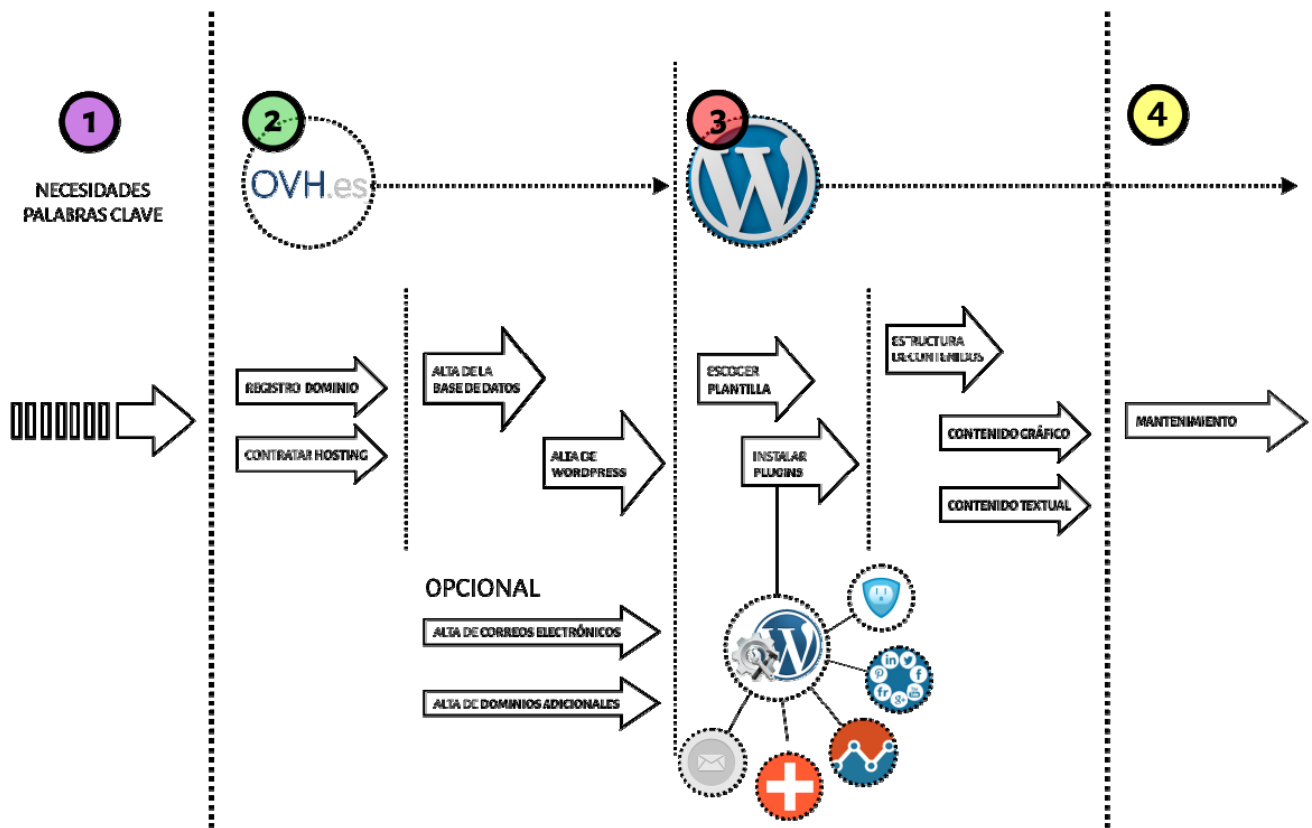


PÁGINA WEB

Pasos para crear una web



Es de vital importancia darnos cuenta que una web no incluye solo los pasos 2 y 3. El paso 1 y el paso 4 son MUY importantes. La construcción de una web es más que un proceso técnico. Incluye una estrategia para nuestra visibilidad y por tanto para la captación de clientes.

- 1- El primer punto lo hemos estudiado previamente con el elevator pitch y las herramientas de palabras clave. Sin este paso previo, la elección del dominio y sobretodo la redacción de textos y metatags es en vano.
- 2- Una vez elegido el dominio, lo contratamos junto al espacio web (sitio donde se aloja nuestra página. Se detalla más adelante). En OVH o cualquier proveedor que escojamos podemos dar de alta dominios y espacio web, correos electrónicos, páginas en Wordpress o tiendas online, etc...)
- 3- Cuando la estructura necesaria está lista, empezamos con el diseño de la web
- 4- Sin una actualización de nuestra web, está dejará de ser interesante para los buscadores como Google y perderá posiciones en las listas de resultados.

Dominio

¿Qué es un dominio? Un dominio es una dirección. Es como un número de teléfono. Cuando lo escribes en un navegador web llama a una “casa” donde esta la página web en cuestión. A esta casa se llama alojamiento web o hosting.

Una vez sepamos las palabras clave por las que buscan nuestros potenciales clientes ya podemos contratar un dominio específico que apunte a su necesidad. ¿Porqué? Es más que interesante que el dominio corresponda a una

necesidad real. Si yo tengo el dominio “terapiadepareja.com” y tengo una web (bien hecha claro) en ese dominio que tenga un contenido relacionado con ese tema, tengo muchas posibilidades de salir de los primeros de la lista de Google cuando alguien busque por “terapia de pareja”.

Seleccionaremos el dominio correspondiente a las palabras clave que veamos que responde al mayor número de potenciales clientes y que sea lo más fiel a lo que realmente hacemos.

¿Cómo sabemos si el dominio está libre?

Vamos a acceder al proveedor donde lo compraremos y allí mismo lo verificamos escribiendo el dominio deseado en el espacio en blanco (circulo rojo)

www.ovh.es

(Existen otros proveedores para contratar dominio y espacio para la web. Por ejemplo www.webempresa.com)



Si está libre, a partir de aquí seguimos el procedimiento de registro.

Cualquier proveedor nos va a solicitar datos de contacto para el registro de dominio y tarjeta de crédito para su pago.

Alojamiento web (o hosting)

Cuando nos solicita el alojamiento debemos elegir según nuestras necesidades.

¿Qué es el alojamiento? Es el sitio donde se ponen los archivos de tu página web. Para entenderlo, haremos un paralelismo con un piso. El dominio sería la dirección postal (calle diagonal 455, 2º 1ª). El dominio apunta a un sitio, de la misma manera que la dirección postal apunta un sitio. El alojamiento (espacio para la web) sería el piso en sí, el espacio donde se vive. El alojamiento es el espacio en el que se guardan los archivos de la web, y cuando alguien escribe la dirección (dominio) se le muestran esos archivos. Por tanto, la página web (los archivos) serían los muebles y las personas que viven dentro el piso.

En el caso de este proveedor (OVH), el “plan personal” es perfecto para la mayoría de los casos. El plan personal permite alojar una página web con wordpress bajo un dominio. Si vuestra necesidad es de 1 a 4 páginas web os recomiendo el “plan profesional”.

Base de datos, web, gestor,... ¿?

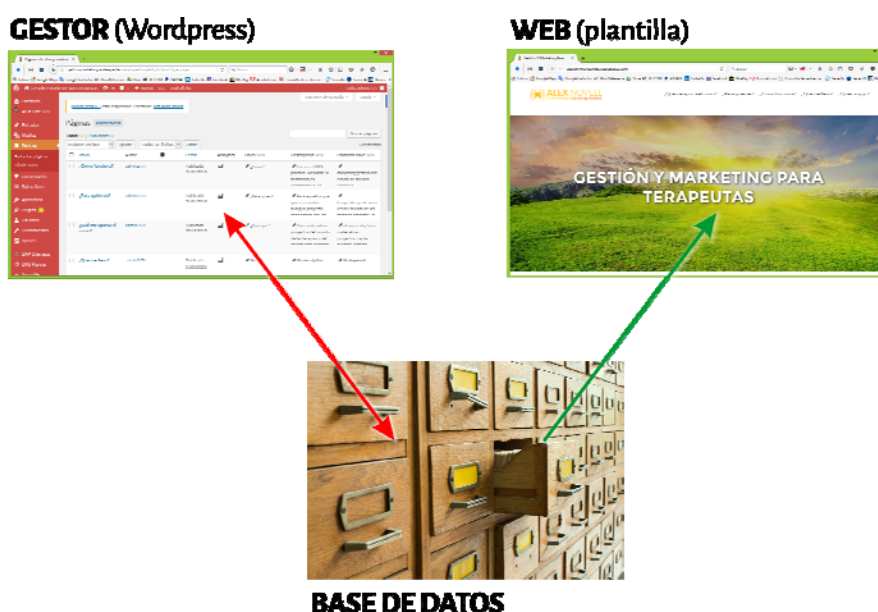
Voy a explicar un poco más a través de un gráfico qué es todo esto. ¿Qué es el gestor? ¿Para qué sirve? ¿y la base de datos?

Una web se compone normalmente de 3 elementos: el gestor, la web y la base de datos.

La web: lo que vemos cuando ponemos el nombre de dominio en el gestor no es más que una plantilla vacía que se rellena con los datos que voy introduciendo desde el gestor. Así que, siempre que cambie alguna cosa en el gestor de Wordpress se me cambiará en la web. Pero entonces... ¿el contenido de la web lo lee del gestor? No.

El gestor: es una página web desde la que podemos gestionar el contenido de la web. Pero no se almacena ni en el gestor ni en la web. Se almacena en la base de datos. Todo aquello que introduzco desde el gestor se guarda en la base de datos. En este caso usamos como gestor Wordpress.

Base de datos: recibe todo el contenido que se le introduce desde el gestor, y cuando alguien entra en nuestra web, la base de datos le manda todo el contenido para rellenar la plantilla. La plantilla de la web siempre está vacía, y se va rellenando con el contenido de la base de datos. Por eso siempre que cambiamos algo en el gestor, este cambio se realiza en la base de datos y cuando la plantilla de la web pide contenido, la base de datos le manda la última versión.



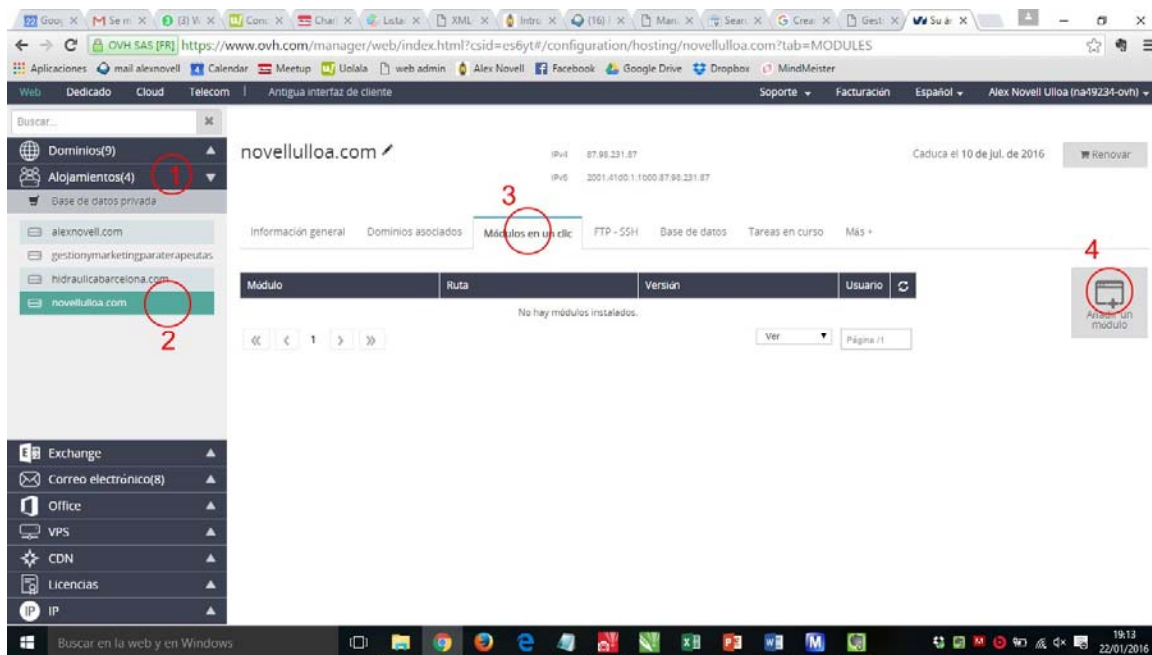
Instalación de wordpress

Ya tenemos dominio y espacio web. Ahora solo nos falta moblar el piso. Tenemos una dirección y un piso vacío. ¿Qué vamos a poner dentro? Una web. Vamos a llamar a IKEA (Wordpress) para que nos ponga los muebles.

Al contratar un plan en OVH (o cualquier otro proveedor) recibiremos un e-mail con los datos de acceso al área de cliente. Accedemos al área de cliente. En el caso de OVH es: www.ovh.com/manager/ y ponemos nombre de usuario y contraseña proporcionados en el e-mail recibido (será un e-mail con un asunto que incluye [NICKHANDLE])

Una vez dentro:

Clicamos en alojamiento (1 y 2) y hacemos clic sobre la pestaña de “Módulos en 1 click”.



Seleccionamos Wordpress y procedemos con la instalación. Os recomiendo seleccionar la opción de “Instalación en modo avanzado”. Son pocas opciones de más que aparecen pero permite escoger nombre de usuario y contraseña personalizados.



Una vez creado el módulo recibiremos un email con una información tipo esta:

Su dirección de acceso es www.midominio.com/wp-admin/

Usuario: admin (o el elegido)

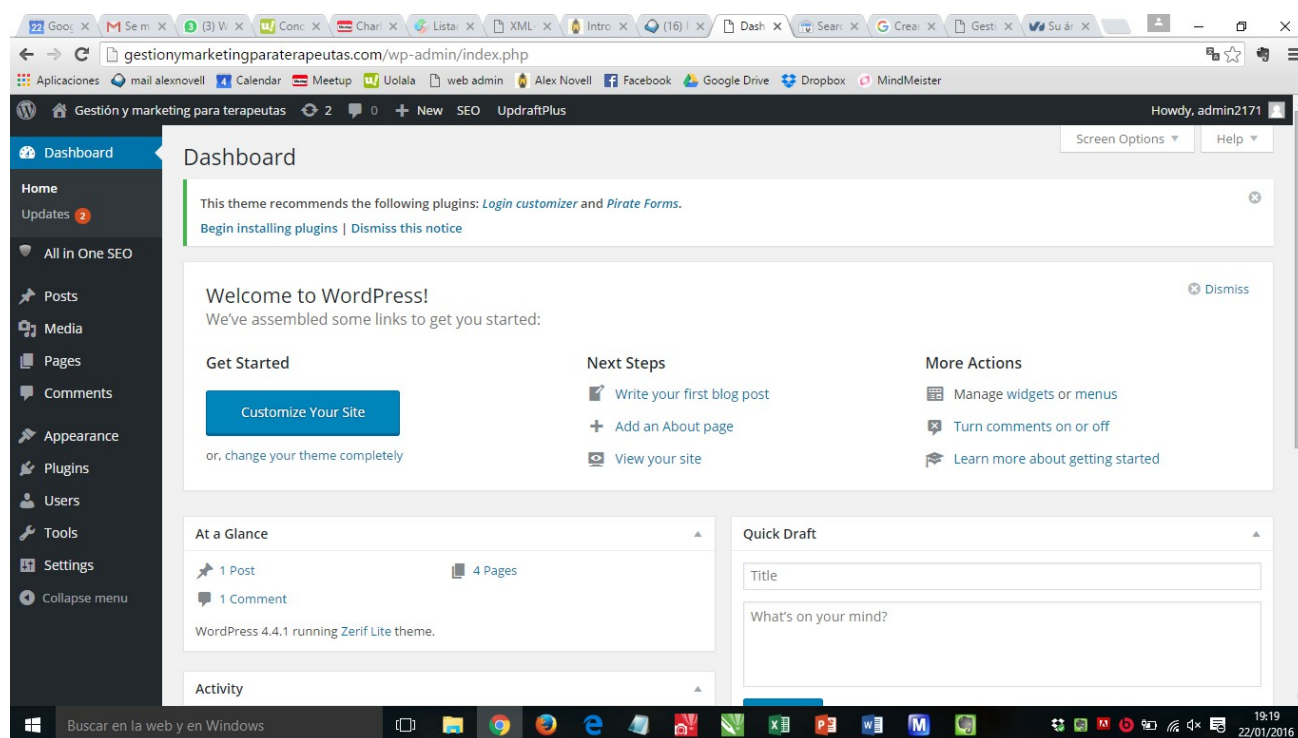
Contraseña: *****

Esto significa que YA TENEMOS PÁGINA WEB instalada. Ahora solo hace falta personalizarla. IKEA nos ha traído los muebles a casa y tenemos que montarlos. ;-)

Estos son los datos para acceder a la zona de gestión de nuestra web. Lo llamaremos **GESTOR**.

Desde el gestor es desde donde lo vamos a hacer todo. Dar apartados de alta, añadir fotos y textos, gestionar el posicionamiento de la web, mirar las estadísticas de visitas, actualizar el blog, etc...

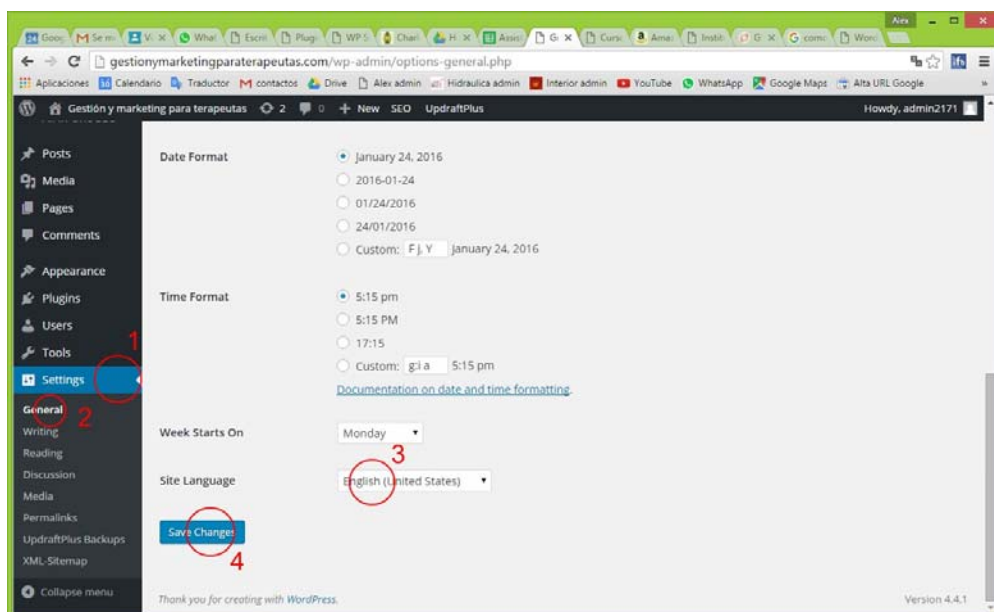
Vamos a ello. Usamos esos datos para acceder y nos encontramos esto:



Esta es la página principal del gestor. A mano izquierda está el menú con las opciones de qué disponemos. Las iremos viendo poco a poco.

En esta primera página podremos ver de un vistazo los nuevos comentarios que hayan puesto en nuestro blog o el número de visitas de la web.

Es posible que de base nos venga el gestor en inglés. Si lo queremos al español solo tenemos que ir a Settings -> General y buscar en la parte de abajo el idioma deseado



Plantilla de nuestra web

Vamos a seleccionar el aspecto que tendrá la web. Necesitamos elegir una plantilla. Existen muchas plantillas gratuitas y otras de pago. Las gratuitas normalmente disponen de su versión PRO o de pago. Es decir, la versión gratuita es idéntica a la de pago, pero la única diferencia es que la gratuita tiene algunas funcionalidades bloqueadas.

Es muy importante que la plantilla que seleccionemos sea **responsive**. ¿Qué significa eso? Que se adapta a los distintos dispositivos (PC, tablet, móvil,...). Esto lo indicará en las características de la plantilla.

Para webs tipo OnePage recomiendo ZERIF Lite. ¿Qué es OnePage? Son aquellas webs que muestran todo el contenido en la página principal.

Para las webs “estándar” ya debemos mirar cuáles son nuestras necesidades. Una que yo uso es Vantage .

Es posible que con la plantilla gratuita no podamos cambiar todos los colores de la web o no podamos acceder a todos los apartados.

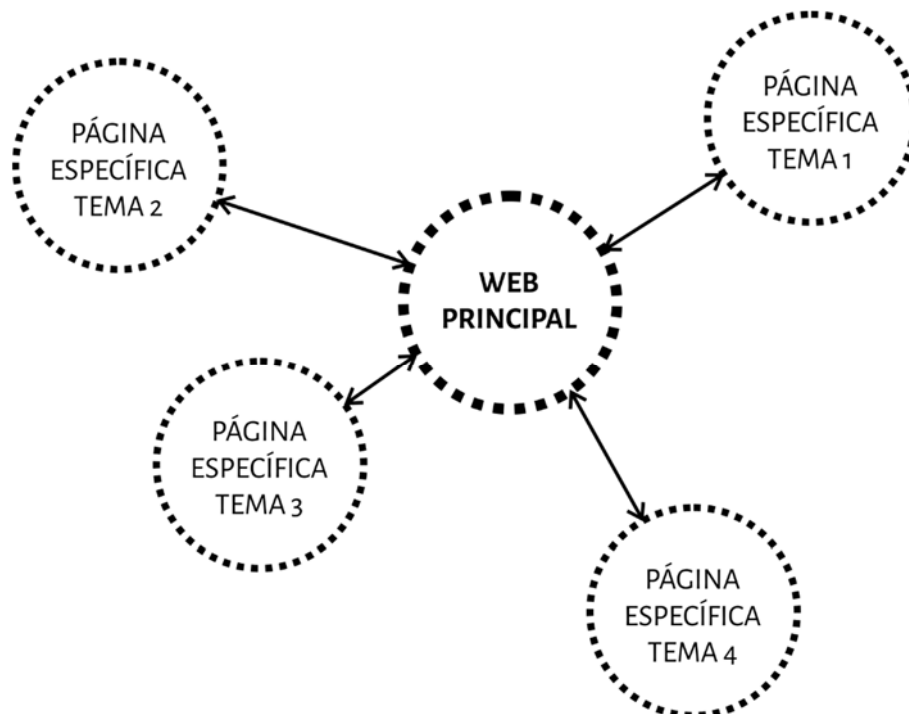
Por esa razón es importante probarla bien antes de introducir todo el contenido. Os recomiendo cargar varias plantillas que se ajusten a vuestras necesidades y probarlas un poco para ver su funcionamiento y las opciones de personalización de las que disponen.

La plantilla debemos seleccionarla siempre en función de nuestras necesidades. Si estamos haciendo una web sencilla de un tema específico, las OnePage tipo la Zerif funcionan normalmente bien. Pero si por ejemplo estamos preparando una web de una escuela, necesitaremos una plantilla más compleja, como la LMS. ¿Porqué? Pues por ejemplo la LMS incorpora apartados especiales para Profesores, Cursos, Asignaturas por curso con fichas completas, valoración de profesores y asignaturas, cuestionarios, etc... y es algo que otras plantillas no incorporan.

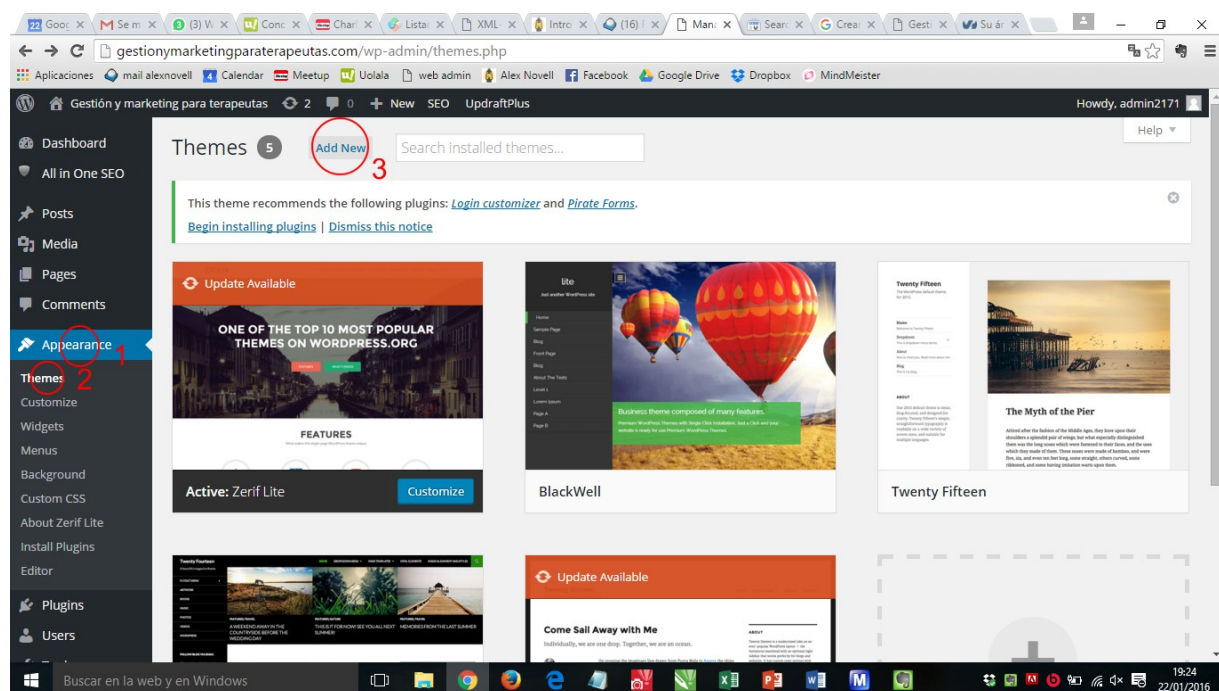
Otro tema es: Si tenemos varias especializaciones, ¿cómo organizamos la web? En este punto yo lo que recomiendo es que hagas varias web. ¿Porqué?

1. Si haces una web única y exclusivamente de una especialización, se posicionará mejor en los buscadores. Así puedes hacer una por tema.

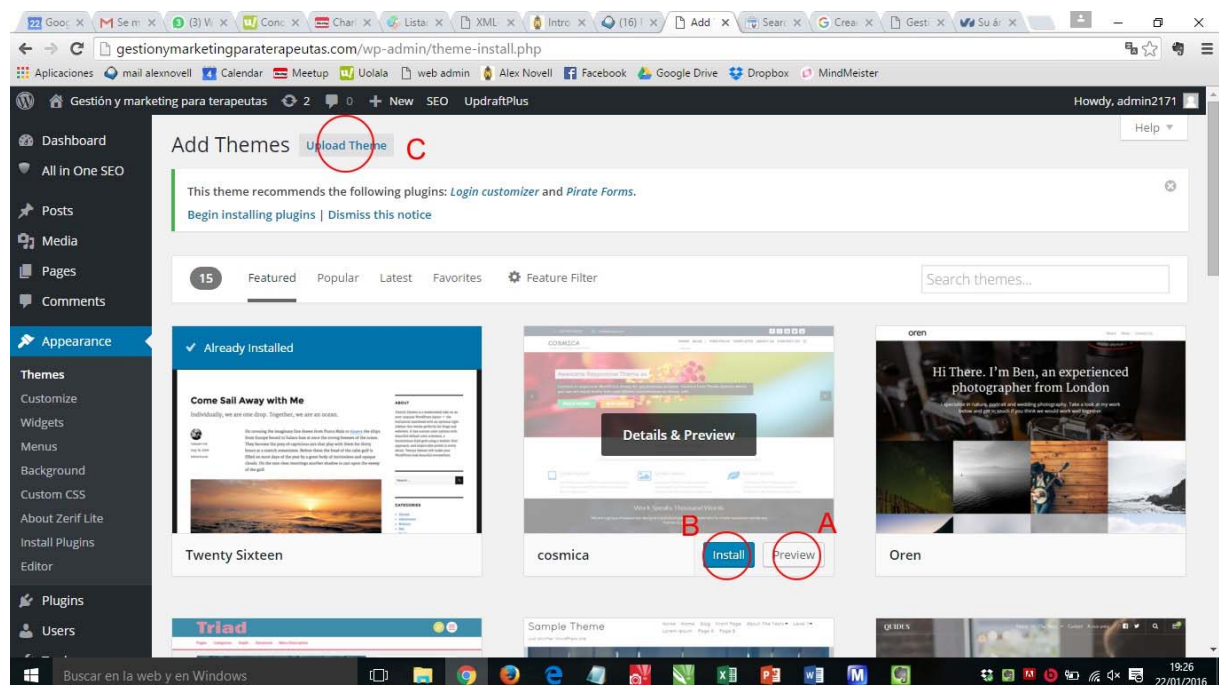
2. Vas a dar una imagen clara y concisa de lo que haces y vas a mandar un mensaje directo. Si pones 4 especializaciones en una misma web, el mensaje queda diluido.
3. Después puedes hacer una web paraguas que incluya el mensaje de las otras. Esta web no se va a posicionar tan bien, ni va a tener tanto contenido como las especializadas, pero si las enlazamos todas entre ellas ayuda a que se posicionen. A eso se le llama **backlinks**. A Google no le interesa cuanta gente entra en tu web. Le interesa cuanta gente pone un enlace de tu web en la suya. Si esto sucede, Google considera que eres más popular.
4. Por eso te recomiendo hacer varias OnePage especializadas y enlazarlas todas con la web principal. Tienes un ejemplo con mi caso. La web principal es www.alexnovell.com y las webs satelites son www.gestionymarketingparaterapeutas.com o www.masterencrecimientopersonalyterapiasalternativas.com o www.elefectoespejo.com ...



Cargar la plantilla



En esta página wordpress nos propone plantillas. Aquí empezamos a buscar la plantilla que más nos guste. Para ir viendo el aspecto que tiene cada una de las plantillas podemos usar el **botón A**. Una vez seleccionada una de ellas la instalaremos usando el **botón B**



Otra alternativa es buscar una plantilla que nos guste a través de otras webs de referencia y después cargarla en este gestor de forma muy sencilla.

Alguna páginas web desde donde se pueden descargar plantillas gratuitas son:

Para ONEPAGE: <http://www.codeinwp.com/blog/free-one-page-wordpress-themes/>

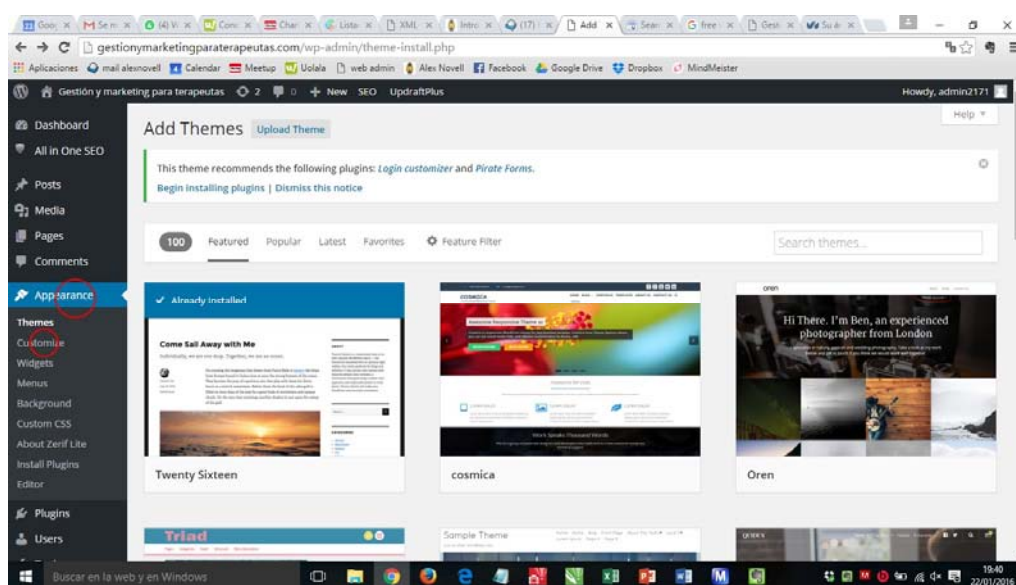
Para WEBS normales: <https://colorlib.com/wp/free-wordpress-themes/>

Si os decidís por este método, una vez descargada la plantilla deseada (es 1 solo archivo) lo vamos a cargar en nuestro gestor desde la misma página desde la que se pueden ver las plantillas propuestas por wordpress mediante el **boton C**.

Una vez cargada la plantilla, ya podemos ver en todo momento como va quedando nuestra web usando el dominio contratado, por ejemplo: www.midominio.com

Personalizar la plantilla

Normalmente las opciones de personalización de la plantilla escogida se encuentran en el apartado de apariencia - > Personalizar (o customize):



Al acceder a este apartado se nos cargará una nueva página con las opciones de personalización de nuestra plantilla. Este es el momento de ver si nos encaja o no. Si vemos que no nos da las opciones que necesitamos o que tiene muchas opciones bloqueadas, lo mejor es escoger otra plantilla o pagar la versión PRO si esta lo permite.

Al acceder a la personalización nos encontramos algo tipo esto:



Nos aparecen unos bloques con conceptos (A), dentro de los cuales hay opciones de personalización. Vamos abriendo y mirando qué es aquello que nos permite hacer.

También podemos encontrarnos bloques cerrados que son solo accesibles desde la versión de pago de la plantilla (B)

A medida que realicemos cambios, los podremos ir viendo “al vuelo” en la zona de trabajo (D).

OJO, para poder verlos online, es decir, en nuestro dominio definitivo, debemos pulsar en C.

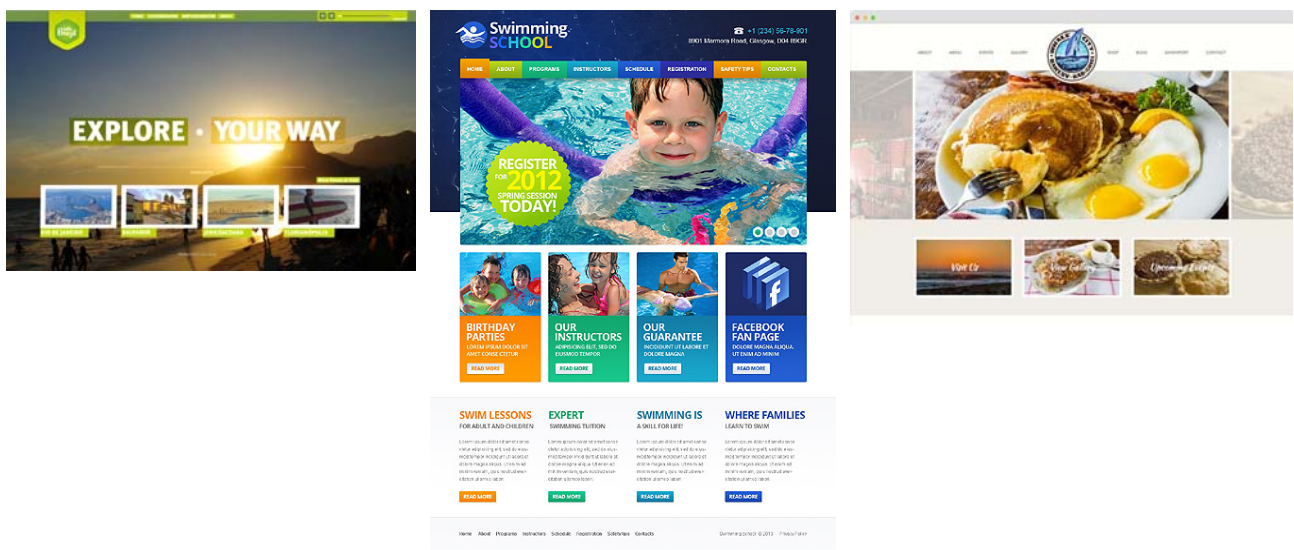
Introducción de contenido

Hay varios tipos de contenido a introducir: contenido gráfico (imágenes y videos), contenido textual (páginas principales y artículos del blog), eventos, ...

Contenido Gráfico

Antes de empezar a rellenar cualquier tipo de contenido debemos tener claro que debe ser de calidad. Os recomiendo SIEMPRE (a menos que no seáis buenos fotógrafos) que adquiráis las imágenes en bancos de imágenes profesionales (ya sean gratuitas o de pago) o que contratéis a un fotógrafo. No es porqué lo diga yo :-D. Fijaros en que posts de facebook por ejemplo os llaman más la atención. O que páginas web os gustan más. Es posible que tengan exactamente la misma plantilla. Lo único que cambia son las imágenes, y cambia todo.

Diseños correctos

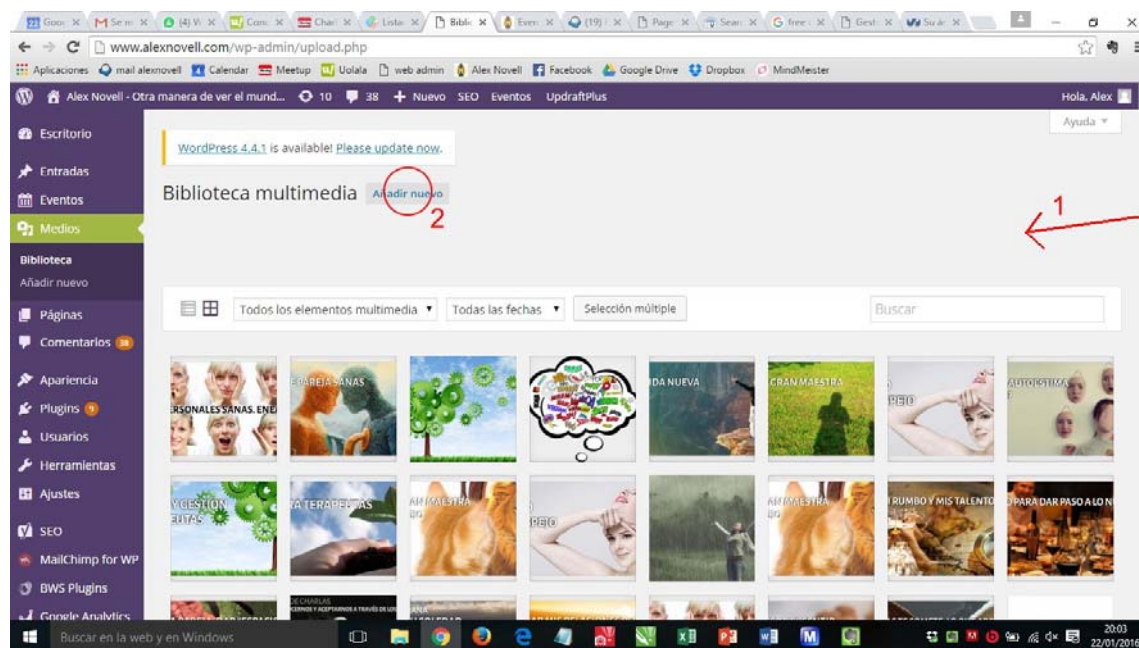


Diseños incorrectos



Lo mismo sucede con los videos. Si es un video de presentación, debe ser realizado por un profesional. No es mismo un video donde la luz está estudiada, los encuadres, los fondos, el atrezzo, los distintos planos, etc... que un vídeo hecho con el móvil. Pasearos un rato por Youtube y buscad videos de presentación. Lo entenderéis rápido ;-)

Las imágenes y los vídeos se pueden subir a nuestra web desde dos sitios distintos. El primero, es desde el apartado "Medios" del menú principal del gestor (como podéis ver en esta imagen) Y el segundo es desde cada uno de los artículos que creamos, ya sean apartados de la web, artículos del blog o eventos. En todos los casos, la ventana que nos aparecerá será la misma:



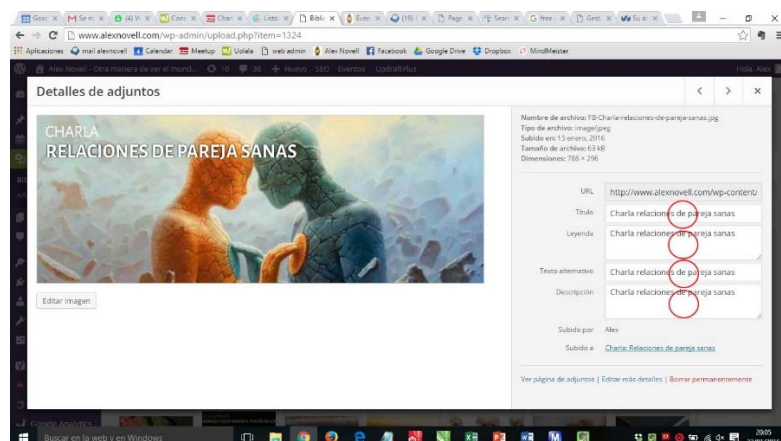
En esta pantalla podemos subir contenido de varias maneras.

- 1- Arrastrando una imagen o video directamente a esta ventana
- 2- Clicando el botón Añadir nuevo

Una vez subido el contenido gráfico debemos asegurarnos que lo etiquetamos correctamente, para así poder ser encontrados también a través de las imágenes o vídeos. Para eso, clicamos sobre la imagen que acabamos de subir y nos aparece una nueva ventana con 4 espacios para describir la imagen.

SEO: Como siempre: atención a lo que ponemos aquí. Que sea algo por lo que nos puedan encontrar.

- 1- NO: foto buena alta
- 2- SI: Acupuntura para el dolor de espalda de los niños

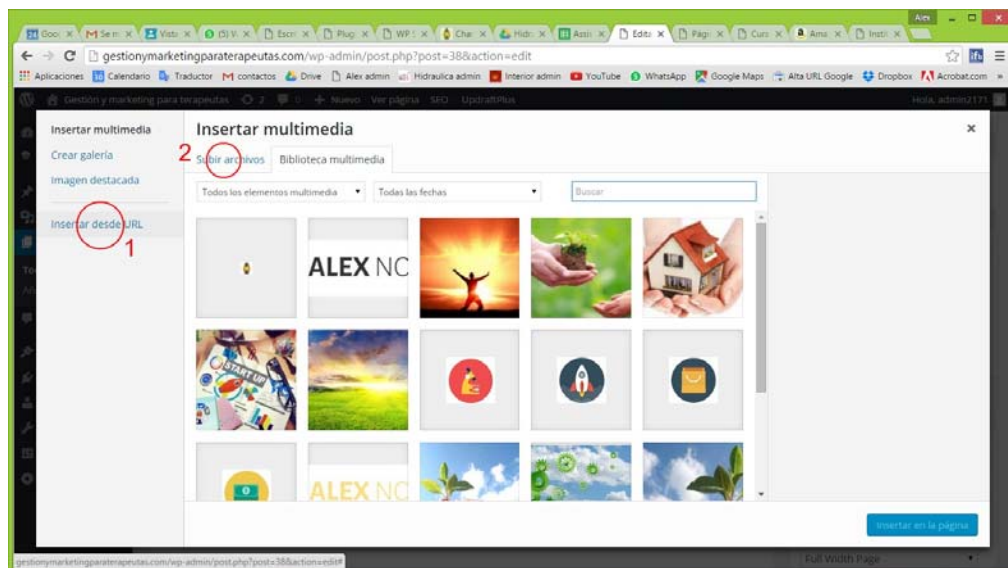
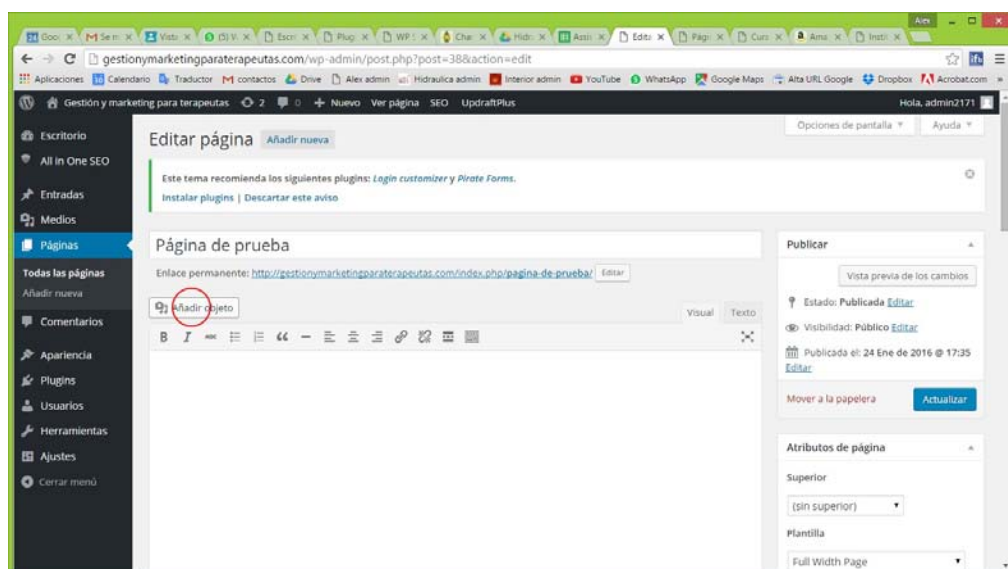


Esto debemos hacerlo para TODO el contenido gráfico que subamos a la web.

SEO: Para los vídeos os recomiendo que uséis Youtube. De esta manera disponéis de otra red social que manda tráfico hacia vuestra web y os ahorráis el espacio web y el tráfico que consume un vídeo. Además eso os ayudará a posicionaros.

Para vincular un video de Youtube:

Una vez estéis en alguna página o artículo del blog donde os interese poner un video, clicáis sobre Añadir objeto (1) y se abrirá la ventana de contenido gráfico.



Desde el botón (1) os permitirá introducir una URL (dirección web) que podéis copiar de vuestro canal de Youtube.

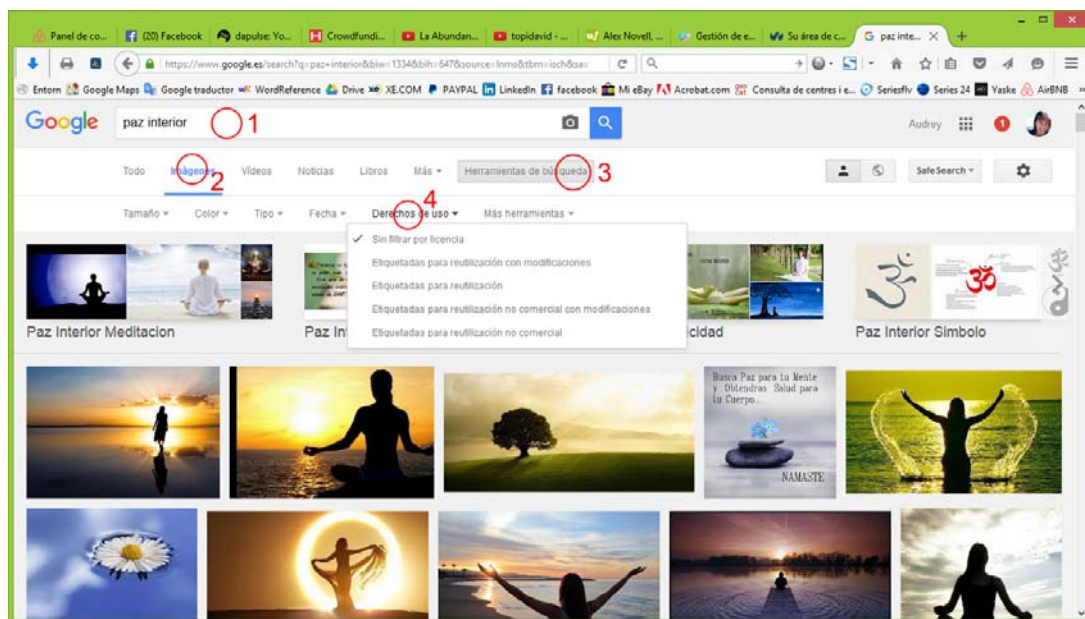
Como comentábamos antes, las otras maneras de subir imágenes son arrastrando contenido a esta ventana o mediante el botón (2) para seleccionar archivos de vuestro ordenador.

Bancos de imágenes

Existen muchas páginas web de las que se pueden descargar imágenes para usar en la web. Podemos elegir imágenes libres de derechos y por tanto gratuitas o acceder a algún banco de imágenes de pago

Podéis encontrar contenido gráfico **libre de derechos** de autor en estas páginas web:

www.google.com buscando por imagen y filtrando por derechos de uso:



Imágenes gratuitas libres de derechos o con derechos de autor:

<https://unsplash.com/>
<http://gratisography.com>
<http://es.freeimages.com/>
<http://makerbook.net/>
<https://morguefile.com/>
<http://www.gratisography.com/>
<http://www.freejpg.com.ar/>

<http://www.stockvault.net/>
<http://thestocks.im/>
<https://pixabay.com/es>
<https://www.pexels.com/>
<http://www.freepik.es/>
<http://www.publicdomainfiles.com/>
<http://foter.com/>
<https://www.flickr.com>
<https://500px.com>
<http://www.1001freedownloads.com>

Imágenes de pago:

www.shutterstock.com
www.fotolia.es
www.dreamstime.com
<http://es.123rf.com/>
<http://www.istockphoto.com/es>

Edición de imágenes

Es posible que os haga falta editar las imágenes. ¿Para qué?

- 1- Cambiar su tamaño. Ocuparán menos y tardarán menos en visualizarse. Por tanto tu web será más rápida.
- 2- Recortarla. Es posible que no te haga falta toda la foto. Solo un trozo.
- 3- Ponerle texto. Por si le quieres añadir un título o una explicación
- 4- Retocarla. Cambiar el color de algo, borrar algún trozo no deseado, ...

Existen muchas maneras de hacerlo. Si ya dispones de una herramienta para hacerlo como Photoshop o Corel Photopaint, genial. Si no, te propongo algunas ideas:

The Gimp

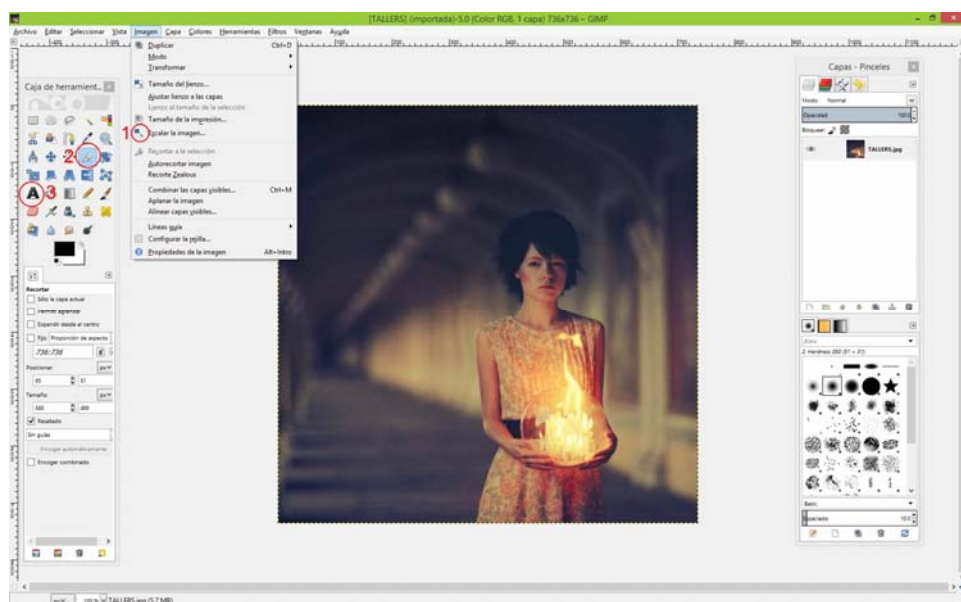


<https://www.gimp.org/>

Es un editor de imágenes tipo Photoshop totalmente gratuito. Muy bueno para un nivel medio. Es vital para poder gestionar tu marketing, saber hacer por lo menos lo básico con las imágenes.

Lo básico:

- 1- Cambiar tamaño de la imagen para que ocupe menos y se descargue más rápido. Para eso debemos mirar 2 cosas. La primera es la resolución (por ejemplo 800x600 pixeles) y la segunda el formato (jpg, png, gif,...).
- 2- Recortar un trozo
- 3- Poner texto
- 4- Guardar la imagen con el formato correcto para la web (JPG con un poco de compresión)



Después disponéis de infinidad de herramientas online para hacer muchas otras cosas, como por ejemplo:

Para crear gráficos e infografías:

Para descargar iconos:

Para crear tu logo online:

<http://canva.com/>
<http://www.easel.ly/>
<http://infogr.am/>

<https://www.iconfinder.com/>
<http://thenounproject.com/>
<http://mricons.com/>

<https://www.logaster.com.es>
<http://www.logogarden.com/>
<http://www.designmantic.com/es/>

Formato de imagen

Los formatos estándar para web son JPG, PNG y GIF. El formato de imagen es el tipo de imagen que escogemos en el momento de exportar.

- **JPG:** es el formato más genérico. Comprime mucho las imágenes y podemos conseguir imágenes de gran resolución y que tengan poco peso, por tanto que tarden poco en descargar. En el momento de exportar la imagen una vez retocada, recortada, etc, os preguntará el nivel de calidad. Os recomiendo que no sea del 100% a menos que la imagen lo requiera. Si le ponéis una calidad de 85 ó 90, su peso se reduce muchísimo y la pérdida de calidad es casi imperceptible.
- **PNG:** es un formato que no se comprime tanto pero que permite transparencias. Eso nos sirve para que las imágenes que introducimos en la web se integren con el fondo. Por ejemplo, si mi plantilla de wordpress tiene una imagen de cabecera y el logo encima, y no quiero que quede el logo con un recuadro encima de la foto de fondo, sino que quiero que el logo se integre, este es el formato. EN el momento de exportar le puedo decir al programa que quiero que el fondo de la imagen sea transparente, y por tanto quedará integrado.
- **GIF:** este es un formato que también permite transparencias de fondeo y también animación. Eso significa que puedo hacer una imagen compuesta de varios fotogramas que simulen una animación. Un gif bien optimizado ocupa muy poco.

Resolución de imagen

Otro tema importante a tener en cuenta es la resolución de las imágenes. ¿Qué es la resolución? Es el tamaño que tiene la imagen. Por ejemplo, cuando llevamos a revelar una foto en papel podemos pedirla de 10x15cm o de 13x18cm o de 20x15cm, ... Esa decisión que tomamos sobre el tamaño depende del tamaño del marco donde irá la foto.

Pues en una página web pasa lo mismo. Tenemos varios marcos con varias medidas y en función de donde vaya la foto "la revelaremos" a una medida o otra.

Por ejemplo una resolución de 100x100 pixeles es muy pequeña. Nos sirve para un icono muy pequeño. Un logo alargado para la parte de arriba de la web puede tener por ejemplo 150 x 350 px. Una resolución de 250x250 pixeles ya es una imagen que tiene cierto cuerpo en una web. Son parecidas a las imágenes que muestra google en el resultado de imágenes. Una resolución de 500x500 pixeles ya ocupa media página. Y una resolución de 1500x500 nos puede servir para un banner principal de la web.

Por otro lado ten en cuenta que cuanto más resolución tenga la imagen, más ocupa y pesa y por tanto más tarda en cargar. Tenemos que hacer imágenes adaptadas al sitio al que van para que la web se cargue rápido.



PARA TERAPEUTAS,

futuros terapeutas y todos aquellos que se dediquen a ayudar, sanar y acompañar a otros, ya sean psicólogos, coaches, fisioterapeutas, reikiistas, acupunturas... relacionados con el mundo del crecimiento personal y las terapias alternativas y con una clara intención hacia la entrega y la ayuda, que quieran:

WIDGETS: 175 x 175 px



ARRANCAR UN NUEVO PROYECTO

Para todos aquellos que queráis poner en marcha un nuevo proyecto **relacionado con las terapias y el crecimiento personal**: un nuevo centro, terapias individuales, empezar a promocionarlos, crear una web, activar redes sociales, ...



MEJORAR SU PROYECTO ACTUAL

Para todos aquellos que queráis mejorar vuestro proyecto actual, adquiriendo nuevas herramientas para **tener más clientes**, aumentar la visibilidad, mejorar la calidad del servicio, **incrementar los ingresos**, optimizar procesos internos, etc.



SUPERARSE A ELLOS MISMOS Y AVANZAR

Para aquellas personas con ganas de superar sus límites y de aprender a ver aquello que les limita. Especialmente para aquellos que quieren **dejar las excusas a un lado** y lanzarse para poner en marcha su proyecto de una vez por todas.



APORTAR SU GRANO AL MUNDO

Para todas aquellas personas que estén **comprometidas con entregar** (se) al mundo. De dentro hacia afuera. Para todos aquellos con la **intención de dar y no de "capturar"** y que quieran descubrir qué han venido a entregar al mundo :).

Este curso es para poner en marcha o mejorar proyectos relacionados con el



Inscríbete a las charlas

Si te interesa asistir a alguna de las charlas gratuitas de Gestión y Marketing para Terapeutas, inscríbete aquí

Si quieres ver las próximas convocatorias, [consulta la agenda](#)

Nombre (requerido)

Tu correo electrónico (requerido)

Tu teléfono

¿Eres terapeuta?

SI ☐ No ☐

¿A qué te dedicas?

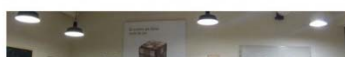
¿Cómo te has enterado de las charlas?

Uolala

Si te lo ha recomendado alguien o ha sido a través de facebook, ¿me puedes decir quién? 🙌

Indícame a que charla te quieres apuntar

IMAGEN: 500 x 350 px

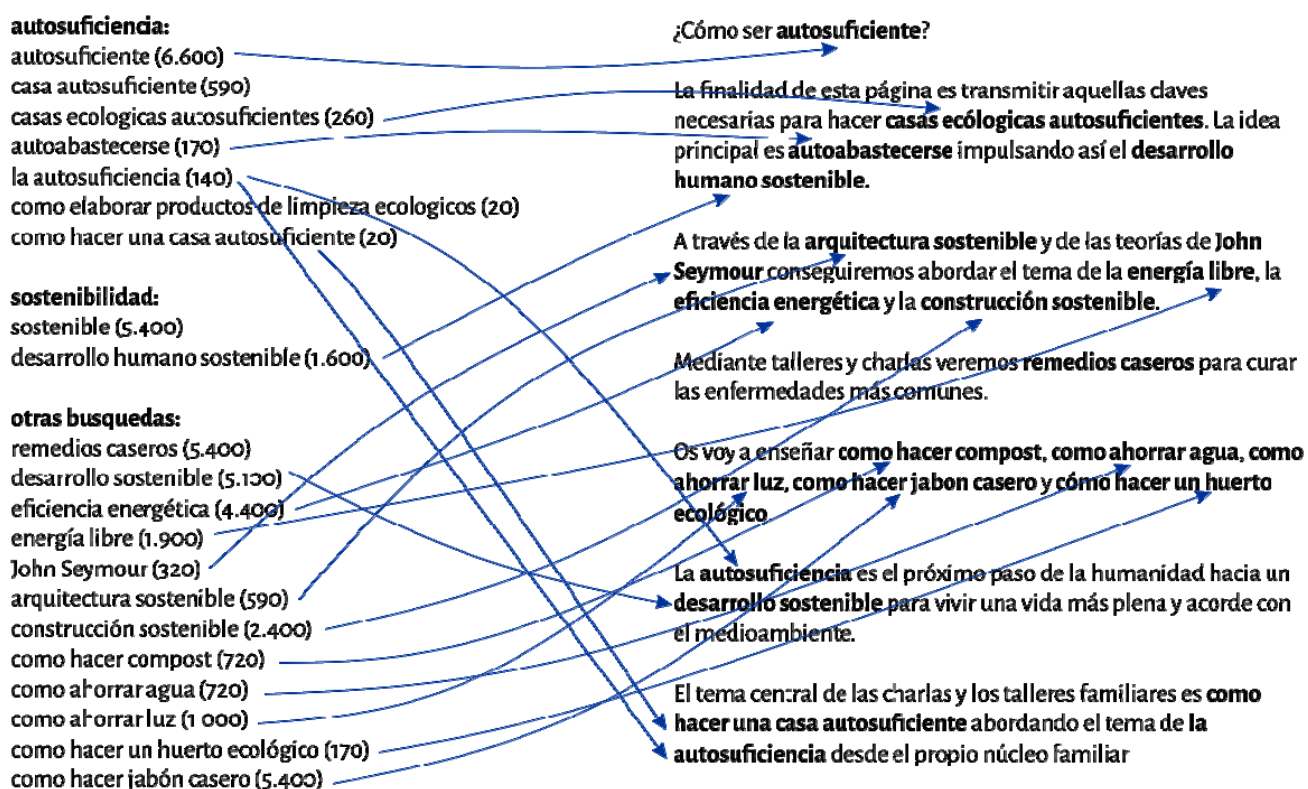


Contenido textual

De la misma manera que con el contenido gráfico, es de vital importancia que el contenido textual sea de calidad. Lo más importantes es no cometer faltas de ortografía, y hoy en día es fácil puesto que casi todos los procesadores de texto corrigen automáticamente. Si queréis rizar el rizo os podéis apuntar a algún taller de escritura donde os darán algunas pautas básicas o le podéis contratar a alguien que os corrija el estilo y la ortografía.

Todos los textos que introduzcamos en la web deben seguir esta norma:

1. Textos **basados en necesidad**. Que vengan del trabajo con el elevator y las palabras clave
2. Palabras clave **integradas** en los textos. No copies una detrás de la otra. Debe tener sentido el texto. Sino te penalizarán
3. Palabras clave **repetidas**. Intenta repetir la palabra clave más importante y representativa más de una vez. Usa el sentido común. No la pongas 50 veces :-D
4. En negrita. Pon **en negrita** las más importantes
5. Ponlas **en los títulos** (de la web, de los apartados, de los artículos del blog, ...) y si puedes **en los apartados del menú**.



Otro tema con el que se puede jugar es con los textos **en 1ª persona**. Según el texto que estemos escribiendo es mejor así:

"Conociéndome, adquiriendo nuevos conocimientos, combinándolos e integrándolos en mis servicios y respaldándolo todo a través de herramientas de gestión y marketing ofrezco un servicio de mayor calidad."

Que así:

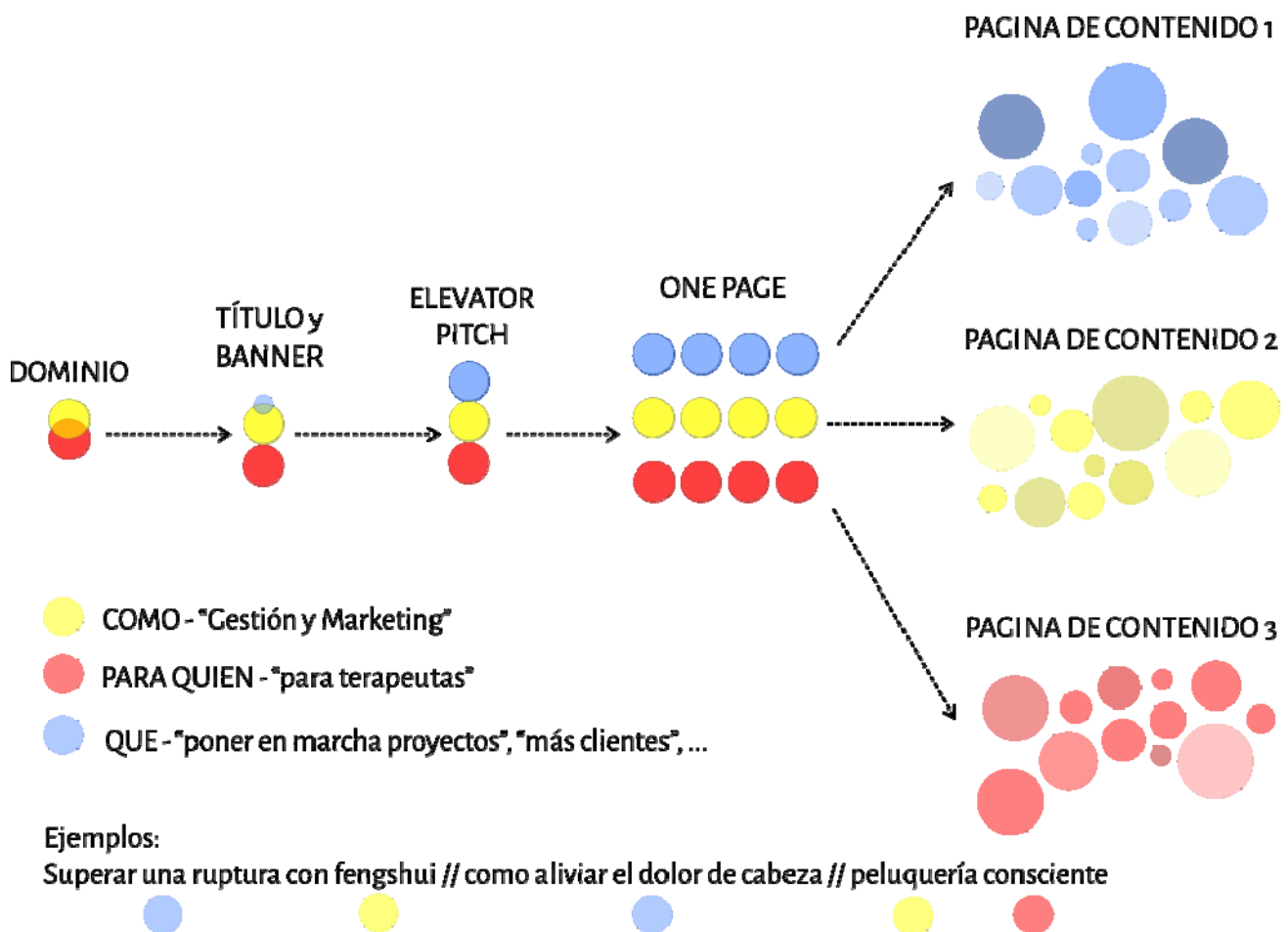
"Conociéndonos, adquiriendo nuevos conocimientos, combinándolos e integrándolos en nuestros servicios y respaldándolo todo a través de herramientas de gestión y marketing ofrecemos un servicio de mayor calidad."

Estructuración de contenidos

El trabajo que estamos realizando con el elevator pitch desde la primera sesión es el trabajo que nos conduce a preparar el contenido de la web.

Lo que se busca es acompañar al usuario de lo más general a lo más específico poco a poco. La idea es que acceda a nuestra web y poco a poco vaya absorbiendo el contenido de una forma estructurada. Lo acompañamos en el proceso comprensivo de lo que le podemos aportar.

Como puedes comprobar en el gráfico adjunto, la idea es que ya desde el primer impacto, la lectura de nuestro dominio, ya pueda hacerse una idea de que va la cosa. Y poco a poco lo vamos acompañando hacia la comprensión total.



El Elevator pitch ya lo hemos trabajado, y en él podemos reconocer los 3/4 bloques principales de Quien / Qué / Cómo / Beneficios. Ahora esto lo debemos plasmar en la web en la página principal. Por esa razón elegimos el formato de web, OnePage, para que el usuario que entra vaya haciendo el mismo recorrido que con el elevator pitch pero más completo:



BANNER: "QUIEN" y "COMO"
SUBTITULO: "QUE"



BLOQUE DE "QUIEN"



ELEVATOR PITCH
 incluye el **Quien**, **Qué**, **Cómo** y **Beneficios**



BLOQUE DE "QUE"



BLOQUE DE "COMO"



LLAMADA A LA ACCIÓN



BLOG

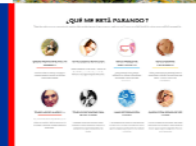


CONTACTO

PIE DE PÁGINA
 Redes, Legal, Contacto, Newsletter, ...



BANNER: "QUE" y "COMO"



BLOQUE DE "QUE" + "QUIEN"



ELEVATOR PITCH
 incluye el **Quien**, **Qué**, **Cómo** y **Beneficios**



BLOQUE DE "BENEFICIOS"



BLOQUE DE "COMO"



REFLEXIONES



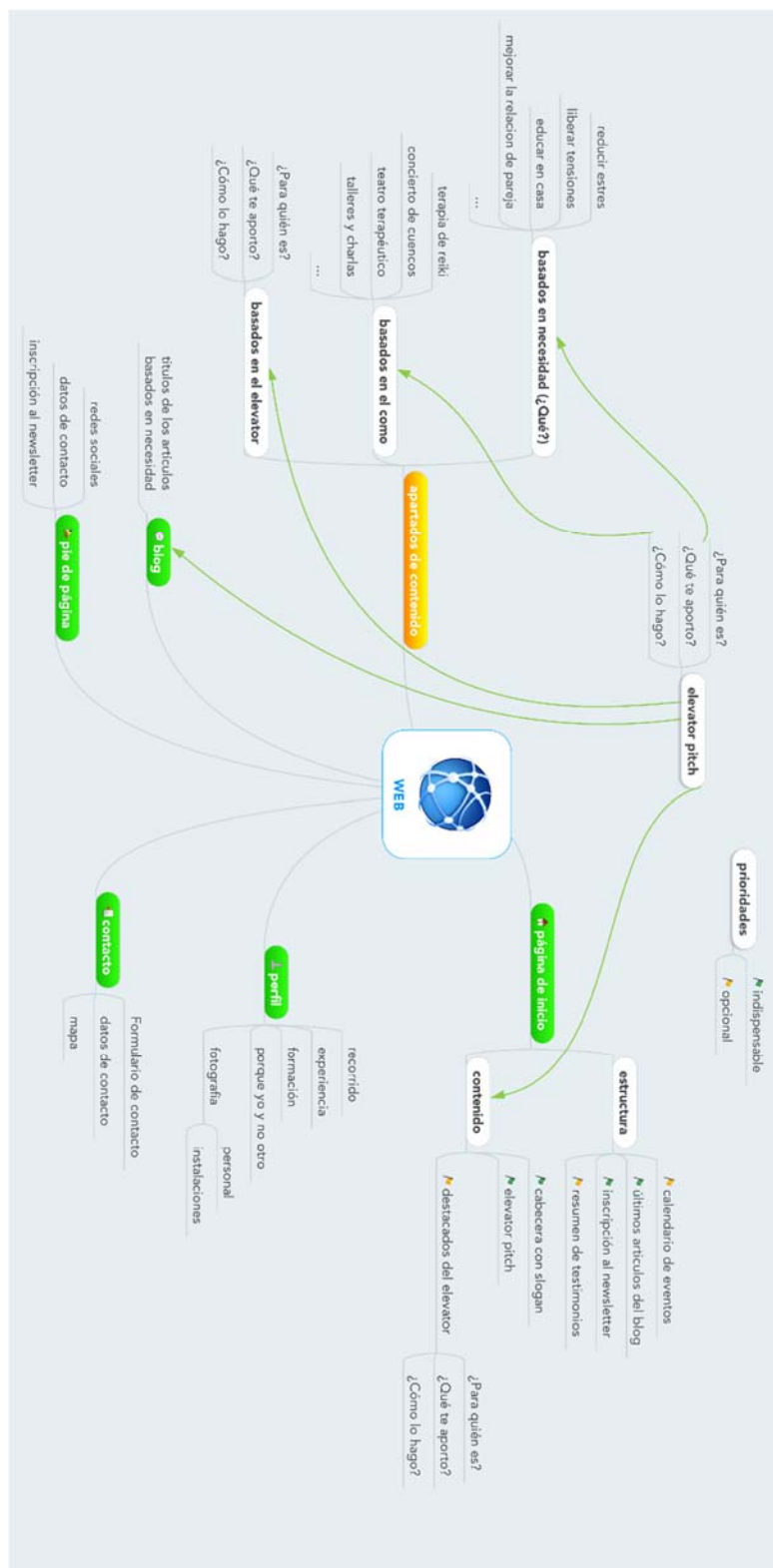
CONTACTO

PIE DE PÁGINA
 Redes, Legal, Contacto, Newsletter, ...

Apartados principales

Corresponden a los apartados de la web. En el gestor los podemos encontrar en el apartado “Páginas” y en la web los veremos como apartados del menú.

¿Qué apartados añadir?



Como apartados principales debemos añadir los que estan en verde

- Estructurar bien la página de inicio
- Perfil
- Datos de contacto
- Pie de página con redes, newsletter, ...
- Blog

En naranja os indico aquellos apartados que también son imprescindibles pero que disponéis de varias opciones para estructurarlos. Por ejemplo, mis terapias. ¿Cómo las estructuro en el menú?

Podemos estructurarlas en base:

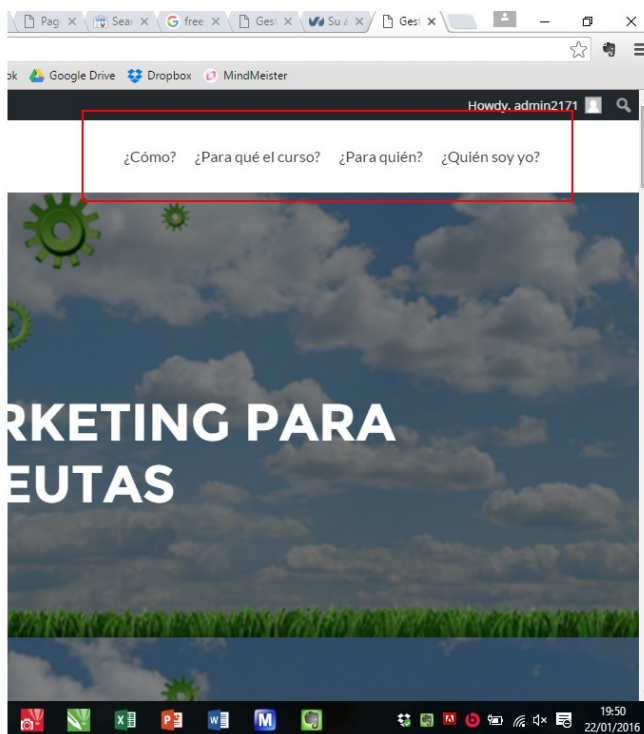
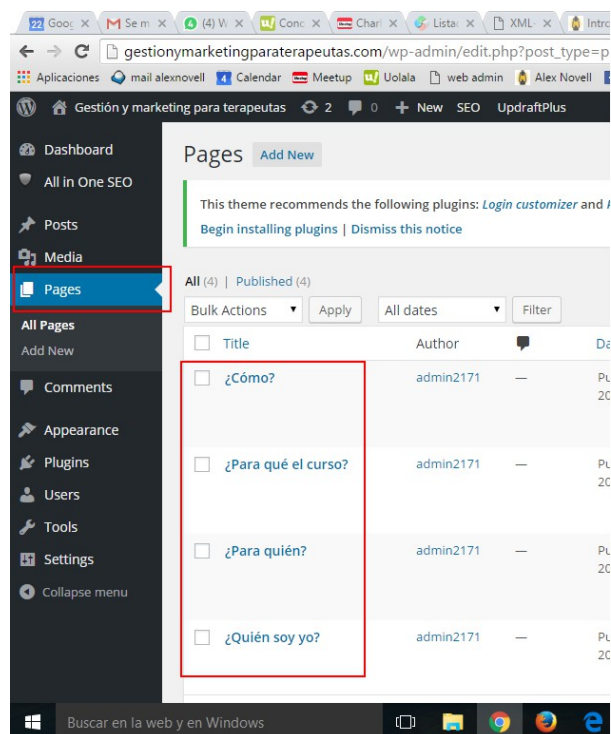
- La propia terapia en si: Yoga, Reiki, Registros Akashicos, etc...
- Lo que aporta: liberación del estrés, quitar el dolor de espalda, tener un parto fácil, ...

La recomendación es que siempre que podamos usemos las palabras clave que apuntan a la necesidad del cliente. Es decir, lo que nuestra terapia aporta y no como lo hacemos. Por tanto, como titulares del menú pondrá las dolencias y no las terapias en si.

Como básicos, no debemos dejarnos el apartado

1. “Perfil” (Quien soy) que incluye la explicación de mi recorrido (personal), mi experiencia (Currículum), y porque yo y no otro. (para la credibilidad)
2. Contacto
3. Testimonios (para la credibilidad)
4. Blog (para que nos conozcan)

A partir de aquí, el contenido que añadamos debe estar 1º relacionado con nuestro elevator pitch, y 2º estructurado según nuestra actividad y el mensaje que queramos mandar y 3º debe contener las palabras clave que extrajimos del planificador de palabras clave.

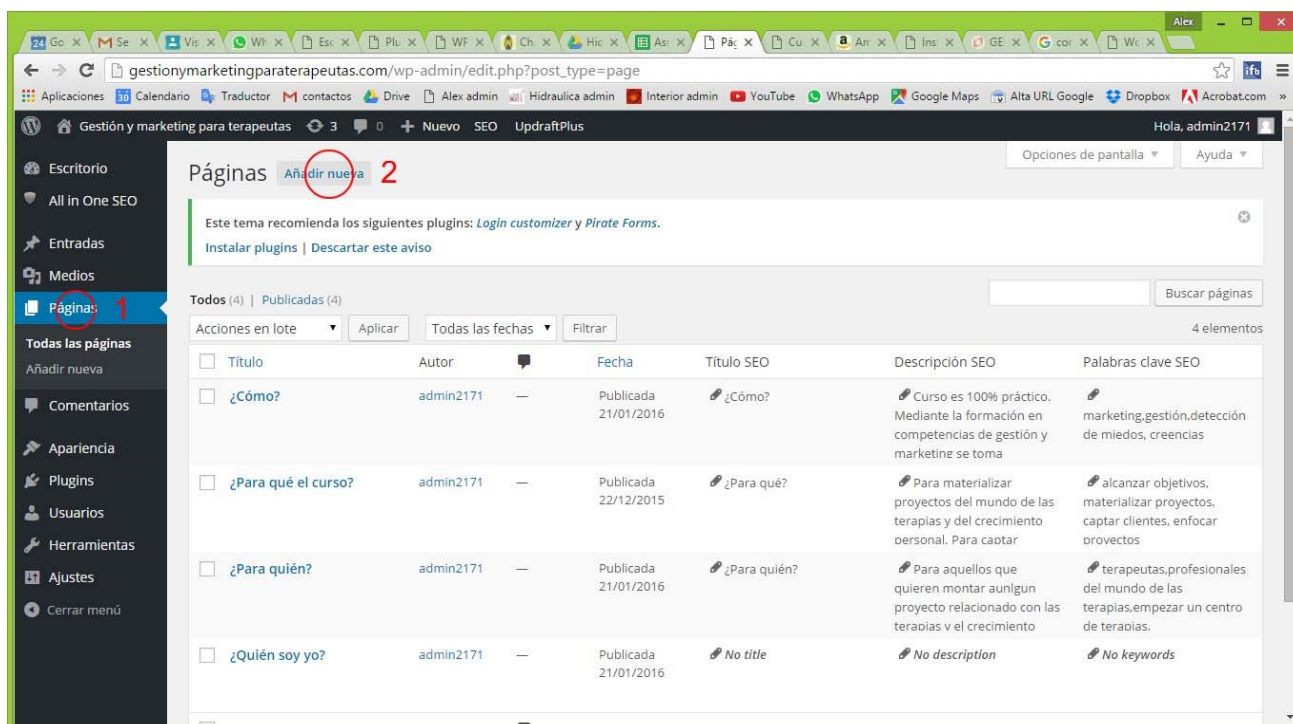


Para dar de alta un apartado con su contenido el procedimiento es el siguiente:

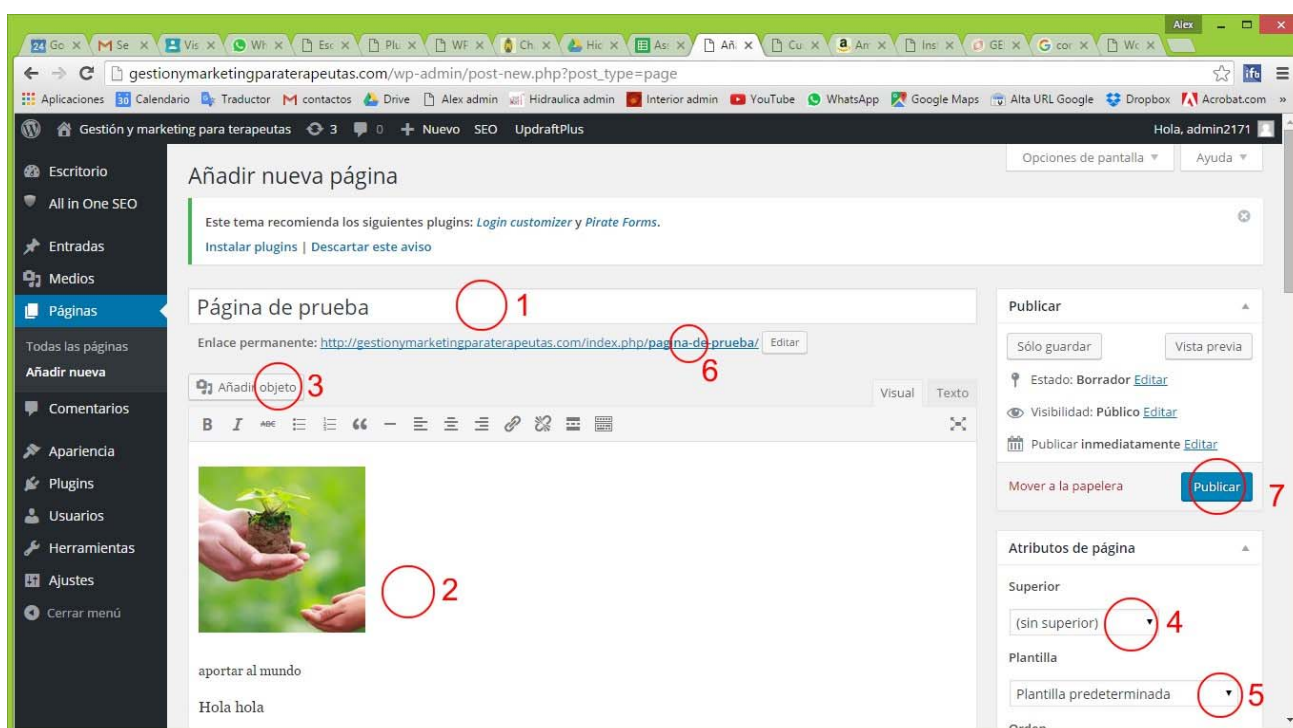
Accedemos a “Páginas”

Fijaos que en la imagen adjunta, en el listado, aparecen unas columnas donde pone SEO. Esas columnas solo aparecen si instalais un plugin de SEO que veremos más adelante.

Ahora clicamos en “Añadir nueva”



Una vez dentro:



Introducimos el título (1):

SEO: Es muy importante el título. Definirá la URL por defecto y es uno de los contenidos principales por el que los buscadores buscan

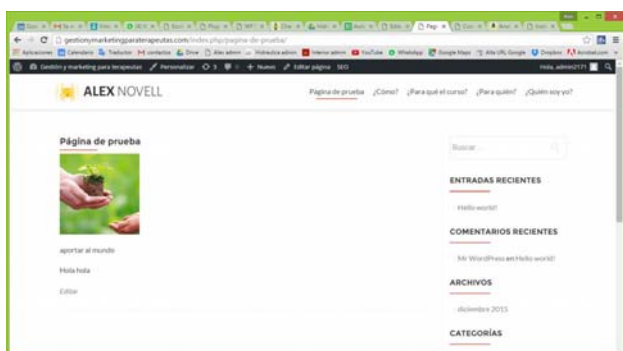
Introducimos el contenido de la página (2):

SEO: Lo mismo que antes. El contenido es vital. Asegurate que tus palabras clave aparecen a menudo. Intenta que el texto sea claro y cubra la necesidad del título. Evita ambigüedades. Si quieres hacer un apartado sobre la historia de la acupuntura, llámalo Historia de la acupuntura. Ni Historia ni Acupuntura.

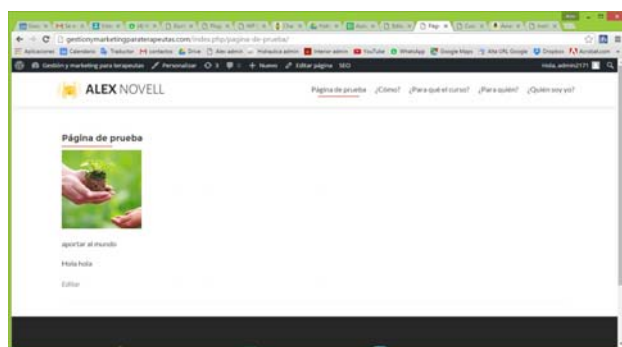
Si queremos añadir una imagen usamos el botón (3).

Si este apartado que estamos creando es un subapartado de otro, es decir, que queremos que salga como desplegable en el menú, debemos indicarlo en 4.

El apartado 5 sirve para que la página web no tenga en el lateral derecho la estructura típica de blog. Es decir, si le seleccionamos Full Width, será una página de contenido normal. Si seleccionamos otra opción, será apartado con estructura de contenido tipo blog. Pero cuidado. Esto no es el blog. El blog va en otro lado. Esto solo es la forma que toma este apartado de la web:



Página con estructura de blog (menu izquierdo)



Página Full Width

URL Amigable

Es muy importante que tengáis en cuenta el bloque 6. Se le llama URL AMIGABLE. Esto ayuda mucho en el posicionamiento de la web. Debemos poner atención a qué se le pone aquí. Por defecto se autorellena con el título de la página. Imagínate que te dedicas a la Acupuntura pero que estás especializado en dolores de espalda. Si a esta página le has puesto el título de “Acupuntura” te recomiendo que después modifiques la URL amigable por “acupuntura-para-curar-el-dolor-de-espalda”.

Una vez terminada la creación o la modificación sobretodo haced click en (7) para que se guarde o se actualice online.

Enlaces internos

De cara a facilitar la experiencia del usuario que entra en nuestra página web, es interesante que nunca se encuentre en una página en la que no se le invite a seguir navegando por nuestro sitio. Por esa razón, al final de cada una de las secciones de nuestra web, es importante introducir enlaces a otros apartados de la web o un formulario de contacto por si tiene dudas de lo que ha leído. De esta manera le invitamos a seguir informándose y no se va de la web.



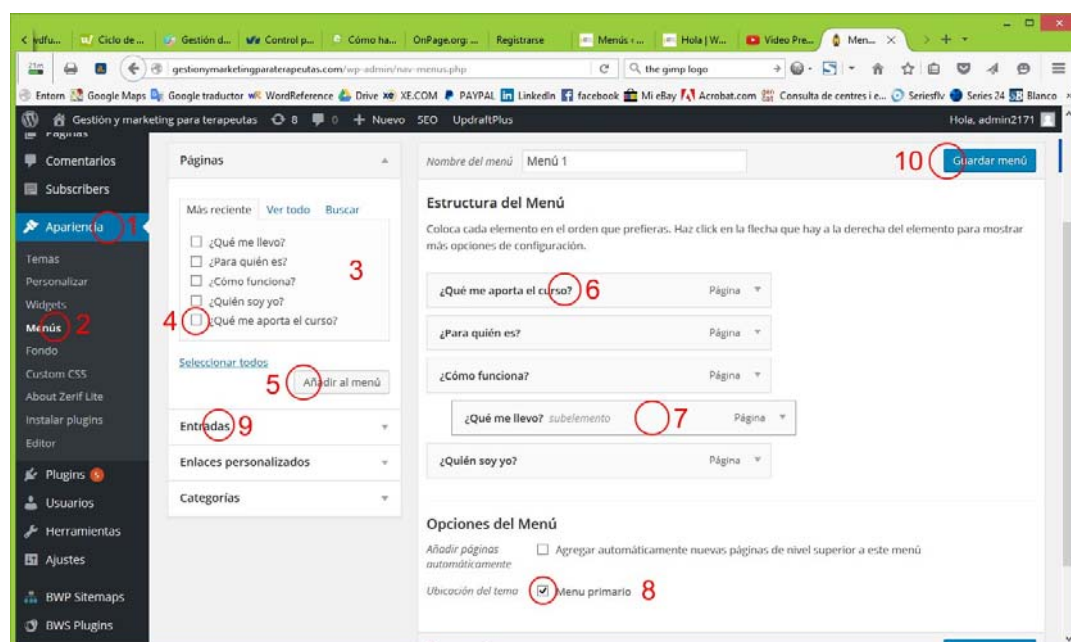
Configuración del Menú principal

Una vez creados todos los apartados de la web, si la plantilla lo permite, nos los mostrará por defecto en el menú de la web, pero es posible que:

- 1- Queramos reordenarlos
- 2- Queramos hacer submenús con algunos apartados
- 3- La plantilla no lo muestre

Para eso accedemos al apartado apariencia (1) -> menus (2)

Una vez aquí veremos el bloque (3) donde se van a listar todas las páginas que hemos creado en la web. Clicando en la casilla (4) y el botón “Añadir al menú” nos aparecerán a mano derecha en (6). Esa zona es la zona de configuración del menú. Aquí podemos arrastrar elementos arriba y abajo para darles el orden que queramos y podemos incluso poner unos dentro de otros, como es el ejemplo de (7). En el caso de (7), cuando ponga en ratón encima del apartado “¿Cómo funciona?” en la web, se me desplegará un menú con “¿Qué me llevo?”.



Existe la posibilidad también de que queramos que un artículo o categoría de nuestro blog se muestre como un apartado de la web (9).

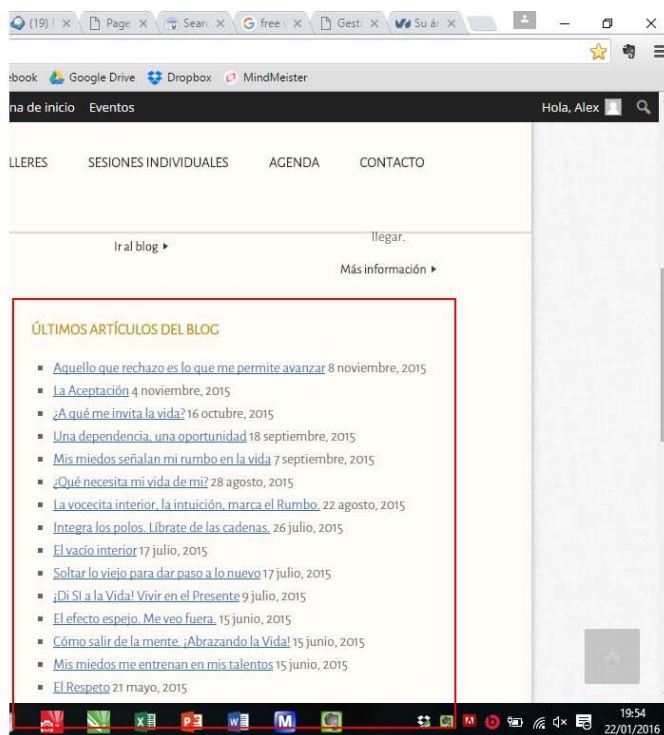
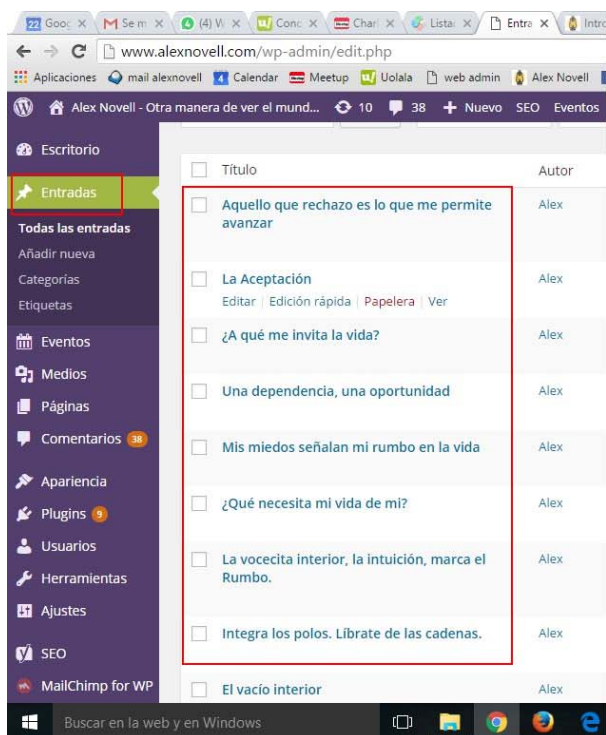
Si la plantilla no nos muestra este menú en el menú principal, debemos clicar en “Menú primario” (8)

Sobretudo recordad de grabar al final (10)

Posts del blog

Este apartado funciona exactamente igual que el anterior. Cuando accedemos a “Entradas” se nos muestran todos los artículos que hemos escrito del blog. Este apartado solo lo usaremos si tenemos blog.

El funcionamiento para la alta de un artículo es exactamente idéntico al anterior.



Eventos

Sucede lo mismo que con el blog. En este caso debemos instalar algun plugin de eventos, com el “The Events Calendar” para poder introducir eventos y disponer de un calendario en la web.

Una vez cargado el plugin debemos cargar la agenda en el apartado que deseemos o cargar un widget en la página principal.

