

Guía de sitios web para pequeñas empresas

Si no tienes un sitio web, deberías hacerlo. Como se señaló, el 40% de las pequeñas empresas no tienen un sitio web y casi el 75% no tiene comercio electrónico.

A medida que avanzamos en esta pandemia, tener una estrategia de sitio web lo ayudará a recuperarse más rápidamente y llegar a nuevos mercados.

Los números no mienten. El ochenta por ciento de los estadounidenses investiga en línea antes de realizar una compra. Eso se traduce en aproximadamente 230,5 millones de clientes potenciales que compran en línea, comparan precios y completan compras. Eso es solo en los Estados Unidos. El noventa y cinco por ciento de todos los clientes y dos tercios del poder adquisitivo del mundo se encuentran en el extranjero.

Crear un sitio web es mucho más fácil de lo que solía ser. Especialmente con nuestro programa Go Global, que lo empareja con una firma de diseño calificada que puede crear un sitio web que satisfaga las necesidades de su negocio, ya sea que desee atraer más clientes o vender en línea.

Lo primero es lo primero

Antes de ponerse en contacto con una empresa de diseño web, primero debe hacer algunos deberes.

1. Designar un director de proyecto

Como propietario de una pequeña empresa, ya tiene muchas cosas en su plato. Probablemente sea mejor que otra persona administre su proyecto de diseño web. En estos días, muchos empleadores jóvenes son bastante inteligentes cuando se trata de Internet. Mira si alguien quiere asumir el reto de gestionar tu proyecto web de principio a fin. Aún mejor si tienen algunos conocimientos básicos de marketing y ventas, pero pueden aprender sobre la marcha. Recuerde, un sitio web es la ventana frontal de su

negocio; debe ser profesional, fácil de navegar y generar clientes potenciales o ventas para su empresa.

2. Identificar el objetivo final

Cuando su sitio web esté listo para su lanzamiento, ¿qué papel se supone que debe hacer por usted? ¿Es una herramienta de marketing, un generador de leads, un vehículo de comunicación o un motor de ventas? Comprender lo que desea que haga su sitio antes de que comience el trabajo lo ayudará a asegurarse de que el sitio se alineará adecuadamente con sus expectativas y lo guiará a usted, a su gerente de proyecto y al equipo de diseño en todo lo que haga.

Los objetivos comunes incluyen:

- Generación de clientes potenciales
- Construyendo relaciones
- Aumento de la conciencia
- Influir en la política pública
- Proporcionar investigación y orientación.
- Reserva de citas o reservas
- Aumento de las ventas
- Comunicación con las partes interesadas
- Participar en el comercio internacional

3. Que necesitarás

Antes de sumergirnos de lleno en el proceso, echemos un vistazo a los diversos componentes de un sitio web para que pueda ver cómo encaja todo.

- **Nombre de dominio:** Este es el nombre de su sitio web. Piense en microsoft.com, cnn.com, facebook.com, etc. Piense en ello como su dirección comercial en línea. Es la dirección que alguien necesita ingresar o hacer clic para visitar su sitio web.
- **Anfitrión del servidor:** Esta es una empresa que alquila espacio para almacenar todos los archivos relacionados con su sitio web. Piense en ello como un almacén para todos sus datos.
- **Sistema de Gestión de Contenidos (CMS):** Esto hace todo el trabajo pesado en lo que respecta al diseño, la funcionalidad y la presentación de su sitio. WordPress es el CMS más común que existe y es gratuito.
- **Complementos.** Estos agregan características a su sitio web. Dependiendo de CMS y le permiten agregar comercio electrónico y soporte técnico o le permitirán aceptar citas.

- **SSL:** Esto ayuda a proteger su sitio web. Se conoce oficialmente como Capa de sockets seguros. Cuando veas [https](https://) en vez de [http](http://) en la dirección web o un ícono de candado que está cerrado, significa que el sitio es lo suficientemente seguro para manejar datos de clientes y transacciones con tarjeta de crédito.
- **Comercio electrónico:** Este complemento le permite vender productos o servicios y aceptar pagos en un entorno seguro y en tiempo real. tenemos todo un [tutorial sobre cómo agregar o integrar el comercio electrónico](#) en su sitio web.

4. Empezando

La primera decisión es quién va a hacer el trabajo. Puede optar por hacerlo usted mismo si lo desea, pero el programa Go Global ya ha investigado algunos grandes diseñadores con los que puede trabajar.

Tu diseñador te ayudará a:

- Desarrolle una apariencia única para su sitio web que coincida con su marca y no se parezca a su competidor.
- Libere su tiempo y energías para trabajar en otros aspectos de su negocio. La curva de aprendizaje puede llevar mucho tiempo, especialmente si está tratando de hacer comercio electrónico en su sitio, ya que se requiere mucha configuración para impuestos, envío, etc.
- Proporcione soporte continuo para el sitio, incluida la optimización del motor de búsqueda (SEO) y las actualizaciones del sistema.

Si contrata una empresa de diseño web, algunos consejos rápidos:

- Siempre que sea posible, pídale a su diseñador que le proporcione una oferta de costo fijo para un alcance de trabajo acordado. Las tarifas por hora pueden consumir un presupuesto limitado rápidamente. Solo sepá que si elige un costo fijo, también debe aceptar los términos para que su socio de diseño también pueda ganarse la vida.
- Pídale que desglosen los costos de mantenimiento, actualizaciones del sitio, contenido (si desea que brinden los servicios de redacción), tarifas de alojamiento, etc., por separado.
- Si van a registrar su nombre de dominio, comprar complementos, un certificado SSL o cualquier otra parte de su sitio web, asegúrese de tener acceso a los inicios de sesión y figurar como el propietario de estos activos.
- Pide referencias y datos de contacto de otros clientes de la empresa para poder preguntarles sobre sus experiencias y satisfacción.
- Obtenga siempre dos o tres cotizaciones para servicios de diseño. Los precios, las capacidades y los servicios variarán ampliamente. Si tiene problemas para comparar manzanas con manzanas, solicite una aclaración.

- Si se siente cómodo trabajando con un diseñador que no es local, considere presentar su proyecto a licitación en un sitio como upwork.com o guru.com.
- Si desea realizar comercio electrónico, asegúrese de que la persona o empresa que está contratando haya realizado comercio electrónico en el pasado. Confía en nosotros; no quieras ser su primer cliente.
- Asegúrese de que la empresa le asigne todos los derechos de autor y la propiedad de los activos del sitio, aparte de cualquier cosa que pueda ser de su propiedad.

Consejo profesional: Si va a tener a alguien que le construya un sitio o planee hacerlo usted mismo, probablemente querrá elegir WordPress como su sistema de administración de contenido. Ejecuta aproximadamente el 30% de Internet y tiene una gran comunidad de desarrolladores que siempre está trabajando en nuevas funciones y capacidades. Actualizar el contenido es fácil de completar y es muy parecido a trabajar con documentos de Word. Algunas empresas de alquiler de servidores también ofrecen su propia versión administrada de WordPress, lo que facilita aún más la instalación.

Empresas como [ionos.com](#) ofrece una configuración automatizada de WordPress que maneja todo por usted, lo que le permite comenzar a funcionar en poco tiempo.

5. Lista de Verificación

Reúna sus activos

Antes de que la construcción pueda comenzar, necesita contenido. Comience recopilando sus imágenes en formato .jpg o .png, incluido su logotipo. Si conoce los códigos hexadecimales de los colores de su negocio (están expresados como conjuntos de números/letras de seis dígitos como #000000), agréguelos a su hoja de trabajo junto con las fuentes que usa, las direcciones de sus redes sociales y las fotos que desea usar. Si está proporcionando la copia, colóquelo todo en un solo documento de Word con la ubicación de página deseada incluida (Acerca de nosotros, Contáctenos, Qué ofrecemos, etc.).

Obtener un nombre de dominio

Elegir un nombre de dominio puede ser un desafío. Internet existe desde hace décadas, por lo que la mayoría de los nombres de dominio realmente buenos se han ido, especialmente aquellos que terminan en .com. Hay otras raíces de nombres de dominio más nuevas (la parte después del punto) como .biz, .info, .pizza, etc., por lo que es posible que pueda usar el nombre de su empresa si está dispuesto a usar una de estas más nuevas. denominación de raíces.

Su empresa de diseño puede ayudarle a encontrar opciones. O puede hacer una pequeña búsqueda usted mismo. Para encontrar un nombre, querrá ir a un sitio como [godaddy.com](#), [ionos.com](#), o [networksolutions.com](#). Ingrese el nombre deseado y, si no está disponible, estos sitios ofrecerán

nombres alternativos que estén disponibles. A veces también se le ofrece la opción de comprar el nombre que realmente desea... por un precio. Los ciberocupantes registran nombres que creen que alguien querrá en el futuro y les asignan un precio más alto.

Al elegir un nombre:

- Que sea fácil de recordar y difícil de escribir mal.
- Incluye el nombre de tu empresa, eslogan o marca.
- Manténgalo lo más breve posible (p. ej., www.tricolorpasta.com)
- Considere agregar palabras clave que describan lo que hace (por ejemplo, www.ginospizza.com)
- Considere agregar su ubicación (por ejemplo, www.jmlawseattle.com)

Cuando registre su nombre de dominio, se le dará la opción de dejarlo público o mantenerlo privado. Un registro privado cuesta más, pero mantiene su información personal (nombre, ubicación, información de contacto) fuera del ojo público, lo que significa menos spam en su casilla de correo electrónico y menos llamadas de ventas.

Un nombre de dominio debería costarle entre \$12 y \$25 por año, pero algunas empresas de diseño incluyen este precio en un paquete de alojamiento, que cubrirá en un momento.

Elige tu plataforma

Como se ha señalado, nuestra recomendación es [WordPress](#), pero hay otros que su socio de diseño puede recomendar, incluidos los creadores de sitios de arrastrar y soltar, como Squarespace, Weebly y Wix. Si elige WordPress, también necesitará tener un "tema" para su sitio. Un tema es parte de la programación interna que crea el diseño del sitio. Muchos de estos son gratuitos; otros tienen un costo anual o único. Nuevamente, su diseñador puede brindarle varias opciones para elegir que luego se pueden modificar.

Obtener alojamiento

Un servidor no es más que un disco duro conectado a Internet. Almacena todos sus archivos y, cuando alguien escribe su nombre de dominio, apunta al servidor de su empresa de alojamiento. El servidor, a su vez, envía los archivos de regreso a la computadora del solicitante y los archivos se ensamblan en el navegador (Chrome, Explorer, Safari, etc.).

Tiempo friki: *Cuando ingresa un nombre de dominio, su solicitud se dispara desde su computadora a un montón de otras computadoras en todo el mundo, solicitando direcciones. El nombre de dominio es en realidad una serie de números (199.113.134.33). Una vez que una computadora dice: "Sí, sé dónde está", la solicitud se envía al servidor correspondiente. Luego devuelve todos los enlaces de archivos a través de Internet al navegador de su computadora. Todo esto sucede en milisegundos, aunque la solicitud puede detener a una docena de servidores en el*

camino que piden direcciones.

Algunos de los hosts de servidor más populares son [godaddy.com](#), [ionos.com](#), [bluehost.com](#) y [hostgator.com](#).

Nuevamente, su socio de diseño web puede hacer recomendaciones. Independientemente, sepa que cada empresa de servidores es diferente. Algunos son mejores que otros. No necesita un servidor dedicado propio. En su lugar, solicite un plan de servidor compartido, que puede costar tan solo \$ 2.95 / mes. Muchas empresas de alojamiento ofrecen el registro del nombre de dominio de forma gratuita, así que pregunte a su socio de diseño si el nombre de dominio está incluido en el costo o si tendrá que renovarlo cada año por un costo adicional. También pregunte si el plan del servidor ofrece un certificado SSL gratuito con una nueva cuenta. Lo necesitará si está haciendo comercio electrónico.

También tendrá la opción de obtener cuentas de correo electrónico con un servidor host. Esto es muy recomendable. Tener correos electrónicos como info@tudominio.com es mucho más profesional que tener una dirección de Gmail o Hotmail. Además, los clientes podrán contactarlo en steve@tudominio.com en vez de stevieboy11@gmail.com.

Al comparar planes de servidor, preste especial atención al ancho de banda. Idealmente, no desea comprar un plan que tenga un límite de datos. Algunos planes de bajo costo cobran tarifas adicionales por cualquier ancho de banda por encima de un monto establecido, lo que puede agregarse a sus costos mensuales. Nuevamente, solicite opciones a su socio de diseño si está creando un nuevo sitio web o si desea mover el existente a un servidor que admita más funciones o un sistema de administración de contenido específico.

Elige un tema

Como se señaló anteriormente, la mayoría de los sistemas de administración de contenido usan un "tema" para controlar la apariencia del sitio y sus características. Algunos de estos son muy rudimentarios, y pronto se encontrará con callejones sin salida frustrantes cuando desee mover una parte particular del contenido a otro lugar de la página, y el tema no se lo permitirá.

Es mejor invertir en un tema flexible que nunca tendrá un callejón sin salida. [Elementor](#) es una de esas opciones, aunque todavía tiene ciertos límites en la personalización de la apariencia de una página web o de todo el sitio. En el otro extremo del espectro está [Tema Divi de Elegant Themes](#), que le permite personalizar casi todos los aspectos de la apariencia de una página, desde los márgenes y las columnas hasta los botones y las fuentes, todo con un par de clics. El tema también le permite crear elementos maestros que, cuando se actualicen, cambiarán el contenido o el elemento de diseño dondequiera que aparezca en el sitio. Se trata de \$ 250 por una licencia de por vida que incluye actualizaciones que a menudo llegan semanalmente.

Si tiene una empresa de diseño que trabaja con usted, hable con ellos sobre las opciones de temas. Su tema será una de sus decisiones más importantes cuando se trata de construir una presencia en línea.

Optimice la arquitectura de su sitio

La arquitectura es cómo la gente se mueve a través de su sitio. Comienza con los botones de navegación y el contenido debe agruparse en fragmentos lógicos para que un visitante aprenda rápidamente cómo moverse por su sitio. Asegúrese de prestar especial atención a la función de búsqueda y dónde se encuentra. Debe estar en la parte superior de todas sus páginas.

Piense en la arquitectura de su sitio como una organización. graficar eso para un negocio que muestre quién informa a quién. El CEO en la parte superior es la página de inicio de su sitio. Debajo de eso en su organización. gráfico son sus informes directos, que son similares a la navegación de nivel superior en su sitio. Luego, las personas que trabajan bajo cada gerente en su gráfico son las páginas web individuales debajo de ese cuadro.

Aquí hay algunos consejos adicionales:

- Incluya la navegación en la parte superior e inferior para que los visitantes no tengan que seguir desplazándose hacia arriba y hacia abajo.
- Haga que los títulos de sus páginas sean breves y sencillos. Es mejor si caben en una línea en sus menús desplegables.
- Trate de mantener los puntos de navegación principales en siete o menos. Cosas como Acerca de nosotros y Contáctenos pueden estar en la navegación secundaria si desea reducir la cantidad de puntos de entrada principales.
- Utilice una llamada a la acción siempre que sea posible.

Construcción de sitios web

Según la arquitectura aprobada de su sitio, es hora de construir su sitio. Las páginas se construyen para que coincidan con el gráfico de estructura, y el contenido y las imágenes se integran en cada página.

En este punto, desea trabajar con su empresa de diseño para mapear las palabras clave de nuestro motor de búsqueda y otras optimizaciones. Estos te ayudarán a posicionarte más alto en los motores de búsqueda. Cómo se nombra una página, la cantidad de veces que se usa una palabra clave en particular, dónde aparece en el título y la copia, todo ayuda a determinar la clasificación del sitio.

No se preocupe demasiado si no tiene todos estos detalles antes del lanzamiento. El SEO es un proceso continuo, y siempre es un juego manipular las palabras clave para mejorar la clasificación de una palabra clave en particular, una página o el sitio en general. Puede hacerlo usted mismo o pedirle a su equipo de diseño web que haga el trabajo como parte de su contrato. Los sistemas de administración de contenido

como WordPress tienen complementos que hacen que este proceso sea bastante fácil. Yoast SEO es algo así como un estándar en este sentido.

Consejo profesional: Si está haciendo comercio electrónico, agilice el proceso de compra tanto como sea posible. Piense en el famoso botón "Comprar ahora" de Amazon.com. Cada vez que un cliente tiene que llenar información en una pantalla y pasar a otra pantalla, tiene tiempo para pensar en la compra que está a punto de realizar. Cuantas más pantallas, más a menudo abandonarán su carrito.

Consejo extra: Ofrezca a los clientes tantas opciones de pago como sea posible. Si bien puede aumentar el tiempo de configuración e incluso algunas tarifas, a la gente le gustan las opciones en estos días, desde tarjetas de crédito y débito hasta Paypal, Venmo y más.

Probando, probando

Antes de lanzarlo, asegúrese de probar su sitio. Haga clic en la navegación y todas las páginas. Pruebe los hipervínculos (los enlaces de colores que lo llevan a otro contenido), haga clic en los botones, asegúrese de que todo se cargue correctamente y rápidamente. Pruebe cualquier formulario que tenga en el sitio y asegúrese de que los correos electrónicos lleguen al buzón de correo electrónico correcto desde formularios, botones y enlaces. Asegúrese de probarlo también en una tableta y un teléfono.

Si tienes comercio electrónico, haz un par de pedidos de práctica. Desea asegurarse de que el proceso de pedido transcurra sin problemas y que las tablas de impuestos y los costos de envío sean correctos. Realice un pedido completo para que reciba el correo electrónico de confirmación de su parte para el pedido y que el cliente reciba una confirmación y agradecimiento.

Este es un momento excelente para que la familia, los amigos, los proveedores o incluso algunos clientes prueben el sitio para ver si detectan algún error o paso que no sea intuitivo o claro. Un nuevo par de ojos puede hacer maravillas, captando algo que se ha perdido cada vez que revisa una página. Este también es un excelente momento para que alguien con habilidades de revisión revise su sitio para detectar errores de gramática, puntuación y ortografía.

Lanzar

Hasta ahora, su sitio debería haber tenido un mensaje de "Mantenimiento" en la página de inicio. Una vez que desactive este complemento, su sitio estará activo para que todo el mundo lo vea, y es hora de abrir el champán o la sidra espumosa.

A menos que haya estado promocionando el lanzamiento durante semanas antes de que su sitio se pusiera en marcha, no espere una avalancha de pedidos. Los motores de búsqueda tardan semanas en

catalogar los sitios en estos días, principalmente debido a la gran cantidad de sitios web que se crean y actualizan. En las semanas posteriores al lanzamiento, deberá utilizar estrategias de marketing anticuadas para promocionar su sitio y generar tráfico. Este es un buen momento para ofrecer ofertas especiales de "gran inauguración" en su sitio.

Comercializa tu sitio web

Los motores de búsqueda solo lo llevarán hasta cierto punto. Debe integrar su sitio web en todo lo que hace desde el punto de vista de marketing, ventas y comunicaciones. Asegúrese de agregar su dirección web a sus tarjetas de presentación, membretes, facturas y folletos, y agréguela a la línea de firma de sus correos electrónicos. Promocione el sitio en sus canales de redes sociales también, para que los clientes potenciales y los clientes sepan que usted tiene un sitio web y, si tiene un comercio electrónico instalado, que pueden comprarle las 24 horas del día. Si tiene un boletín informativo o un blog, haga referencia al sitio y vincúlelo. Haz lo mismo con tus publicaciones de LinkedIn. Siga atrayendo a las personas a su sitio web, ya sea a través de enlaces, contenido o promociones.

Mantén tu sitio

Uno de los mayores errores que cometen las empresas es gastar dinero para construir un sitio, ponerlo en funcionamiento y luego ignorarlo. Los motores de búsqueda quieren ver contenido nuevo en el sitio, por lo que ajustar las palabras clave y la información lo ayudará a aumentar su clasificación y lo mantendrá en los resultados del sitio para palabras clave específicas.

Querrás desarrollar un plan para hacer crecer tu sitio con el tiempo. Esto puede significar un blog o la creación de una lista de suscriptores o programas de fidelización. Si tiene comercio electrónico, significa agregar nuevos productos, descontar o cerrar otros, y agregar nuevas funciones a medida que su base de clientes se expande y solicitan funciones o contenido específico. Al igual que reorganiza los productos en una tienda física, desea que su sitio web sea dinámico y esté en constante cambio. Si le ayuda, elabore un calendario editorial para promocionar las festividades o las ofertas de temporada, mostrar nuevos productos o servicios, promocionar ofertas especiales y, en el proceso, mantener a los clientes comprometidos con lo que tiene para ofrecerles, no solo en términos de productos, sino también de información. e incluso entretenimiento. Ofrezca a sus clientes una razón para volver a su sitio, incluso si aún no están listos para comprar.

Su empresa de diseño web estará encantada de analizar las opciones para que hagan parte de este trabajo por usted, incluida la actualización de las palabras clave de su motor de búsqueda y la publicación de ofertas u ofertas especiales.

Consejo profesional: Siempre haz una copia de seguridad de tu sitio. Complementos como [UpdraftPlus](#) realizará automáticamente una copia de seguridad de su sitio web de forma diaria, semanal o mensual. Si algo se corrompe en su sitio (que con el tiempo es casi una certeza),

siempre puede recuperar la copia de seguridad más reciente y restaurar el sitio, sus complementos o temas o la base de datos subyacente. Este complemento también le permitirá mover el sitio a un nuevo host de servidor si es necesario mediante la función Clonar.

6. Criterios de diseño

A medida que implementa una estrategia de sitio web, desea asegurarse de tener en cuenta a su audiencia. Desea involucrarlos con una historia sobre quién es usted, qué ofrece y por qué es la mejor opción para hacer negocios. Desea que el sitio sea receptivo para que se reformatee y escale instantáneamente a diferentes tamaños de pantalla de teléfonos, tabletas, computadoras portátiles y PC. También debería cambiar sin esfuerzo de un formato horizontal a uno vertical sin contratiempos visuales.

Nuevamente, su socio de diseño web lo ayudará con esto. Los siguientes son algunos de los conceptos básicos para ayudarlo a colaborar con ellos para mantener su sitio actualizado y con una apariencia fresca.

Enfócate en tu audiencia

Puede gastar todo el dinero del mundo en un sitio web, pero a menos que le brinde al cliente una excelente experiencia de usuario, no generará clientes potenciales ni ventas. Piense como un cliente y diseñe su sitio con ellos en mente. Las herramientas de diseño actuales le permiten hacer casi cualquier cosa imaginable, incluso ofrecer contenido personalizado que coincida con los intereses de sus clientes. Todo debe estar centrado en el cliente, haciendo que sea lo más fácil posible para los visitantes encontrar lo que necesitan, tomar decisiones sobre usted y sus ofertas y hacer un seguimiento con usted en la menor cantidad de pasos posible.

Contar una buena historia

Si todo lo que hace es vender en su sitio web, apagará a los visitantes. Es posible que aún no estén listos para comprar. En cambio, es posible que todavía estén en la etapa de investigación y reduzcan sus opciones. Su sitio web debe proporcionar información útil que respalde este proceso, genere confianza y relación y abra la puerta para futuras interacciones.

Hable en un idioma que sea conversacional y amigable. No use grandes palabras o jerga. Hágales de ti y de tu empresa, así como de tus productos y servicios. En última instancia, están comprando una relación contigo; sea transparente, honesto y atractivo, pero lo más importante, construya esa relación a largo plazo. Sea un editor despiadado y elimine cualquier cosa que sea repetitiva, poco clara o innecesaria.

Con ese fin, considere agregar un blog a su sitio u otro contenido que comparta experiencia y conocimiento. No solo generará tráfico repetido porque está ofreciendo algo, conocimiento, de forma gratuita, sino que también mejorará su clasificación en los motores de búsqueda, ya que a los algoritmos de los motores de búsqueda les encanta el buen contenido que no se trata solo de vender algo a alguien.

Hazlo fácil

Como se señaló anteriormente, la gente quiere visitar un sitio que sea fácil de usar e intuitivo. Los visitantes no quieren tener que adivinar a dónde ir a continuación en su viaje. Facilite la búsqueda de precios e información de contacto. En cada paso del camino, ofrezca la posibilidad de hablar con una persona real por teléfono o mensaje de texto. Elimine todas las frustraciones que podrían causar que un visitante haga clic fuera de su sitio y busque otro.

Se consistente

Habla en segunda persona a tu audiencia. Asegúrese de que su gramática, ortografía y puntuación no solo sean impecables sino consistentes en todo el sitio. [Grammarly](#) puede ser de gran ayuda si no eres un escritor profesional. Cada página debe sentirse como si perteneciera a la anterior y posterior. Esto se aplica al uso de la misma tipografía, tipo de sitio, alineación y paleta de colores. Las fotos también deben ser de la misma familia. Trate de elegir imágenes que se apoyen entre sí y agreguen a la historia. Siempre que sea posible, utilice fotos reales, no de stock.

Consejo profesional: Nunca use una foto que encontró en Internet o puede recibir una carta desagradable en el correo un día diciéndole que la imagen tenía derechos de autor y que le debe algo de dinero al cliente de la firma de abogados.

Diseño para velocidad y móvil

Incluso con las canalizaciones de datos masivas disponibles en la actualidad, desea que su sitio se cargue de manera rápida y predecible. Recuerde, aunque el sitio puede cargarse casi instantáneamente en la computadora de su casa, debe recordar a la persona que vive en una comunidad rural que tiene una conectividad 3G irregular en su teléfono, en el mejor de los casos.

La rapidez con la que se carga un sitio puede tener un impacto significativo tanto en la experiencia del usuario como en la clasificación de su sitio en los motores de búsqueda. Hay varias formas de diseñar un sitio para la velocidad. Algunos de los métodos más fáciles y efectivos incluyen reducir la cantidad de complementos que usa, comprimir fotos para que tarden menos en cargarse y usar una cantidad limitada de redireccionamientos (un enlace que envía a un visitante de una página antigua a una uno más nuevo). A [probador de velocidad web](#) puede ayudarlo a ver los tiempos de carga previstos para una ubicación o país específico.

Recuerde que muchas personas utilizan dispositivos móviles en estos días, por lo que es importante que su sitio funcione correctamente en un teléfono inteligente. WordPress y otros productos CMS harán esto automáticamente, y Divi le permite activar y desactivar funciones y contenido para dispositivos específicos, lo que le permite, por ejemplo, publicar una foto ancha en una PC y una foto vertical en una tableta o teléfono.

Consejo profesional: Aquí hay algunas otras cosas que puede hacer para acelerar su sitio web:

- Mantenga los complementos al mínimo. Estos pueden ralentizar significativamente la velocidad de su sitio.
- Mientras trabaja con fotos, pruebe diferentes niveles de compresión para obtener la mejor calidad para la imagen con el menor tiempo de carga. Guarde siempre una imagen al 100% del tamaño que debe tener en la página. Una foto más grande de lo necesario ralentizará la carga del sitio; demasiado pequeño y será granulado.
- Limite los redireccionamientos que reenvían una solicitud de usuario a otra página. Estas solicitudes ralentizan el tiempo de respuesta ya que el servidor intenta encontrar primero la página original y luego la página a la que se reenvía.

No lo conviertas en un mausoleo

Un sitio web no es una propuesta de configurarlo y olvidarlo. Construir el sitio es solo el comienzo. Asegúrese de que se actualice regularmente. Tendrá que ser rediseñado eventualmente. Programe pequeños rediseños cada dos años y uno importante cada dos o tres años. Si elige una plataforma como WordPress y un tema como Divi, puede cambiar todos los aspectos de su sitio sin tener que seleccionar un tema diferente para lograr una apariencia nueva. Los colores, las fuentes y las páginas completas se pueden reconfigurar con solo unos pocos clics, y puede exportar e importar estilos fácilmente entre secciones y páginas completas. En comparación con los viejos tiempos de las páginas codificadas en html, las herramientas web modernas son nada menos que un milagro.

Terminando

Su empresa de diseño web está aquí para ser su socio a largo plazo. Están aquí para asesorarte y hacer que tu sitio web funcione para ti, ya sea para atraer nuevos clientes, aumentar los ingresos, mejorar el servicio al cliente o aumentar las ventas.

Desea construir una relación con ellos para que puedan mejorar su marketing, clasificaciones de motores de búsqueda, mensajes y resultados. Al seguir estos pasos, terminará con un sitio web atractivo que

cumple o supera sus expectativas. Piense en ello como tener una segunda tienda que está abierta las 24 horas del día, los siete días de la semana.

Y recuerda, siempre puedes empezar poco a poco y construir más tarde. Hasta ese escaparate físico, es fácil expandir el virtual. Está bien. para comenzar poco a poco y expandirse a medida que vea los resultados.