

HOME CONTACT SEARCH

TALLER II MKTG DIGITAL SITIO WEB

Lic. Martín González Castro, MBA

系列 Keiretsu
business solutions



PROGRAMA

- Sitios Webs y Usabilidad
- Gestión de Contenidos y SEO
- Google Analytics & KPIs



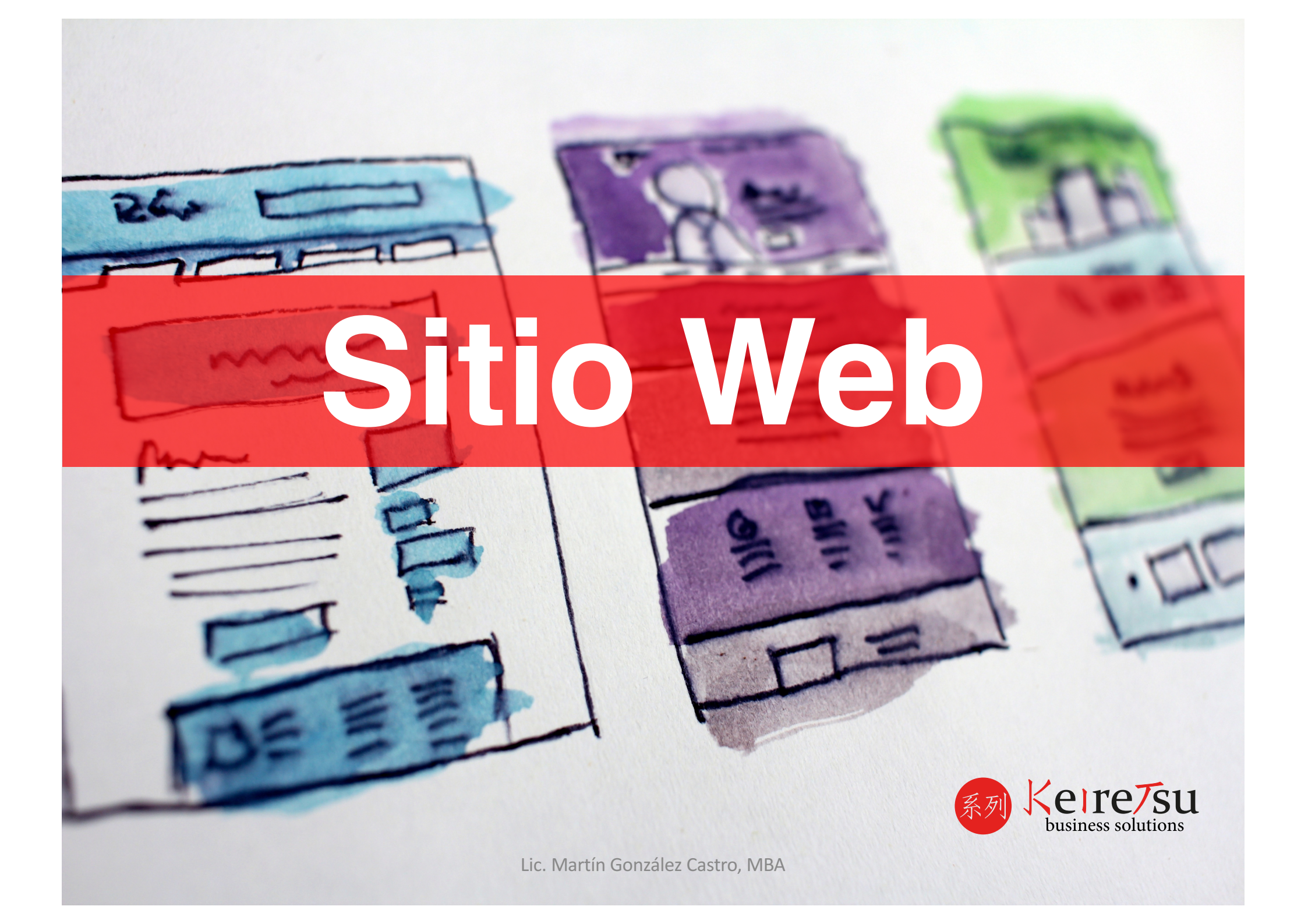
系列 KeireTsu
business solutions

Lic. Martín González Castro, MBA



系列 KeireTsu
business solutions

Lic. Martín González Castro, MBA



Sitio Web

Sitios Webs

- Antes de empezar...
5 términos importantes:
 - Dispositivo
 - Navegador
 - Dominio
 - Hosting
 - CMS

Sitios Webs: **Dispositivos**

Es el aparato por el cual me conecto a internet.



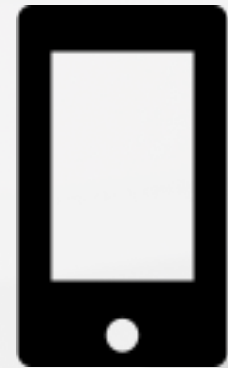
PC



NOTEBOOK



TABLET



MÓVIL

Sitios Webs: **Dispositivos**

Es el aparato por el cual me conecto a internet.



SMART TV



CONSOLA



SMART WATCH

HOME CONTACT SEARCH

Sitios Webs: **Navegador**

Es el programa que me permite navegar por internet.



CHROME



SAFARI



FIREFOX



EXPLORER



OPERA

Sitios Webs: **Dominio**

Nombre único que identifica a un sitio web en Internet.

nombre.apellido

tuempresa.com

tuempresa.com.uy

tuempresa.org

tuempresa.uy

Sitios Webs: **Dominio**

Algunos proveedores en dónde comprar dominios



Sitios Webs: **Hosting**

Es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

**Local
vs
Internacional**

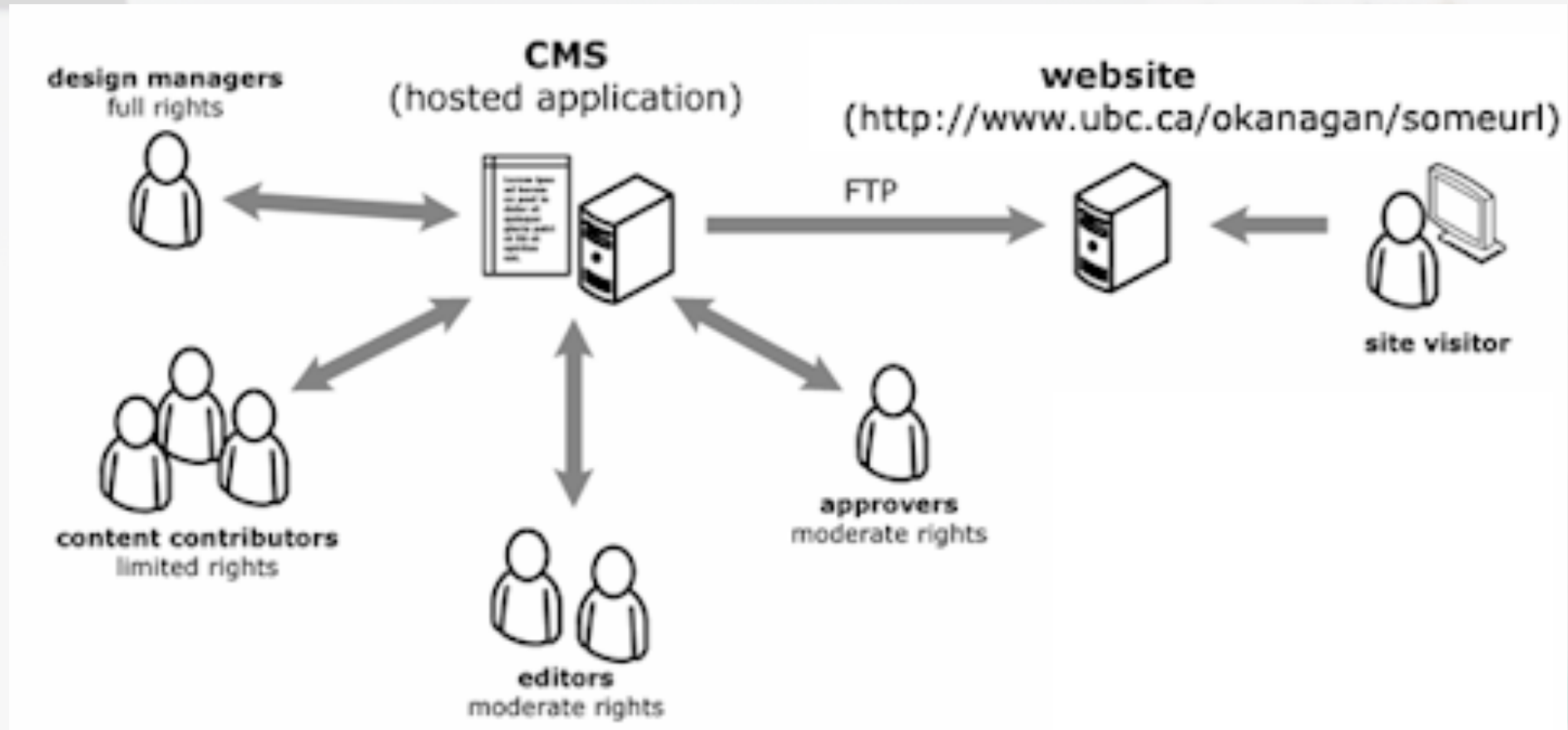
**Compartido
vs
Propio**

**Seguridad
HTTPs**

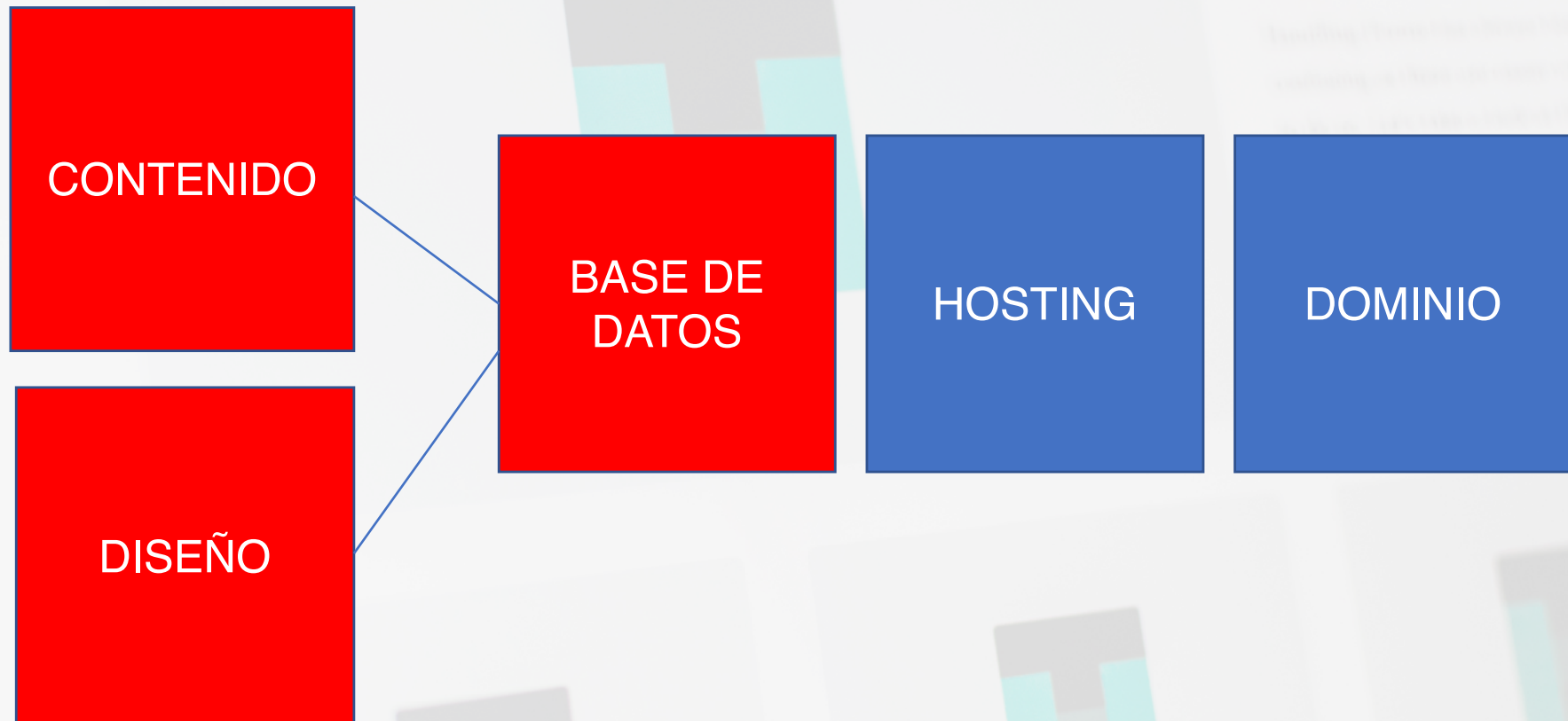
Sitios Webs: **CMS**

Es un software que permite crear un entorno de trabajo para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores y usuarios.

Sitios Webs: CMS



Sitios Webs: **CMS**



Sitios Webs: **CMS**

Hay diferentes formas de clasificar a los CMSs:

1. Por Uso y Funcionalidad

Blog, Foros, Wikis, Educación, Ecommerce, General

2. Por tipo de Lenguaje

Java, PHP, ASP.NET, Python, etc

3. Según licencia

Propietario, código abierto

Sitios Webs: **CMS**

Según Licencia...



WORDPRESS



wix.com

Código abierto

Propietario

系列 Keiretsu
business solutions

Sitios Webs: CMS



- CMS enfocado a la creación de cualquier tipo de página web.
- Originalmente alcanzó una gran popularidad en la creación de blogs, para convertirse con el tiempo en una de las principales herramientas para la creación de páginas web comerciales.
- Está desarrollado en el lenguaje PHP para entornos que ejecuten MySQL y Apache y es software libre.

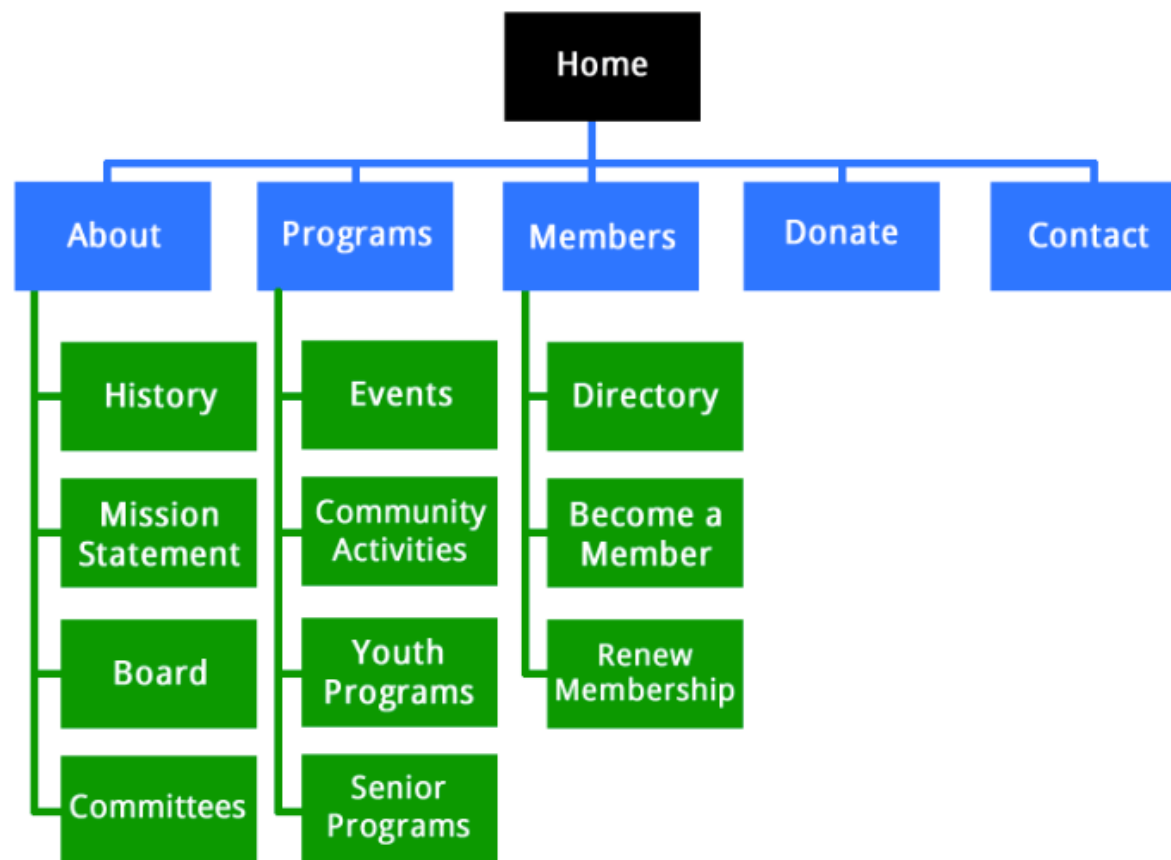
Sitios Webs: **CMS**



WORDPRESS

- Ingresar a wordpress.com
- Registrarse
- Crear un sitio.

Estructura de un Sitio Web Sitemap



Estructura Básica de un Tema en Wordpress

Header o Cabezal

Contenido

Sidebar
o
Barras
Laterales

Footer o Pie del sitio

Sitios Webs: CMS



- **Temas:** Los temas de WordPress son un conjunto de plantillas de diseño que sirven para establecer la apariencia y estructura de tu blog.
- **Widgets:** son aplicaciones sencillas que se pueden instalar y ejecutar en una página web.
- **Plugings:** son herramientas que extienden la funcionalidad del WordPress. Los hay gratuitos y de pago.

Sitios Webs: **CMS** **wix.com**

Permite a los usuarios crear sitios web HTML5 y sitios móviles a través del uso de herramientas de arrastrar y soltar (drag & drop).

Sitios Webs: **CMS** **wix.com**

Los usuarios pueden agregar funcionalidades como plugins, e-commerce, formularios de contacto, marketing por correo electrónico, y foros utilizando una variedad de aplicaciones desarrolladas por Wix y de terceros.

Sitios Webs: **CMS** **WIX**.com

Se basa en un modelo de negocio freemium, generando ingresos a través de actualizaciones premium.

Los usuarios deben comprar paquetes premium para conectar sus sitios a sus propios dominios y eliminar los anuncios Wix.

Sitios Webs: **CMS**

The Wix.com logo is displayed in a large, bold, black font. The 'i' in 'Wix' has a small dot. The '.com' is in a smaller, regular weight font. The logo is positioned on the left side of the slide, with a large, semi-transparent Wix logo watermark in the background.

- Ingresar a wix.com
- Registrarse
- Crear un sitio.



Crear una web de su
negocio.



Usabilidad

Usabilidad

“La usabilidad es como el oxígeno, nunca la notas hasta que te falta”.

Usabilidad

Es la disciplina que tiene como objetivo reducir al mínimo las dificultades de uso inherentes a una herramienta informática, analizando la forma en que los usuarios utilizan las aplicaciones y los Sitios Web con el objetivo de detectar los problemas que se les presentan y proponer alternativas para solucionarlos....

Usabilidad

....de modo de que la interacción de dichos usuarios con las aplicaciones y sitios Web sea sencilla, agradable y productiva.

Usabilidad

- Todas las interfaces se pueden usar.
- Los problemas de Usabilidad nunca son catastróficos.
- No hay una solución puntual

Usabilidad

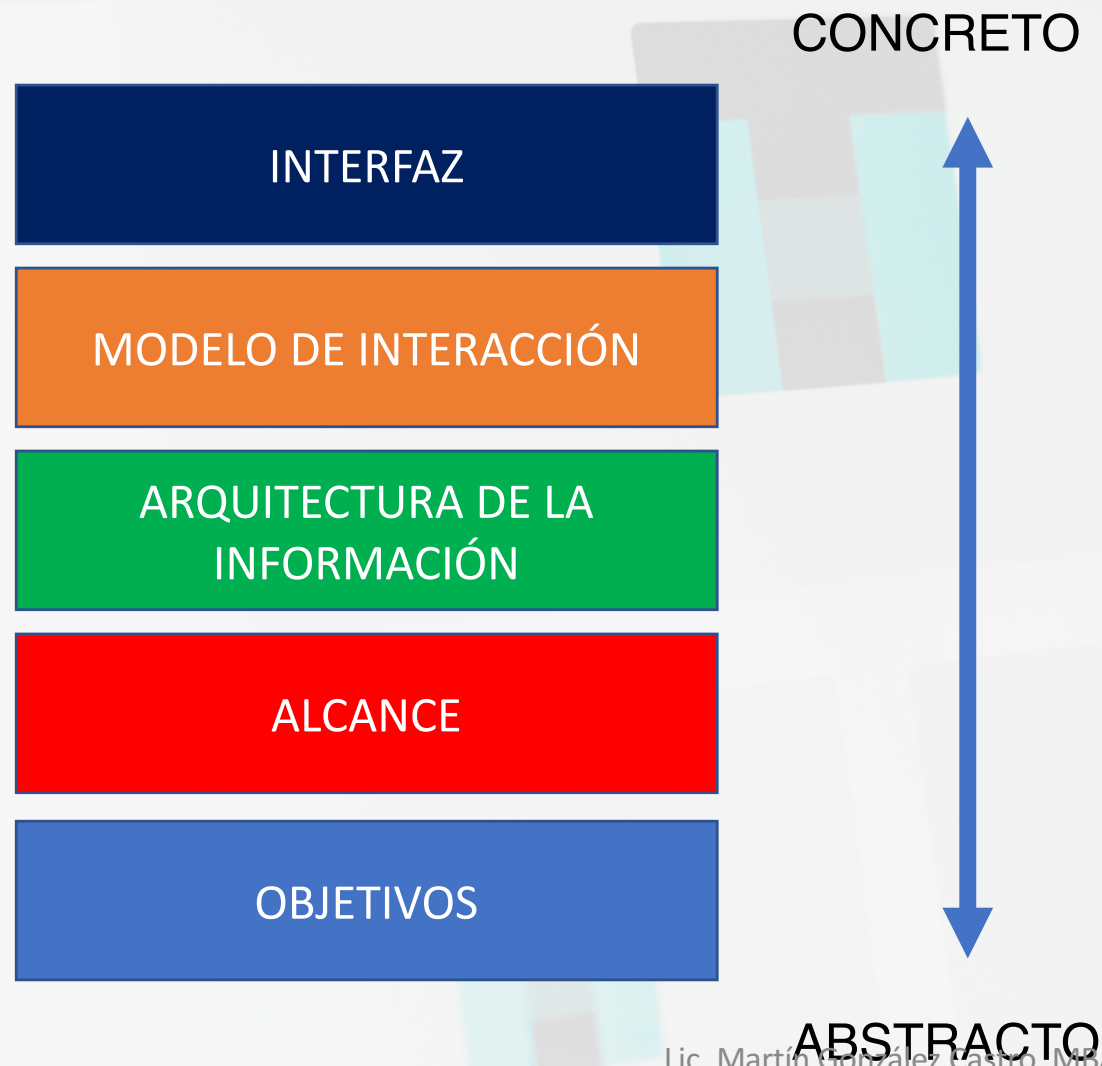
PERCEPCIÓN

INTERACCIÓN

COMPUTACIÓN



Elementos de la Interfaz del Usuario



Elementos de la Interfaz del Usuario

¿Por qué necesitamos un sitio?

La respuesta puede ser tan trivial como "Porque todos tienen uno" o tan compleja como "Porque necesitamos bajar un 20% la espera en el call center".

Es indispensable entender el rol que el sitio juega en la organización: comunicar, difundir, ahorrar costos, vender, tramitar.

Elementos de la Interfaz del Usuario

¿Para quién es el sitio?

A todos nos gustaría que nuestro sitio fuera visitado por millones de personas todos los días, pero esa no es la más común de las situaciones. Es necesario definir claramente quién es nuestro público. Saber a quién le hablamos determinará qué clase de contenidos le ofreceremos y cómo deberá ser la interfaz.

Elementos de la Interfaz del Usuario

¿Qué debe suceder para que estemos satisfechos?

Tener muchas visitas, que se efectúen muchas descargas, que se reciban muchas consultas, salir en la prensa.

¿Cómo me doy cuenta de que me fue bien?.

3 Niveles de Interacción:

miro, leo, pienso

Miro y Entiendo



La asociación de formas, colores, tamaños y ubicación, entre otros, permite comprender sin información adicional.

Miro y Entiendo



**Funciona por la
intuición
y el instinto.**

Miro y Entiendo

1. La mayoría de los estímulos los **descarta** el cerebro
2. La **toma de decisiones** “inconsciente” que se hacen en forma automática.
3. Tomar una decisión consciente.

Miro y Entiendo

Debe garantizar que la agrupación, el orden, el tamaño de la tipografía, las sangrías, permitan entender qué producto se emparenta con cuál otro y qué es una categoría, sin necesidad de leer el contenido.

Leo y Entiendo

- La información que se lee en la pantalla es suficiente para entender el 100% del contenido y del contexto.
- El nivel “Leo y entiendo” debe garantizar que cada texto de la lista sea comprensible por sí mismo, sin leer el resto de la lista, sin necesidad de recurrir a información adicional.

Pienso y Entiendo

- El nivel “Pienso y entiendo” permite que una lista de productos hable de la empresa, de las tecnologías que soporta, de la variedad de su oferta, consigue transmitir ideas y conceptos más allá de lo que estrictamente expresa cada uno de los textos por separado.

Métodos de Evaluación de Usabilidad

- Test con Usuarios
- Ordenamiento de Tarjetas
- Análisis Heurístico

PROBLEMAS DE USABILIDAD HABITUALES

- Tiempo de Carga
- Error #404
- Tasa de Rebote (Bounce Rate)
- No lograr realizar la acción

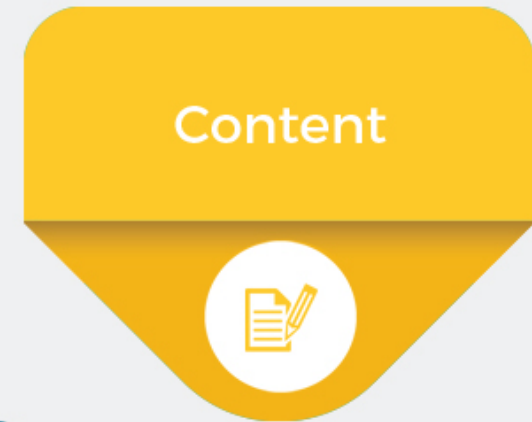
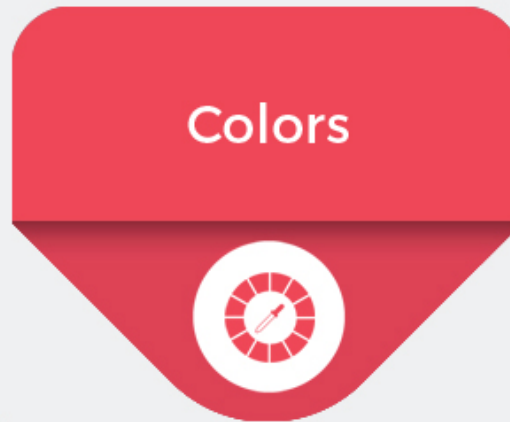


Hacer un Análisis de Usabilidad
de un competidor de acuerdo
a las 3 dimensiones.

A man in a maroon shirt and blue jeans is pointing at a whiteboard. A woman with long dark hair, wearing a blue sweater, is looking at the whiteboard. The whiteboard has a diagram with red and blue lines and text. The text 'url' is written in red at the top, and 'Bios' is written in blue to the right. There are also some red lines and boxes on the board. A large red banner with white text is overlaid on the image.

Gestión de Contenidos y SEO

5 Aspectos Importantes



Gestión de Contenidos

- **Objetivo:** qué quiero que hagan en el sitio
- **Público Objetivo:** a quién me dirijo, qué le importa
- **Tipo de Contenido:** qué busca, qué necesito, qué contenidos son relevantes?
- **Formatos:** qué formatos son más útiles
- **Frecuencia:** cada cuanto genero contenido nuevo?

Gestión de Contenidos

- **Objetivos:**
qué busco con el sitio web...

- Informar
- Brindar un servicio
- Vender
- Entretener / Sociabilizar
- Autogestión

Gestión de Contenidos

- **Tipo de Contenido:**
qué contenidos genero...
- Información General
- Novedades
- Descripción Productos y Servicios
- Datos de Contacto
- Información Útil para el público
- Preguntas Frecuentes...
- Links de interés....

Gestión de Contenidos

- **Qué tipo de Formatos:**
cuál tendrán un mejor impacto
a la hora de comunicar...

- Texto
- Fotos
- Galería de imágenes
- videos
- Infografías
- Audios (podcast)
- PDFs

Gestión de Contenidos

- **Público Objetivo/s:**
a quién / quiénes me dirijo, cómo los segmento?
- Consumo Masivo
- Millennials
- Adultos
- Jóvenes
- Por tipo de cliente / Consumo / Comportamiento ?
- Más de un segmento?

Gestión de Contenidos

- **Frecuencia:**
cada cuánto tengo que generar contenido nuevo / actualizar el contenido
 - Anual
 - Trimestral
 - Mensual
 - Semanal
 - Diario
 - Horas

SEO

Conjunto de medidas y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento natural u orgánico de una página web en los diferentes motores de búsqueda, con el objetivo de situarse por encima de sus competidores cuando se realiza una consulta determinada.

¿Cómo trabajar el SEO?

1. Keywords (palabras claves) análisis
2. SEO Onpage
3. SEO Offpage
4. Generación de Contenidos
5. Midiendo y actuando...

¿Cómo trabajar el SEO?

Keywords (palabras claves)

1. Es importante elegir enfocarnos en las búsquedas que realmente tengan potencial, así no gastamos tiempo y recursos.
2. Para esto se utiliza la herramienta de planificación de palabras clave de Google Adwords, Google y Google Trends (para entender cuáles son los términos más buscados).

¿Cómo trabajar el SEO?

SEO ON PAGE

1. Trabajar sobre la Usabilidad (velocidad de carga, optimización, compresión de imágenes, responsive, etc).
2. Redacción de títulos, textos y encabezados.
1 título único para cada página que debe ser descriptivo, incluir keywords y tener un call to action. Max. 65 caracteres.
3. Descripción: Debe ser coherente con el título y ser descriptivo, incluir keywords y tener un call to action. Max. 165 caracteres.

¿Cómo trabajar el SEO?

SEO OFF PAGE

1. Utilizar las redes sociales a favor:
2. Vincularlas con la página web
3. Facilitar su integración (me gusta, compartir)
4. Citar contenidos de nuestro blog
5. Link building: Consiste en conseguir que otras webs enlacen a nuestra web de forma que los buscadores la consideren relevante y la posicione mejor en sus ranking.
6. Enlaces Contextuales
7. Content Marketing

¿Cómo trabajar el SEO? MEDIR y ajustar..

1. Google Analytics
2. Google



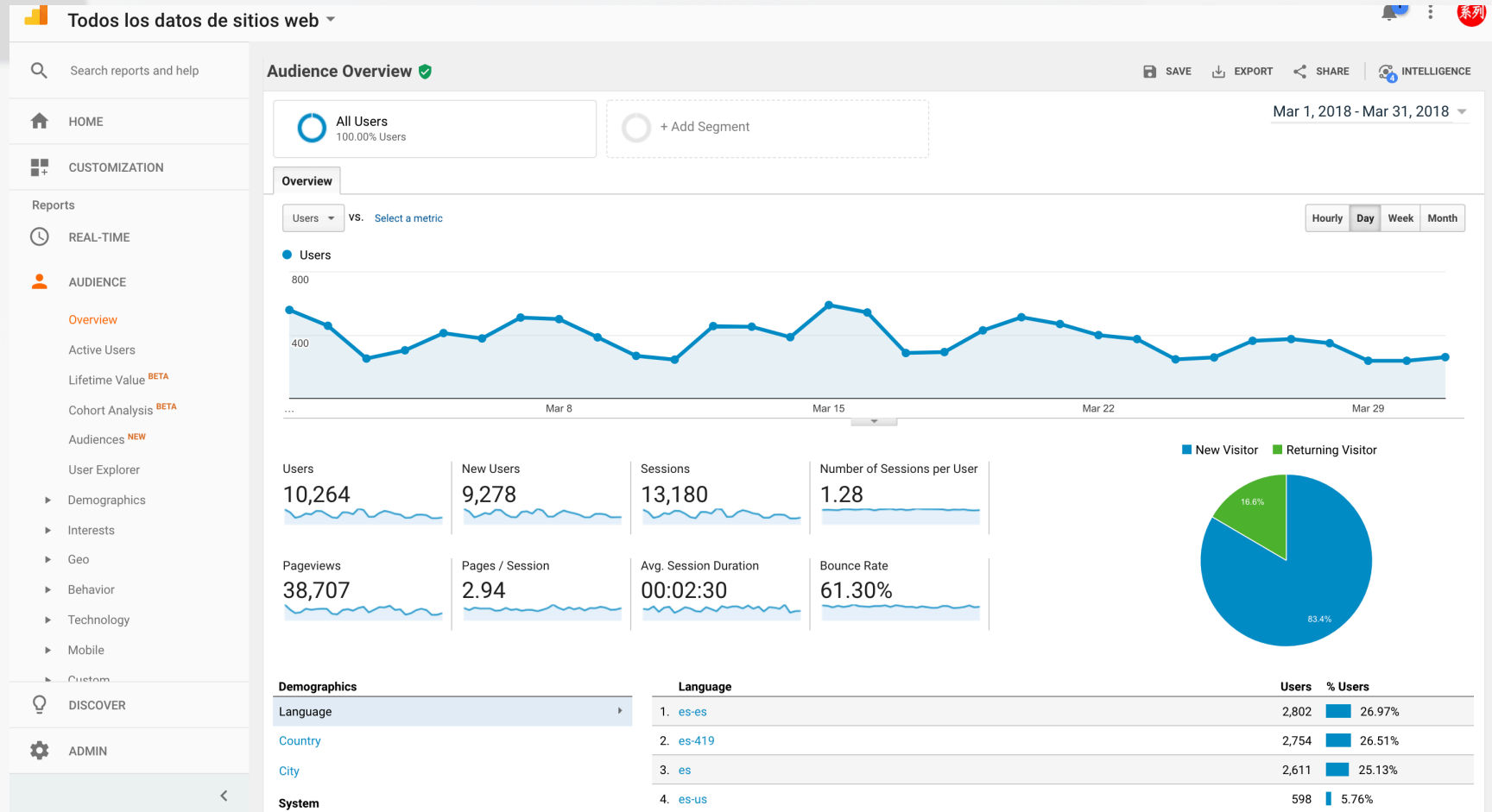
Definir una estrategia de gestión de contenidos.
Identifique Keywords relevantes

analytics.google.com

- Usuario: talleresidc@gmail.com
- Clave: talleresidc2019

Analytics y KPIs

Google Analytics



KPIs

- Bounce Rate
- Tiempo Promedio de la Sesión
- Browsers Únicos
- Páginas Vistas
- Páginas x Visita
- Dispositivos
- Fuentes de Tráfico

KPIs

- ROI
- Ventas
- Recordación de Marca
- Satisfacción del Cliente (fidelización)
- Rentabilidad
- % Morosidad
- LTV

Gracias

