma de lista. Esta estructura es mucho más navegable y práctica, puesto que permite poder desplazarse de rama en rama sin necesidad de volver a la página principal para hacerlo.



En red: Esta estructura supone que todas las páginas de la web están conectadas entre sí, por lo que es una estructura más compleja y menos ordenada. Su ventaja es que desde cada página podemos ir a cualquier otra del sitio. No obstante, requiere mucha planificación para evitar ofrecer al visitante un caos de enlaces innecesarios.



Una vez tengas claro lo que quieres hacer y su estructura básica puedes empezar a recopilar información para confeccionar cada sección de tu página web. Conforme vayas investigando sobre el tema de la web, casi con seguridad irás realizando modificaciones tanto en su estructura como en sus contenidos para adaptarla mejor a lo que has aprendido, por lo que es conveniente que trabajes sobre borradores, no con versiones definitivas, te ahorrarás mucho trabajo. Por ejemplo, puedes haber decidido hacer una web sobre Ferrari, y en cuanto a su diseño querer colocar un menú a la izquierda con las secciones principales, un cuerpo central con el contenido de la sección y una última columna a la derecha donde insertar tu publicidad. No obstante, puede ocurrir fácilmente que al buscar información sobre su escudería encuentres tanta y tan diversa que llegues a la conclusión de que es más cómodo para los visitantes colocar un **menú de navegación** específico de la sección en la izquierda y el principal en la derecha para que puedan navegar por la sección con rapidez. Por lo que si ya hiciste la página definitiva de la sección llamada escudería, tendrás que retocarla para adaptarla a tus nuevas necesidades, lo que supone un gasto de tiempo y esfuerzo innecesario.

3. Diseñar la página web

Una vez tengas hecha la estructura, recopilada bastante información y completado el contenido de varias secciones, tienes suficiente material como para saber con más precisión lo que quieres, por lo que puedes empezar a diseñar gráficamente cada una de las páginas de tu web, indicando los elementos interactivos y gráficos que van a intervenir en cada una. Para esto, y fundamentalmente para manejar los vínculos entre documentos, se creó el lenguaje HTML. El HTML es un lenguaje de marcación diseñado para estructurar textos y presentarlos en forma de hipertexto, que es el formato estándar de las páginas web. A la hora de empezar con el diseño, ten en cuenta que:

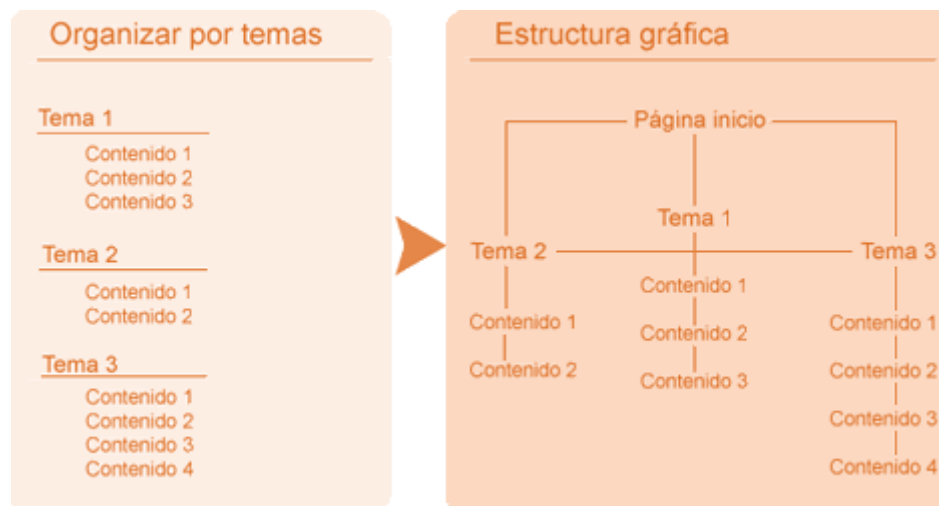
- La **estructura de la página** debe ser lo más lógica posible facilitando la navegación a tus visitantes (es importante en este punto la **usabilidad**). Ninguna página puede quedar huérfana, es decir, todas las páginas deben de tener enlaces a otras páginas. Si esto ocurre, es probable que el usuario cierre nuestra página y entre en otra en la que le sea más fácil navegar por los contenidos.
- Aprender a usar técnicas, como las hojas de estilo (CSS) te será muy útil para crear una página atractiva y bien diseñada. Con las hojas de estilo puedes crear un archivo que te sirva para dar una mejor apariencia a todas tus páginas a la vez, y siempre que quieras cambiar el aspecto de tu web, sólo tendrás que modificar ese archivo en lugar de ir una por una revisando cada página de la misma.

Diseño de la Estructura de la Página

Llegados a este punto necesita definir la organización de la información de tu sitio web. Es decir, ha llegado el momento de crear **la estructura de tu web**, su esqueleto, la base que

soportará todo lo demás. La forma en que estructures el contenido de tu web será determinante para que los usuarios encuentren o no lo que buscan (algo muy relacionado con la usabilidad). Por tanto, ésta debe facilitar y agilizar al máximo la búsqueda de información de tus visitantes. Al mismo tiempo, también es importante diseñar la estructura de forma que actualizaciones futuras de la web no obliguen a cambiar muchas partes de la página.

Para crear la estructura, puede ser útil hacer un inventario de todo el material que vas a exponer en la página e ir organizándolo en un primer momento por temas para después construir gráficamente la estructura de la web.



Aunque poca gente lo hace, es muy útil construir varios prototipos (o bocetos) de tu web y probar la reacción de los usuarios ante ellos. Esto de comprobar la reacción parece más complicado de lo que crees, pero un método casero y sencillo que puede aportar información para saber si la estructura del sitio es fácil de comprender y manejar, es hacer varias plantillas con diferentes estructuras y pedir a amigos y familiares que naveguen por ellas y nos den su impresión. Cuál les resulta más fácil de entender, más atractiva, en cuál se encuentra mejor una determinada información, en cuál están más claros los contenidos a los que dirigen los enlaces, etc.

Página de inicio

La página de inicio es la principal puerta de entrada de visitas a tu página, por lo que debe poder atrapar al mayor número de visitantes que entren. Para ello, debes adaptar su estructura a tu público objetivo, haciendo bien visibles los contenidos que más pueden interesarles. También es importante dejar claro desde el principio el tema de la web, y para eso la página de inicio es una buena herramienta. Especifica claramente qué se va a encontrar el usuario al explorar tu página, a la gente no le gusta perder el tiempo y a ti no te interesan visitas de este tipo porque no aportan ningún beneficio a tu web.

Por otro lado, algo tan sencillo como incluir un enlace bien visible a la página principal en todas tus páginas facilita muchísimo la navegación. En este sentido, algo que se usa

mucho y también ayuda a los usuarios a navegar por tu web es poner un enlace en el banner o logo de la cabecera que apunte a la página principal del sitio.

Diseño del menú de navegación

Una de las cosas más importantes a la hora de estructurar la página es el diseño del menú de navegación.

Echa un vistazo a la estructura inicial que creaste, ¿cuáles son las secciones más grandes?, ¿cuáles agrupan más contenido?, esas pueden ser las secciones que incluyas en el menú principal y que sería conveniente que aparecieran en cada página de tu web para facilitar la navegación. Ahora bien, una vez dentro de cada sección concreta, el menú puede modificarse para mostrar las opciones específicas que ofrece esa sección (además de enlaces a las secciones principales).

No hay que olvidar que otro tipo de páginas como información acerca de la web, aviso legal, política de privacidad, formulario de contacto, etc, deben estar convenientemente visibles, por lo que muchas páginas optan por incluir un menú horizontal a pie de página para enlazar con estas secciones.