

**CREA TU
BLOG RENTABLE**

CREAR EL CONTENIDO DE TU WEB EN 5 PASOS

Si tu proyecto es crear tu página web debes tener en cuenta que el primer trabajo no es online, hay algunos pasos que debes hacer offline, con el fin, de que tu blog cumpla sus objetivos y realmente puedas hacer un proyecto sostenible de él.

Con esta guía vas a lograr establecer una ruta y un contenido sólido para empezar a crear tu página web, solo sigue las instrucciones en cada sección.



PASO 1

Analiza tu competencia

Para tener un punto de partida de lo que quieres hacer, e incluso antes de definir tus objetivos, lo primero que debes hacer, es analizar tu competencia, de esta manera vas a:

- Conocer lo que ya se está haciendo en tu campo
- Tener referencia para crear tus contenidos
- Saber cómo vas a mejorar lo que ya existe en el mercado
- Definir tu factor diferencial

Selecciona 5 blogs o páginas de tus competidores, los que más te gusten o que tengan el nivel que quieres alcanzar.

Utiliza la herramienta [Similar Web](#), para conocer un poco más a fondo el desempeño de su web, como el tráfico promedio mensual o las palabras claves por las cuales atraen el tráfico, para esto debes:

- ingresar en el enlace y en la barra superior donde dice “Analyse any website or app” escribe el nombre de la página
- presionas enter para obtener la información
- los datos más relevantes que debes tener en cuenta son “Traffic Overview” donde puedes obtener el dato de visitas mensuales
- y “Search” donde puedes obtener el dato de las palabras clave

Además analiza en el sitio web los factores que te gustan, los que no te gustan y lo que tu mejorarías teniendo en cuenta su:

- Contenido
- Diseño
- Producto o servicio que ofrecen
- Tráfico mensual
- Palabras clave más relevantes

Anótalos en el siguiente cuadro para que tengas un mejor panorama y punto de partida.

SITIO WEB	TE GUSTA	NOTE GUSTA	PUEDES MEJORAR	VISITAS MENSUALES	PALABRAS CLAVE

PASO 2

Define tus objetivos

Alguna vez ¿has pensado por qué quieres estar en internet? ¿Qué quieres conseguir con tu web? ¿Cuáles son tus objetivos?.

Una vez conoces tu competencia y tienes claro cómo la quieres mejorar, el siguiente paso es definir los objetivos que vas a alcanzar con tu web, es lo que le va a dar un norte a tu presencia online, y por supuesto deben estar alineados a los de tu negocio.

Hay diferentes tipos de objetivos que podemos tener en cuenta para crear tu sitio web, en este caso los vamos a enfocar de 3 maneras:

1. Objetivos según el tipo de página que quieras crear
2. Objetivos según la ruta que quieres que siga el usuario en tu web
3. Objetivos a través del tiempo

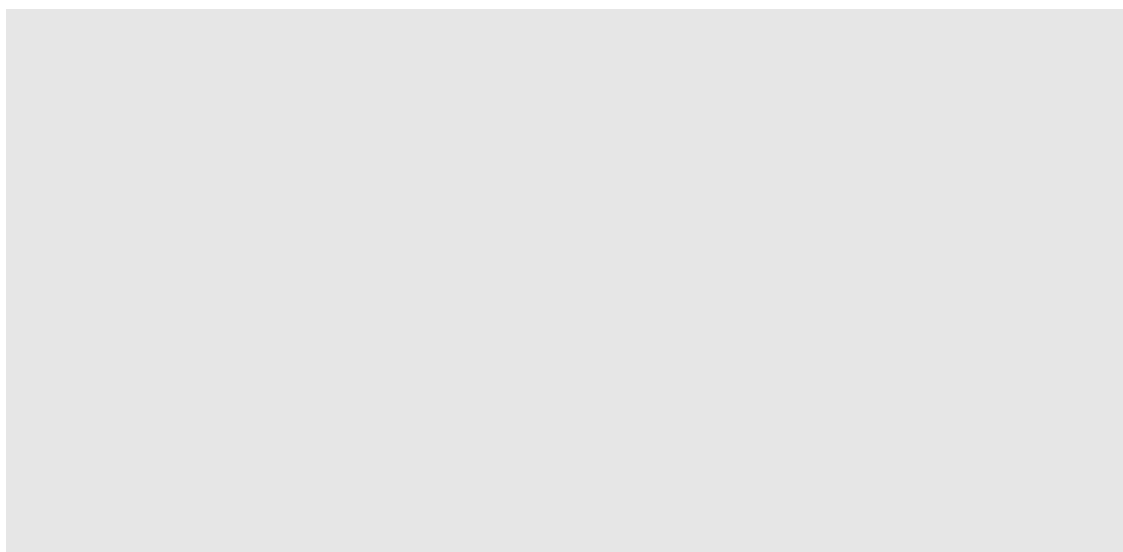
Trazando estos 3 tipos de objetivos vamos a lograr hacernos una idea de lo que queremos crear y lo que queremos lograr a largo plazo y de esta manera poder enfocar nuestro contenido para alcanzarlos.

¿Qué tipo de página necesita mi negocio?

Hay tantos tipos de páginas web como naturalezas hay en tu negocio o empresa, cada página web realmente se adapta al producto o servicio que ofrece. Sin embargo, estas son las más utilizadas:

- **Institucionales:** Son sitios web básicos, donde compartes información de tu empresa, productos o servicios.
- **Educativos:** Páginas web dedicadas a plataformas de educación virtual, formal o no formal.
- **Informativas o Medios de Comunicación:** Generalmente son la extensión de medios de comunicación tradicionales, aunque también las hay de medios 100% digitales o alternativos.
- **Landing Page:** Este es un tipo de página web que puede referirse a aquellas sitios que aunque tienen mucho contenido están estructuradas en una sola página. O también se construyen para hacer promociones específicas de un evento, servicio o producto exclusivamente. Su principal objetivo es captar los datos de un cliente o vender un solo producto.
- **Blogs:** Están dirigidas específicamente a producir contenido, hoy en día todos los tipos de páginas tienen la posibilidad de tener una sección de blog. Donde las empresas, marcas o personas comparten contenidos que le aporten algo de valor al día a día de sus usuarios. Sin embargo, también hay páginas solo dedicadas a “bloguear”. Es decir, producir contenido de diferentes temas. Esta es una de las mejores maneras de generar posicionamiento orgánico SEO.
- **Tiendas virtuales:** Las tiendas virtuales están enfocadas en la venta de productos específicos. Tienen un módulo de tienda que es por medio del cual las personas pueden realizar la compra de sus productos y realizan sus pagos a través de una pasarela de pagos.

Escribe aquí el tipo de web que quieres crear y las razones por las que crees que esta es la opción correcta



¿Qué ruta debe seguir un usuario al entrar a mi página web?

Para definir este objetivo, debemos pensar en la acción que queremos que haga nuestro usuario al ingresar en el sitio. Es decir, buscamos que lea el blog, que descargue una guía o lead magnet, que haga una llamada o que llene un formulario de contacto, entre otras opciones.

Para este objetivo existen diferentes acciones:

Conectar: Busca atraer a tu cliente ideal a través de contenido de valor que puedas ofrecerle. Cómo ejemplo:

- Leer el blog
- Descargar un ebook

Posicionar tu marca: Su finalidad es dejar bien posicionada tu marca o producto en la cabeza de tu cliente ideal, esto lo puedes hacer ofreciendo en tu contenido algo muy original que destaque, ayude y llame la atención, como por ejemplo:

- Contando tu historia
- Mostrando tu diferencial

Capturar: El ideal en este caso es lograr captar los datos de tu cliente ideal, entiéndase, nombre, correo electrónico y en algunos casos incluso el teléfono. Esta acción se utiliza en casos de citas médicas, firmas de abogados o este tipo de productos o servicios. Ejemplo:

- Pedir una cita
- Llenar un formulario

Aumentar confianza: Este caso se utiliza en caso de que ofrezcamos un producto o servicio específico y necesitemos aumentar la confianza de nuestra comunidad, adquirida previamente en redes sociales u otros medios, para esto puedes utilizar pruebas sociales, experiencias o casos de éxito, que pueden ser capturas de pantalla, o testimonios de quienes han consumido tu producto o servicio y hablan bien de ti.

- Prueba social
- Experiencias

Convertir: Está enfocado específicamente para tiendas virtuales o Landing Pages donde solo se venda un solo producto y busca vender directamente dentro del sitio.

- Comprar un producto o servicio

Escribe aquí la acción y objetivo que quieres que tenga tu web según la ruta del usuario

¿Qué quiero lograr con mi web a través del tiempo?

Los números también son importantes y es necesario que traces metas a corto, mediano y largo plazo con respecto a las cifras de tu web, de esta manera podrás ir midiendo paso a paso la efectividad de tus contenidos, lo que realmente atrae a tu usuario final y tener un norte donde llegar para invertir tus esfuerzos en él.

Es importante que partas de datos reales y no traces falsas expectativas, es decir, si estás empezando completamente desde 0 y no tienes una comunidad en redes sociales o una base de datos de posibles clientes, entre otras cosas, debes tener en cuenta que las cifras iniciales no serán muy altas y tendrás que tener constancia y dedicación para llegar a la meta.

Ten siempre en mente la finalidad de **crecer con tu web**, de esta manera si empiezas con una página básica, más adelante, entre tus objetivos a largo plazo puedes buscar convertirla en una tienda virtual, en una academia o simplemente enfocarte en nuevos servicios o de más alto valor.

Para trazar tus objetivos a través del tiempo, puedes utilizar los datos que anotaste al principio en el análisis de tu competencia, con respecto a las visitas mensuales como punto de partida, ten en cuenta la antigüedad de esas páginas y los servicios que ofrecen para no crear falsas expectativas, y teniendo esos datos como referencia escribe a continuación tus propias metas.

Corto plazo: Tiempo de 6 meses a 1 año

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
No. de visitas mensuales en la web	
No. de suscripciones al blog	
No. de prospectos de venta	

Mediano plazo: Tiempo de 2 a 3 años

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
No. de visitas mensuales en la web	
No. de suscripciones al blog	
No. de prospectos de venta	

Largo plazo: Tiempo de 4 años en adelante

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Extender a una tienda virtual	
Crear más productos	
Crear productos de más alto valor	

PASO 3

Empieza a crear tu contenido

Ya tienes una base muy sólida de lo que quieres alcanzar con tu sitio web, con eso en mente, es momento de empezar a redactar y crear tu contenido como tal. Es posible que a continuación debas redefinir un par de veces lo que vas creando, pero es importante que lo hagas para pulir el contenido y que conecte fácilmente con tu lector ideal.

Para empezar te explicaré unas las secciones básicas que debe tener un sitio web para que puedas ir creando poco a poco su estructura.

Estructura básica de una web

Todo el contenido creado en tu sitio web debe responder a la metodología SHC que significa ser, hacer y contactar, que es la información mínima viable que debes proporcionarle a un usuario que llega a tu página por primera vez.



Con esta metodología vas a responder a cuatro preguntas esenciales que puede tener una persona que aún no te conoce a ti o a tu negocio y deben estar alineadas con la misión, visión y valores, ya sea de tu blog, marca personal o negocio.

¿Quién soy?

Aquí vas a responderle a tus usuarios, quién eres, cuáles son las características que te habilitan, te dan relevancia o autoridad para hablar de lo que hablas, cuál fue tu camino para llegar hasta aquí. Para responder esta pregunta puedes contar un poco de tu historia, tus logros académicos, los lugares donde has llegado, los cargos que has desempeñado, la historia de tu empresa o negocio.

Escribe aquí una descripción de quién eres tú o tu negocio, puedes escribir todo lo que quieras

¿Qué hago?

Partamos del hecho de que todo usuario que llega a tu web, puedes ser un futuro cliente. En esta pregunta vas a darle a conocer a tus posibles clientes cuáles son los productos o servicios que ofreces, con los cuáles puedes ayudarles, si no tienes un producto o servicio definido no te preocupes, en este caso será el contenido de valor que ofrecerás a través de tu blog o tus publicaciones, sin embargo, ten en mente que debes tener algo por lo que tu lector ideal se interese y con lo que tú o tu negocio puedan monetizar.

Además aquí debes describir claramente cuál es el problema que soluciona tu producto o servicio, el por qué tu usuario podría necesitarlo. Intenta darle más relevancia y fuerza a tu producto estrella, que sea aquel por el que tus clientes y usuarios te reconozcan y puedas posicionarte fácilmente.

Escribe aquí la lista de tus productos o servicios y los problemas que solucionan:

NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	PROBLEMA QUE SOLUCIONA
Servicio 1	
Servicio 2	
Servicio 3	
Servicio 4	
Servicio 5	

¿Cómo lo hago?

Al resolver esta pregunta vas a contarle a tus usuarios el proceso de cómo vas a realizar el trabajo una vez el cliente haya adquirido tu producto o servicio, puede ser un paso a paso de lo que va a pasar una vez te contrate a ti o a tu empresa, cómo obtener los resultados esperados, o la forma particular que tu tienes para desarrollarlo.

Aquí también debes describir claramente cuál es tu diferencial con respecto a tu competencia.

Escribe aquí el título de cada paso y una descripción de cada uno, al final describe tu valor diferencial. Si tienes más, puedes agregarlos, sin embargo, busca mantenerlo simple, sencillo y entendible para tus lectores.

PASO 1	
PASO 2	
PASO 3	
PASO 4	
¿Cuál es tu factor diferencial?	

¿Cómo me contactan?

Este es quizás el paso más sencillo de todos, asegúrate que los usuarios que ingresen a tu sitio web, tengan diferentes opciones de contactarte, esto también depende de los objetivos que trazamos anteriormente, pero debes ser accesible para que puedan saber cómo llegar a ti, los datos básicos que debes proporcionar son un número telefónico o Whatsapp, correo electrónico y en caso de que atiendas en una o varias tiendas físicas tu dirección o sedes.

Escribe aquí tus datos de contacto

No. de teléfono (PBX, fijo o celular)	
Whatsapp de atención al cliente	
Correo electrónico más usado	
Dirección física	
Sede	

PASO 4

Profundiza tu contenido y dale estructura

Súper! Ya tienes por escrito el contenido base para tu web ahora vamos a ir un poco más a fondo, a continuación verás un gráfico de cómo puede ser la estructura general de una web básica.

LOGO					
INICIO	NOSOTROS	PRODUCTOS	BLOG	CONTACTO	↖ Estructura menú
Banner o slide con promoción de la temporada o llamado a la acción					
Imagen de tu marca o empresa		Descripción de tu marca o empresa ¿QUIÉN SOY?			
Producto/Servicio 1		Producto/Servicio 2 ¿QUÉ HAGO?	Producto/Servicio 3		
Artículo del Blog 1	Artículo del Blog 2	Artículo del Blog 3	Artículo del Blog 4	Artículo del Blog 5	
Invitación a suscripción al boletín		Formulario de contacto ¿CÓMO ME CONTACTAN?		Información de contacto	
↖ Estructura inicio					

En la parte superior encontrarás la **estructura del menú**, donde se señalan las páginas que puede tener, las más básicas son:

- **Inicio** es la portada de tu sitio web, cómo el trailer de una película, donde darás muestras de todo el contenido que tu lector ideal encontrará a profundidad en las páginas internas de tu página.

Debajo del menú en la parte inferior de la imagen podrás ver algunas opciones que puedes mostrar en la **estructura de tu página de inicio**:

- » **Banner o slider:** Generalmente es una imagen grande de extremo a extremo del sitio que muestra tu producto estrella, promoción o algún referente al mismo, con una invitación a descargar un lead magnet o algún contenido de valor. Siempre está acompañado de una frase o llamado a la acción que atraiga a tu usuario ideal.
 - » **Imagen y descripción de marca:** La siguiente sección muestra una imagen de tu marca o tu negocio, puede ser el logo, una imagen de tu equipo o una imagen que la caracterice, seguida por la descripción o tu historia, aquí puedes pulir un poco más el texto que creaste cuando respondiste la pregunta **¿Quién Soy?**
 - » **Productos o servicios:** En el bloque siguiente es la descripción de tus productos o servicios, te recomiendo enfocarte en un producto estrella y luego en productos secundarios. Aquí puedes usar el contenido que responde a la pregunta **¿Qué hago?**, puedes utilizar diferentes formatos, puede ser con imágenes y descripciones de los mismos, deja volar tu imaginación.
 - » **Artículos del blog:** En esta sección mostramos las últimas noticias o artículos que aparecen en nuestro blog, aquí debemos actualizar información periódicamente, sea diaria, semanal, quincenal o mensualmente con contenido de valor para nuestros usuarios, ya que ayudará a mantener su atención y permitirá que te posiciones, como un referente en tu campo. En caso que aún no tengas productos o servicios estructurados este es el contenido de valor con el que ayudarás a tu cliente, por lo que deberás ofrecer información que realmente enganche a tu usuario.
 - » **Suscripción al boletín:** Este ítem es un cajetín que invita a los usuarios a suscribirse a tu blog dejando su correo electrónico, es uno de los objetivos que puedes tener en tu web, ya que entre más personas se suscriban a tu contenido, tendrás más opciones de vender productos o servicios más adelante, además que tendrás más personas interesadas en tu contenido.
 - » **Formulario de contacto:** Como su nombre lo indica es un formulario por medio del cual podrás recolectar la información de las personas que están interesadas en tus productos o servicios.
 - » **Información de contacto:** Es la información que responde a la pregunta **¿Cómo me contactan?** su función es generar más confianza y cercanía con tus futuros clientes.
- **Nosotros** en esta página comúnmente se habla más a profundidad de la historia de tu marca o tu negocio, respondes a profundidad a la pregunta **¿Quién soy?**, puedes ser más detallista en el contenido que incluyas en esta página, agregando imágenes de tu empresa, o la actividad que desempeñas. Busca una manera original de contar tu historia, puede ser con una línea de tiempo, destacando tus logros o los de tu empresa, a través de tablas, iconos o cajetines de contenido.

- **Productos** es una de las páginas más importantes cuando tienes productos o servicios específicos para ofrecer, aquí responderás ampliamente a las preguntas ¿Qué hago y cómo lo hago?. Debes describir paso a paso lo que ofrece tu producto o servicio, ser persuasivo para convencer a tu usuario que se convierta en tu cliente y que eres la persona o empresa adecuada para ayudarlo. Te recomiendo enfocar un contenido robusto en tu servicio estrella, con el fin de fortalecer tu posicionamiento en el mismo.
- **Blog** aquí podrán acceder a la totalidad de las entradas o artículos de tu blog, en esta sección puedes agregar noticias de actualidad de cosas que suceden dentro de tu marca o negocio, información de interés que agregue valor a tus usuarios. En caso de que tu página web sea solo enfocada a blog, este es el lugar donde debes dirigir todos tus esfuerzos, creando contenido que atraiga, mantenga a tu audiencia conectada y regresando a tu web constantemente.
- **Contacto** en esta página puedes agregar todas las opciones posibles para que tus usuarios te contacten, aquí responderás la pregunta ¿Cómo me contactan?. Puedes agregar mapas u otro contenido gráfico o de soporte que te ayude a hacer una página más creativa e interactiva.

NOTA: Ten en cuenta que estas son sugerencias desde la experiencia que he tenido en la construcción de sitios web, pero no es inamovible, solo es una estructura y nombres base. Los bloques de contenido que escojas dependen de los objetivos que seleccionaste anteriormente, de tu imaginación y que tu contenido esté alineado a los elementos de tu branding.

Incluso si tu empresa o negocio ya es mucho más robusto puedes agregar muchas más opciones o secciones específicas que tus clientes requieran.

Algunas características que debes tener en cuenta a la hora de la creación de tu contenido son:

- Busca que sea original y diferente
- Enfócalo a los temas claves de tu nicho
- Haz que sea educativo, para quien te visite se lleve algo nuevo al irse
- Que sea atrayente
- Utiliza un tono de comunicación enfocado y alineado a tu imagen de marca
- Da contenido de valor para que puedas recibir cliente
- Utiliza llamados a la acción, para provocar que los usuarios lleven a cabo la acción que necesitas

Otros tipos de contenidos que puedes incluir en tu página web según los objetivos que elegiste son:

- Testimonios
- Casos de éxito
- Preguntas frecuentes

Escribe aquí la lista de los elementos o bloques que quieres incluir en la estructura del inicio de tu web, agrega la descripción e imágenes que quieras utilizar:

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
Ej: Nosotros		

Escribe aquí la lista de las páginas que quieres incluir en la estructura del menú de tu web, agrega la descripción detallada de cada sección e imágenes que quieras utilizar:

PÁGINA	DESCRIPCIÓN	IMAGEN

Escribe aquí 3 temas para los artículos de tu blog que tengan que ver con tu lector ideal, que puedan resultar de interés y aportarles mucho valor, agrega el contenido de texto e imágenes que quieras utilizar:

TEMA	CONTENIDO	IMAGEN
Ej: Presupuesto y consejos para viajar a Zanzibar		

PASO 5

Define tus imágenes

Las imágenes en tu web son un elemento muy importante, ya que refuerza el contenido con el diseño gráfico dándole más credibilidad y presencia.

La principal recomendación que puedo hacer es que utilices imágenes propias dentro de lo posible y en caso de que esto no sea posible, utiliza imágenes de stock pagas o hay algunas gratuitas que puedes utilizar citando la fuente o el autor, pero nunca descargues imágenes directamente desde Google, ya que estas imágenes pueden tener derechos de autor.

Bancos de imágenes gratuitas:

[Freepik](#)

[Unsplash](#)

[Pixabay](#)

[Pexels](#)

Bancos de imágenes de pago:

[Istock](#)

[123rf](#)

En términos generales las imágenes de cada sitio web son diferentes porque no tienen estandarizados los tamaños, dependen del diseño que quieras darle y los elementos de branding de la marca.

Sin embargo, los tamaños de las imágenes más utilizados en los sitios web comúnmente que debes tener en cuenta son:

- **Cuadradas:** 800x800 píxeles aproximadamente
- **Rectangulares verticales y horizontales:** 800x600 píxeles aproximadamente
- **Para banners:** 1800x800px píxeles aproximadamente

Recomendaciones

- » Busca que las imágenes que tomes para tu sitio web originalmente tengan una medida mínima de 1800 píxeles en adelante, de lo contrario se verán pixeladas o de mala calidad.
- » Sube las imágenes a tu sitio web del mismo tamaño en que serán vistas, ya que subirlas demasiado grandes puede recargar innecesariamente tu página.
- » Para organizar las imágenes que vas agregar a tu contenido, te recomiendo que utilices nombres con palabras clave de la sección en que se encuentran y tu nicho.
- » Si vas a utilizar esta guía para enviar el contenido de tu web a otra persona, adjunta las imágenes de manera externa, ya que pierden calidad al ser agregadas a documentos.

**CREA EL CONTENIDO
DE TU WEB EN 5 PASOS**

ENLACES ÚTILES

Análisis de competencia

[Similar Web](#)

Bancos de imágenes gratuitas

[Freepik](#)

[Unsplash](#)

[Pixabay](#)

[Pexels](#)

Bancos de imágenes de pago

[Istock](#)

[123rf](#)