

VENDER A TRAVÉS DE UNA WEB CON SENTIDO QUÉ INDISPENSABLES DEBE TENER PARA MULTIPLICAR TUS RESULTADOS

XIOMARA PEREZ GARCÍA

Directora de Proyectos Digitales Web

EXPERTA EN WOCOMMERCE

WORDPRESS Y ELEMENTOR



DE ESCAPARATES A COMERCIALES

Desde hace años las páginas web corporativas tienen el papel de ser el escaparate de nuestros negocios pero este paradigma ha cambiado, lo han hecho a marchas forzadas, porque no hay mayor impulso al cambio que la necesidad.

Las páginas webs han dejado de ser un simple escaparate para convertirse en tiendas completas, en plataformas con toda la información disponible para que el usuario interactúe y se convierta en cliente.

Una web no tiene porque ser un ecommerce completo para ser una máquina de ventas. Puede ser el mejor comercial si la diseñamos pensando en lo que necesitan nuestros visitantes



PONIÉNDOLO FÁCIL

Ya tengas una tienda online completa, con pasarela de pago, como una web con un formulario de contacto, la forma en la que el usuario interactúa con la plataforma, será la misma.

En este artículo, voy a intentar definir algunos aspectos primordiales que debemos tener perfectamente cuidados si queremos empezar a llevar a cabo estrategias de marketing con una base sólida. Porque de nada vale conseguir que los usuarios lleguen a tu web, si está no está optimizada y pensada al detalle para ofrecer la mejor experiencia a tus visitantes.



COHERENCIA

Es importante mantener una coherencia en todos los elementos de tu web, desde la propia marca (colores, tipografías, espacios, etc...) hasta los mensajes claves. Diseño web coherente con la imagen corporativa y la imagen de marca de tu empresa. Esto significa que, además del logo, los colores y las tipografías, debe respetar todos los elementos y líneas gráficas. Tamaños entre secciones, animaciones, estructura...

MENÚ DE NAVEGACIÓN ACCESIBLE E INTUITIVO

Vamos a olvidarnos de los menús que se abren teniendo que hacer un clic. Una navegación intuitiva y visible es primordial para que los usuarios puedan encontrar fácilmente la información que necesitan. Siempre es interesante destacar las páginas más importantes y, por supuesto, utilizar botones para la acción objetivo, como pedir presupuesto o contactar.



LLAMADAS A LA ACCIÓN CTAs

Los CTAs (Calls to action) o llamadas a la acción, deben ser visibles, sencilas y directas. Deben llamar la atención sin eclipsar al resto del contenido. Estas llamadas a la acción, por lo general son botones o bloques que incitan a los usuarios a interaccionar y a convertir: suscribirse a la newsletter, llamar, contactar o comprar...

COPYS O TEXTOS ATRACTIVOS

Las personas compramos sobre beneficios, no sobre características. Por que no es lo mismo decir “pantalones 100% algodón” que “100% algodón para que en las noches de verano, puedas tomarte tu cervecita en una terraza y seguir estando seco”. Los copys son todos los textos de tu web, son los mensajes que cuentan lo que la marca quiere transmitir a los usuarios que visitan la web y, acompañados de las imágenes e ilustraciones adecuadas, son una de las armas más potentes para la venta. La mayoría de los usuarios no leemos las webs completas, sino que hacemos una lectura diagonal, es decir, leemos titulares y partes destacadas de los textos y, si nos interesan, seguimos profundizando en las secciones. Es necesario contar con unos copys atractivos que destaquen los mensajes clave más relevantes de la empresa.

POSICIONAMIENTO SEO

Muchas personas creen que el seo se trata de poner palabras clave en todos sitios (títulos, descripciones, enlaces, metadatos de imágenes, etc.) y, en parte es así. Pero solo en parte. Esto es solo la optimización SEO on page técnica, pero esto no sirve de nada si no hay una estrategia de palabras clave basada en un keyword research. Un Keyword Research es un estudio de palabras clave que se realiza para encontrar palabras o términos y expresiones de búsqueda que son interesantes para nuestro negocio, ya sea por volumen de búsqueda, interés o competencia. Sin saber a qué palabras clave vamos a “atacar” una optimización SEO on page no tiene mucho sentido.



ALGO MÁS QUE UN SIMPLE CONTACTO



Todo depende del tipo de negocio y del tipo de usuario al que se dirijan pero es importante dejar atrás el típico formulario de contacto que solo da una pereza horrible. Existen nuevas formas de contactar, más rápidas y mucho más prácticas que un formulario de contacto básico.

¿Estoy diciendo que los formularios de contacto no funcionan? No, ni mucho menos, pero si vamos a hacer un formulario de contacto, es importante que aporte algo más, que sea entretenido de rellenar y que, a nosotros como empresa, nos ayude a optimizar procesos. Vamos a aprovechar para que el usuario nos responda a las preguntas que sabemos que, sí o sí va a tener que respondernos para que podamos ayudarle. El tiempo es valioso y cuando más optimizados sean los procesos, mejor para todos.

DISEÑO RESPONSIVE Y ADAPTADO A LOS MOMENTOS DE CONSUMO



Hace unos años, solo unos pocos sabíamos lo que era el responsive y la gente nos miraba como si fuéramos unos frikis pero hoy en día, un diseño y programación web responsive adaptada a todo tipo de dispositivos es indispensable. Creo que nadie se plantea una web que no se vea bien en cualquier móvil. Además, no solo es importante que la web se vea correctamente en todos los dispositivos sino que el contenido que se vea, esté adaptado al momento de consumo en cuestión y que se faciliten las acciones que creemos que el usuario quiere hacer cuando está visitando nuestra web desde un móvil.



SEGURIDAD

Esto es un comedero de cabeza para muchas personas que se enfrentan a la creación de una web, sobre todo para las pequeñas empresas o autónomos pero, básicamente, lo que necesitamos es contar con un certificado de seguridad SSL homologado, tener en orden las páginas legales (aviso legal, política de privacidad y protección de datos y política de cookies), además de cumplir con las leyes actuales de protección de datos, consentimiento de cookies, etc... Puede parecer un mundo pero un profesional del diseño web sabrá asesorarte y hacer las cosas como se deben hacer.



VELOCIDAD

Una web con un código optimizado es una obligación hoy en día si queremos que los usuarios no se aburran y se vayan antes de que nuestra página llegue a cargar por completo. Eso y que Google tampoco se aburra, eso es casi más importante, optimizar el código para mejorar la velocidad de tu web es indispensable para que Google tenga en cuenta tu página a la hora de posicionarla.

MEDICIÓN DE RESULTADOS



Existen numerosas herramientas gratuitas y de pago para conectar nuestra web y obtener métricas de las visitas y el comportamiento de los usuarios en tu web. Una de las más conocidas es Google Analytics, gratis e indispensable.

EXPERT@S VENTAS

Estos son solo algunos de los aspectos básicos que han de tenerse en cuenta a la hora de desarrollar o rediseñar tu web de marca personal o la web de tu negocio.

Por supuesto hay muchas cosas que influyen en un diseño web con sentido pero para mí, las que cito en este artículo son las que forman una base sólida para un diseño web potente y que cumple con su cometido: transmitir nuestra filosofía, que nuestros usuarios vean y entiendan lo que tenemos que ofrecerles de un solo vistazo sin tener que investigar mucho y, por supuesto, que terminen realizando una acción: llamando, mandando un formulario, contactando por whatsapp, suscribiéndose a la newsletter, comprando, etc.

En tiempos en los que la movilidad es reducida, nula, o hay que tomar una mayor protección, no dejes que tu presentación sea insuficiente porque vender es atraer, es confianza, es seguridad perotambién es acción.



XIOMARA PÉREZ GARCÍA

Directora de proyectos Digitales Web

www.xiomaraperez.com