

SECOT BARCELONA

Voluntariado de Asesoramiento Empresarial

Subsanar decepciones en Internet

*Hemos escrito estas recomendaciones pensando en quienes acuden a SECOT lamentando que **"tienen página web, pero no funciona"**.*

Hay dos condiciones indispensables para lograr que "si funciona":

EN PRIMER LUGAR: Que nos encuentren quienes desean lo que vendemos...

Y SOLO EN SEGUNDO: Que la visita a nuestra página web les resulte convinciente

¿ Como lograr que nos encuentren ?

a) Estar de forma adecuada en los buscadores más frecuentados. No sirven de mucho los programas que "inscriben en ... centenares de buscadores"; **mejor hacerlo manualmente** en los importantes.

b) Procurar que la búsqueda tecleada por los navegantes (**la "palabra clave"**) coincida con las "palabras clave" que hemos incluido como "keywords" en nuestra web y permita que estemos en el listado de respuesta del buscador. Hay que imaginar como se formulan estas demandas.

¡ Probar cada "palabra clave" para ver si lleva a productos (o servicios) similares a los nuestros !

c) Salimos en el buscador con un título y un breve texto explicativo (llamado "**meta-etiqueta**"). Es muy importante que este texto atraiga al internauta y le incite a acceder a nuestra página web. Este es un ejemplo:

Hotel Canyelles - Turismo y Alojamiento

Hotel de primera categoría. Primera línea de mar. ... Desde el

Hotel hay acceso directo a la playa donde se ofrece servicio de Snak-Bar. ...

Estas tareas no son fáciles. Mejor encargarlas a un profesional que domina el tema (por ejemplo la entidad que elabora el sitio-web).

d) **No nos sirve** aparecer en los buscadores como “**uno del montón**” (en posiciones lejanas de los primeros). El internauta difícilmente llegará hasta nuestra posición en el listado.

Hay determinadas maneras para que una pagina web se sitúe en lugar privilegiado en el listado del buscador. Hay que encontrar un profesional que domine este tema . Si nos ofrece este servicio, pediremos que nos demuestre como ha llevado otros clientes hacia posiciones altas.

Existen posibilidades adicionales de lograr “notoriedad” en Internet:

1) Pagar para aparecer en buscadores como “Enlace patrocinado” : Un buen ejemplo son los de Google; aparecen en el lado derecha del listado tras pedir una palabra clave.

¡ Se paga por cada vez que alguien accede a nuestro web-site ! y podemos limitar cuantas visitas diarias deseamos pagar....

Hay que pensar muy bien que texto insertamos (nos dan un titulo corto y dos lineas de máximo 25 letras cada una) Un ejemplo:

CASAS PRIVADAS
Vacaciones en una casa con piscina
privada en Begur, Sa Riera y Pals.
www.comfortvilla.com

2) Inscripción en **portales verticales**: Son **buscadores especializados** en una actividad (por ejemplo el mundo de las artes). Lo más normal es que la inclusión implique un coste. Es probable que muchos busquen directamente en el portal, al ser más fácil (comparado a preguntar en un buscador generalista).

3) **Colocar “banners” (anuncios) en determinadas páginas web**. Buscaremos otras paginas web de temas similares (pero no competitivos) y propondremos a sus “webmasters” intercambiar banners gratuitamente.

Otra alternativa es localizar programas de intercambio (www.spanishbanner.com o www.cambia.net) . Aquí nos colocan uno nuestro si aceptamos "colgar" 2 o 3 que nos proporcionan.

Conviene no aceptar banners que pueden perjudicar nuestra imagen (Políticos, muy atrevidos etc.).

4) Establecer **Links** (enlaces) **recíprocos**: Muchas páginas web disponen de secciones que proporcionan información adicional sobre determinados temas, servicios y/o productos. Hay que negociar la inclusión (normalmente a cambio de una mención en nuestra web de las otras).

¿Como interesar a quien "aterrice" en nuestra página?

Colocaremos en la página web, de **forma prioritaria**, todos los argumentos que puedan hacer atractivo (ventajas, beneficios y singularidad) lo que vendemos:

- **Beneficios** obtenibles si nos compran
- **Diferenciación** nuestra frente a otros
- **Exitos** de nuestra empresa (premios, distinciones etc.)
- **Responsabilidad** empresarial (garantías, reputación etc.)
- Todo lo demás que puede ser un **aliciente** para que nos compren....

De ninguna forma podemos empezar con describir lo que hacemos, ni lo muy preparados que estamos o nuestros curriculums. etc. ¡Eso queda para la página o apartado "¿Quiénes somos?"!

1) Nuestra página de entrada (la "**home page**") debe ser simple y con una mensaje (eslogan) que convence. Es la "puerta de entrada". Si está en varias lenguas, escribir el eslogan en cada una (o en una lengua fácilmente interpretable en las otras).

2) La pagina "inicio" de una lengua debe explicar brevemente lo que hacemos, destacando nuestra diferenciación frente a competidores. No puede ser muy larga..... hemos de convencer al visitante que hay más cosas interesantes y ¡ que acceda a ellas!

3) La **barra de navegación** (acceso a sub-páginas) explicará en muy pocas palabras el tema. No debe pasar de 8 enlaces e incluir un sitio para volver a la página de inicio.

Recomendamos colocar la barra en el **lado izquierda** por dos razones:

- Los internautas están muy acostumbrados a este sitio de la barra
- El lado derecha puede dar problemas en versiones antiguas de buscadores.

4) Una construcción muy frecuente y simple de la barra de navegación en una página web es esta:

- ¿ Porque comprar a "....." (nuestra empresa). Puede ser en la página de inicio o en otra más extendida
- Historia (breve) de la entidad
- Descripción de nuestros productos o servicios, con la argumentación conveniente.
- Innovaciones y/o Ofertas Especiales
- Lista de referencias de clientes (y/o cartas favorables)
- Contactarnos. Nada de formularios para rellenar, a menos que sea de necesidad absoluta. Incluir un programa que abra automáticamente un e-mail (el internauta es perezoso). Dar asimismo números de teléfono, fax y dirección postal.

5) **Diseñar el sitio-web teniendo en cuenta las recomendaciones generales de Secot "COMO CREAR PAGINAS WEB EFICACES"**