



PLANIFICA UNA  
PÁGINA WEB QUE  
CONTENGA TU

*esencia*

# ME PRESENTO ●●

**Hola, soy Mariana.**

Soy psicóloga social y llevo más de 10 años en el mundo del diseño web.



Paralelamente a mi trabajo como diseñadora, me he ido formando en emprendimiento, especializándome en emprendimiento femenino.

**Quiero acompañarte en tu camino como emprendedora, ayudándote a que tu página web trabaje para ti y se convierta en el eje principal de toda tu estrategia de marketing.**

# ¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE LA WEB DE TU PROYECTO? ●●

La página web debería ser el campamento base de tu proyecto.

¿Por qué? Seguro que has oído decir que tienes que hacer marketing online para promocionar tu negocio. Es probable que incluso ya hayas empezado a hacer tus pinitos en las redes sociales más conocidas, como Facebook o Instagram.

Y eso está fenomenal, el problema viene cuando has conseguido ya tus miles de followers y deciden cambiar el algoritmo maldito y ya no puedes llegar a tus seguidores con tus contenidos sin pagar publicidad.

Y es que las redes sociales son una gran herramienta para darnos a conocer, pero tienen el problema de que en ellas, nosotras no tenemos el control...



# ¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE LA WEB DE TU PROYECTO? ●●

Desde el primer momento en el que alguien aterriza en tu página de inicio quieres:

- Despertar su atención y curiosidad desde el primer momento.
- Que sientan que realmente comprendes su situación y sus mayores problemas.
- Que tú presentes la solución ideal que tanto andaban buscando.
- 

¿y cómo lo consigues?

Conociendo profundamente a tu clientela y sus preocupaciones. Tu página web será el lugar en el que utilices este conocimiento de forma estratégica para conectar emocionalmente con las personas con las que quieres trabajar.



# VENTAJAS DE TENER TU PROPIA WEB ●●

- Ayuda a construir una imagen profesional y a labrar la credibilidad de tu marca.
- Cuando buscamos un producto o servicio, buscamos en Google.
- Elimina las barreras geográficas y amplía tu clientela potencial fuera de las fronteras de tu negocio físico.
- Te permite tener tu negocio abierto las 24 horas del día, como una secretaria que atiende amablemente las llamadas y contesta las preguntas de tu clientela todos los días de la semana a cualquier hora.
- Te permite mostrar toda la información esencial para cerrar una venta. Quién eres, qué haces, qué te diferencia, cómo contactar contigo o comprar tu producto.
- Puedes recoger direcciones de email o teléfonos en tu web mediante formularios de suscripción o de contacto que te permitirán contactar con con tu clientela cuando quieras.



# PERDER EL MIEDO A EXPONERSE ●●

La mayor parte de las mujeres con las que trabajo comparten un miedo inicial a exponerse y mostrarse en sus páginas web.

Muchas veces nos escondemos detrás de un impersonal nombre de empresa, con la idea equivocada de que eso nos hace parecer más profesionales o serios.

**¡Sacúdete esos miedos!** Separar tu proyecto de tu persona es un gran error cuando, en un mundo con cada vez más competencia, es justamente lo personal lo que nos ayuda a distinguirnos del resto y marcar la diferencia.



# PERDER EL MIEDO A EXPONERSE



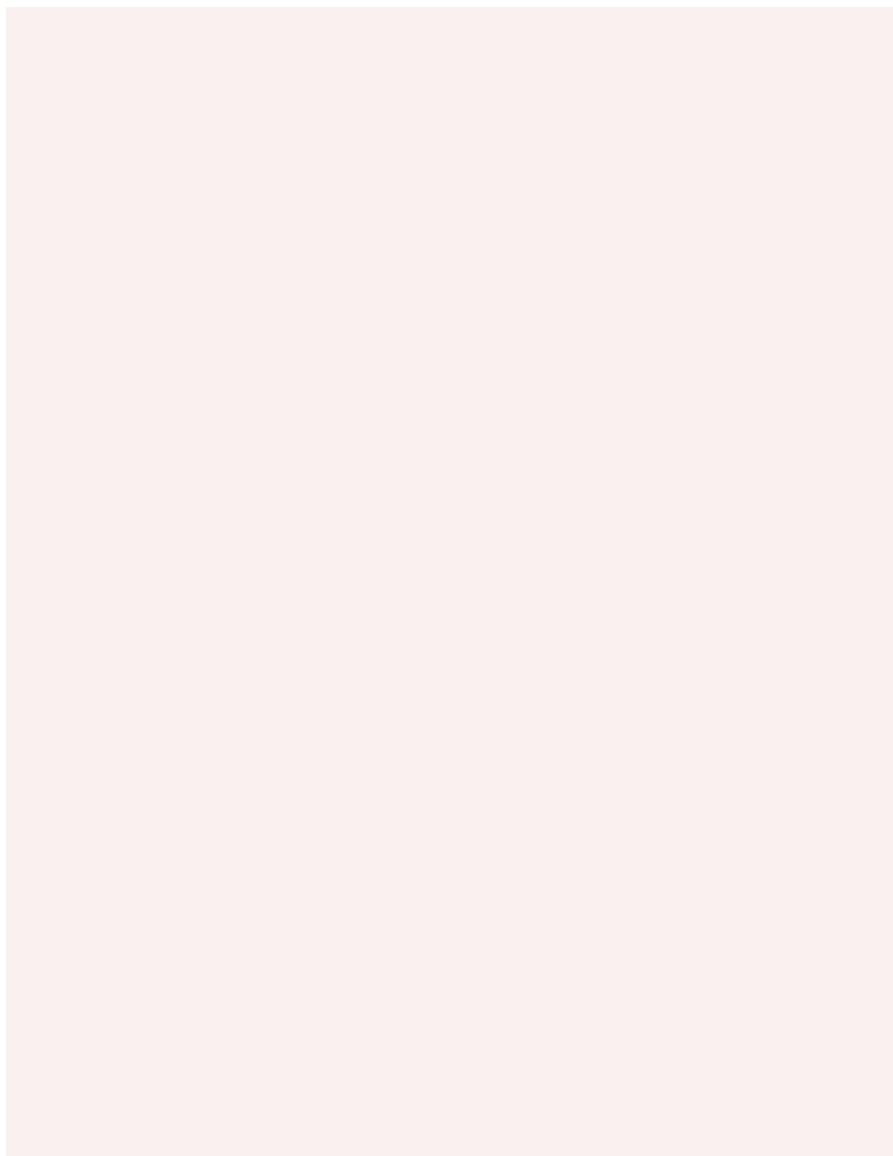
## Recuerda:

- Eres una mujer profesional con una trayectoria que te avala para hacer lo que haces.
- Tu experiencia a nivel profesional y vital es valiosa.
- Tienes algo que compartir con el mundo, no dejes que el mundo se lo pierda por miedo.
- Nadie es perfecto. Conectamos más con personas auténticas que reconocen sus errores y se muestran vulnerables.
- No te compares con otras personas. Lo que vemos normalmente es solo la superficie y el resultado de horas de preparación, filtros y cientos de tomas falsas.
- Tu clientela va a valorar tu autenticidad porque van a poder identificarse contigo y eso les va a generar mucha más confianza.



# ¿A QUÉ LE TIENES MIEDO? ●●

¿Qué es lo que más te cuesta a la hora de exponerte?



# EN LA PIEL DE TU PÚBLICO OBJETIVO ●●

La mayoría de los emprendimientos o nuevos negocios con los que me encuentro cada día en mi trabajo, no conocen a su público objetivo. ¿Es tu caso?

Tu target o público objetivo son los consumidores finales que quieres para tu producto. Son la base de la existencia de tu negocio, pero... ay ¡Cuántas veces veo yo proyectos que sólo piensan en el producto y no le dedican tiempo a pensar en el consumidor! El caso es que sin consumidor, no hay negocio.

Planifica toda tu estrategia de marketing pensando en sus necesidades, incluso rediseña tus productos y servicios para que se adapten mejor a lo que quieren. Si no te tomas el tiempo de definir bien a tu target y no lo usas como eje de toda tu estrategia, estarás dando palos de ciego, trabajando mucho y viendo pocos resultados.



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

Ahora vamos a trabajar en buscar la esencia de tu negocio, algo que te ayudará muchísimo a planificar la estructura y escribir los textos de tu web. Te voy a hacer algunas preguntas sobre las que quiero que reflexiones y juntas llegaremos a esa esencia.

## ¿QUÉ PROBLEMAS TIENE TU CLIENTELA? que tú ayudas a resolver

Quiero que conectes con los problemas y las emociones que experimentan las personas que se podrían beneficiar de tus productos o servicios.

Se trata de que estas personas sientan que las entiendes, que conoces su situación y empatizas con ellas.

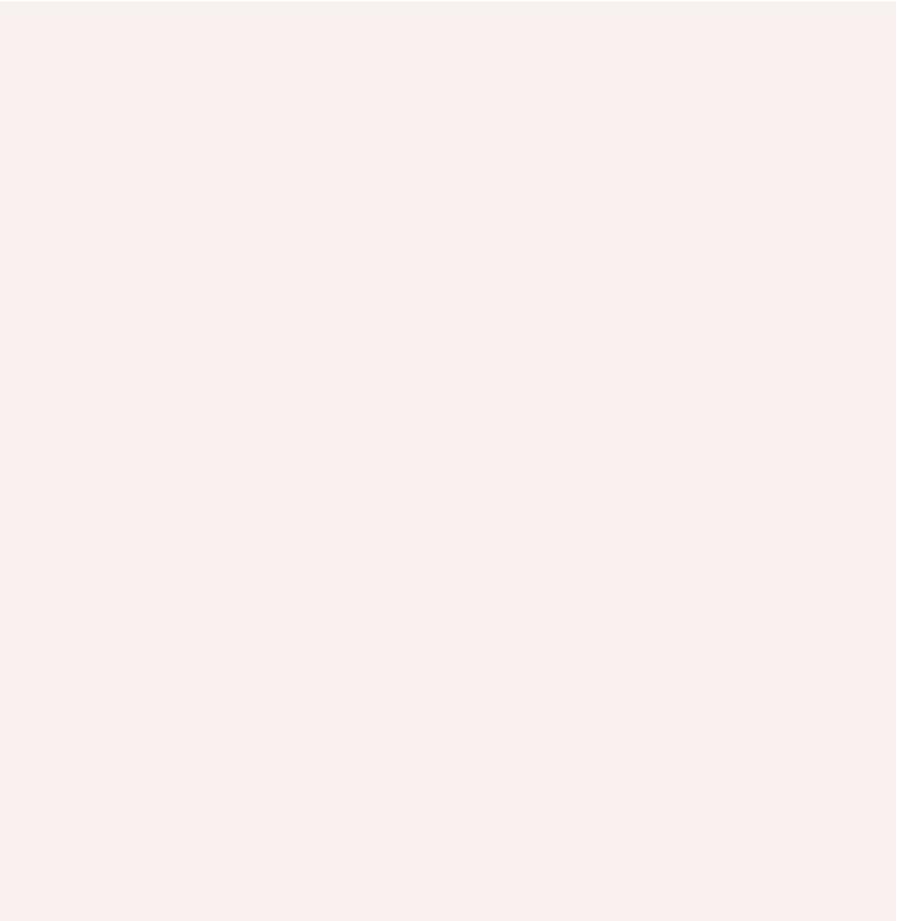
Tienen que poder sentirse identificadas al leer los textos de tu página web y pensar, "eso es justo lo que me pasa a mí"...



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿CÓMO AYUDAS A RESOLVER ESOS PROBLEMAS CON TU TRABAJO?

Ahora vamos a darle la vuelta a esos problemas, explicando cómo tú los puedes resolver con tu trabajo.



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿QUIÉN ERES Y QUÉ TE LEGITIMA PARA AYUDAR A ESTAS PERSONAS?

Seguro que tus experiencias vitales y tu trayectoria son las que te han colocado en el lugar perfecto para poder ayudar a otras personas a resolver determinados problemas o necesidades.

Ahora vamos a trabajar en lo que será la sección *sobre mí* de tu web y quiero que reflexiones sobre cómo puedes contar la trayectoria que te ha traído hasta aquí de forma que conecte con las experiencias y emociones de tu público objetivo.

No te escondas, ábrete a mostrarte de forma auténtica y sincera para generar confianza.



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿CUÁL ES TU VALOR DIFERENCIAL?

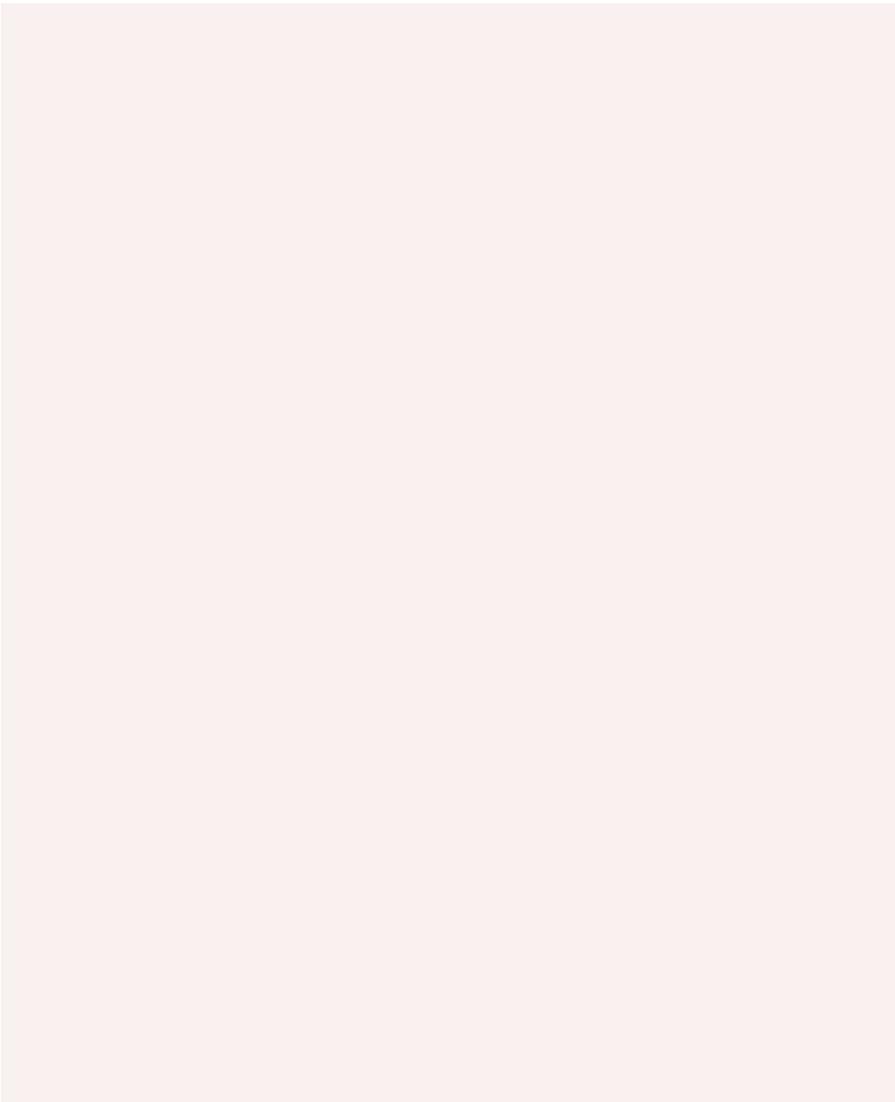
Lo que te hace especial es esa forma que tienes tú de hacer las cosas que te hace irreplicable.

- ¿Qué es lo que aportas tú a la ecuación que no aporta la competencia?
- ¿Por qué debería de elegir alguien trabajar contigo y no con otra persona?
- ¿Qué te hace especial y diferente?
- ¿Cómo estás mejorando lo que ya existe en el mercado para solucionar el mismo problema?



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

¿CUÁL ES TU VALOR DIFERENCIAL?



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿QUÉ TIENES PARA DAR?

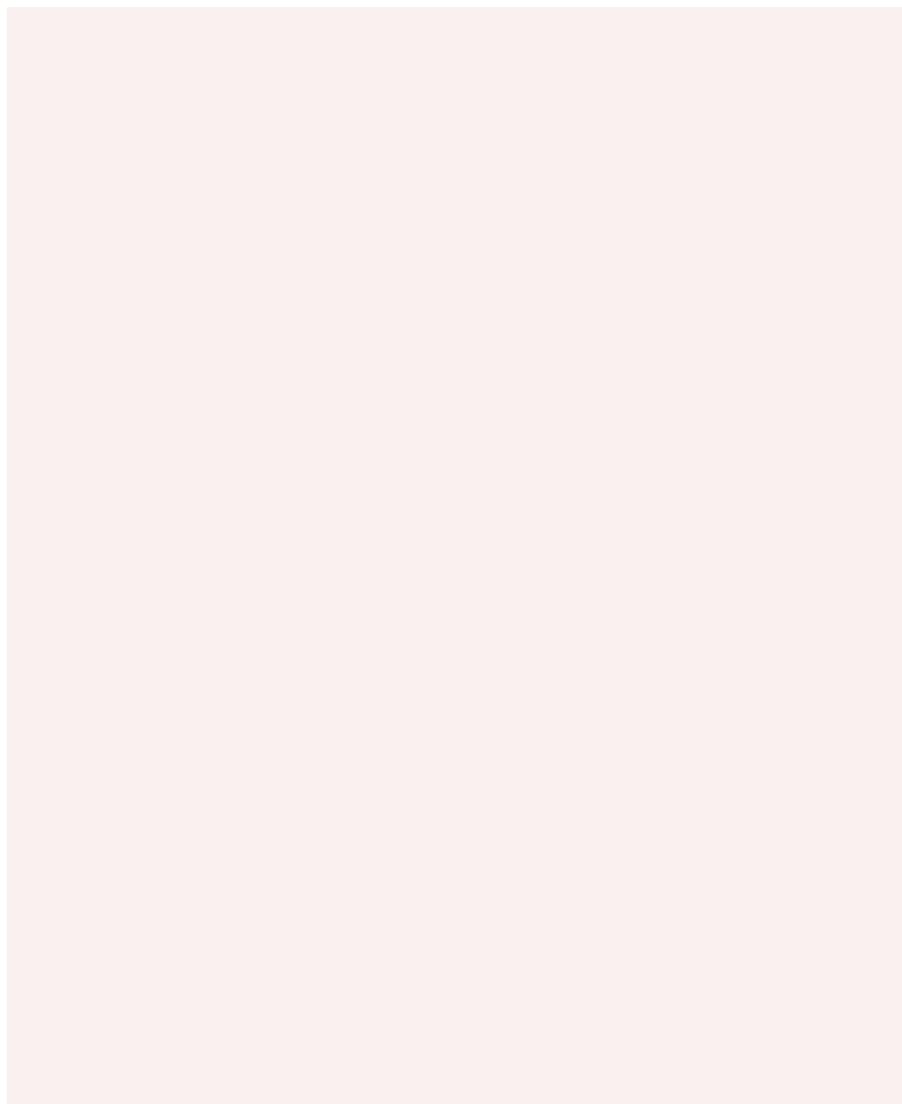
Es necesario que detalles los productos y/o servicios que vas a ofrecer y que los describas siguiendo una estructura similar a esta:

- Título del servicio o producto: breve y descriptivo, se tiene que entender de qué va solo leyendo el título.
- Descripción inicial muy breve y clara de en qué consiste.
- Cómo ayuda a resolver los problemas de tus clientes.
- Ventajas de usar este producto o servicio
- Posibles objeciones o pegas que sean habituales contestadas
- Valor diferencial y/o ventajas de trabajar contigo
- Detalle de cómo es el proceso.



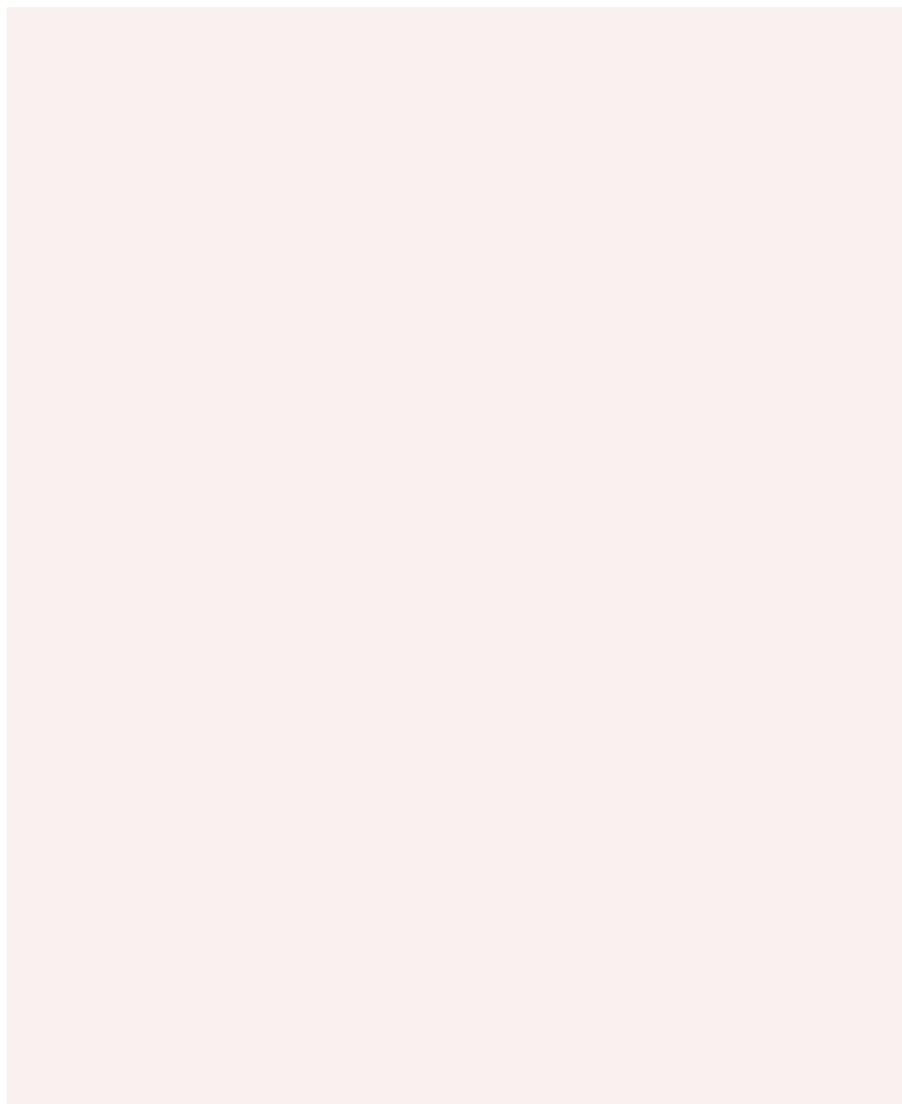
# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

¿QUÉ TIENES PARA DAR?



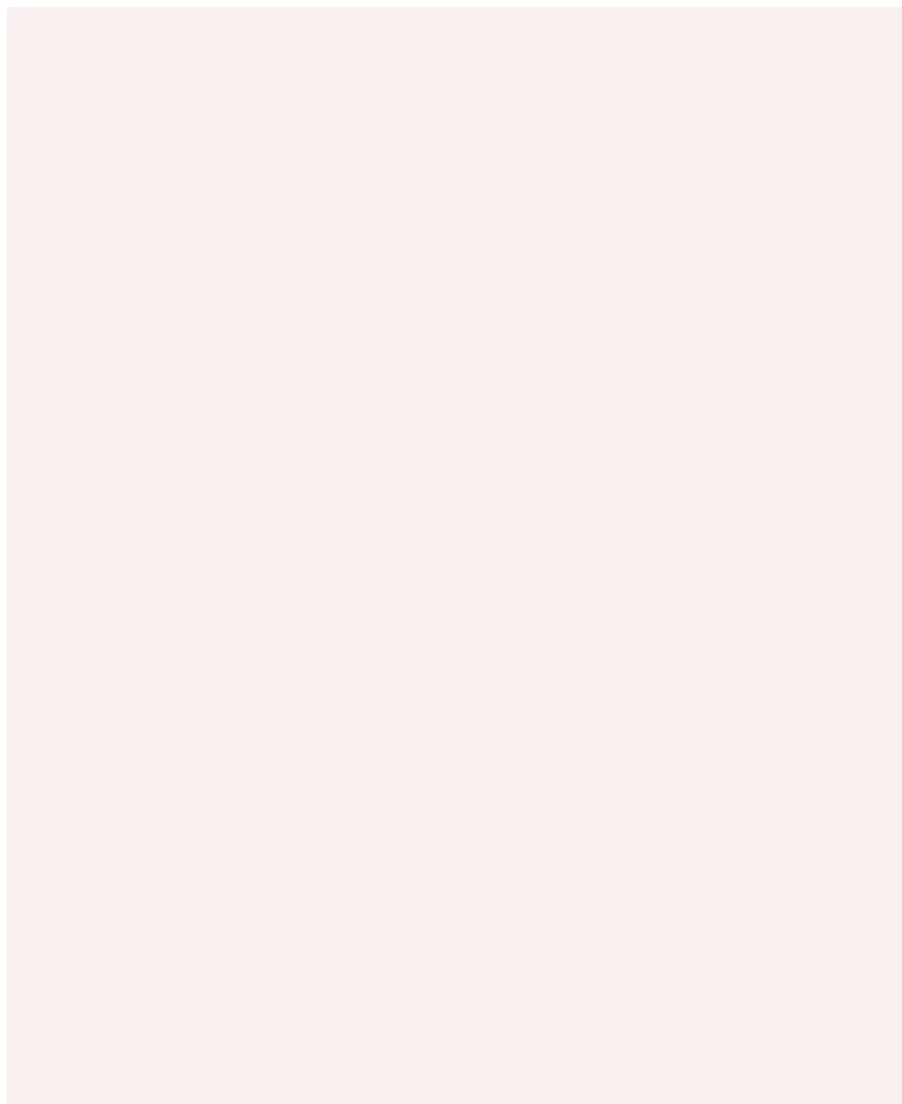
# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

¿QUÉ TIENES PARA DAR?



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

¿QUÉ TIENES PARA DAR?



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES OBJETIVOS QUE TIENES CON TU WEB?

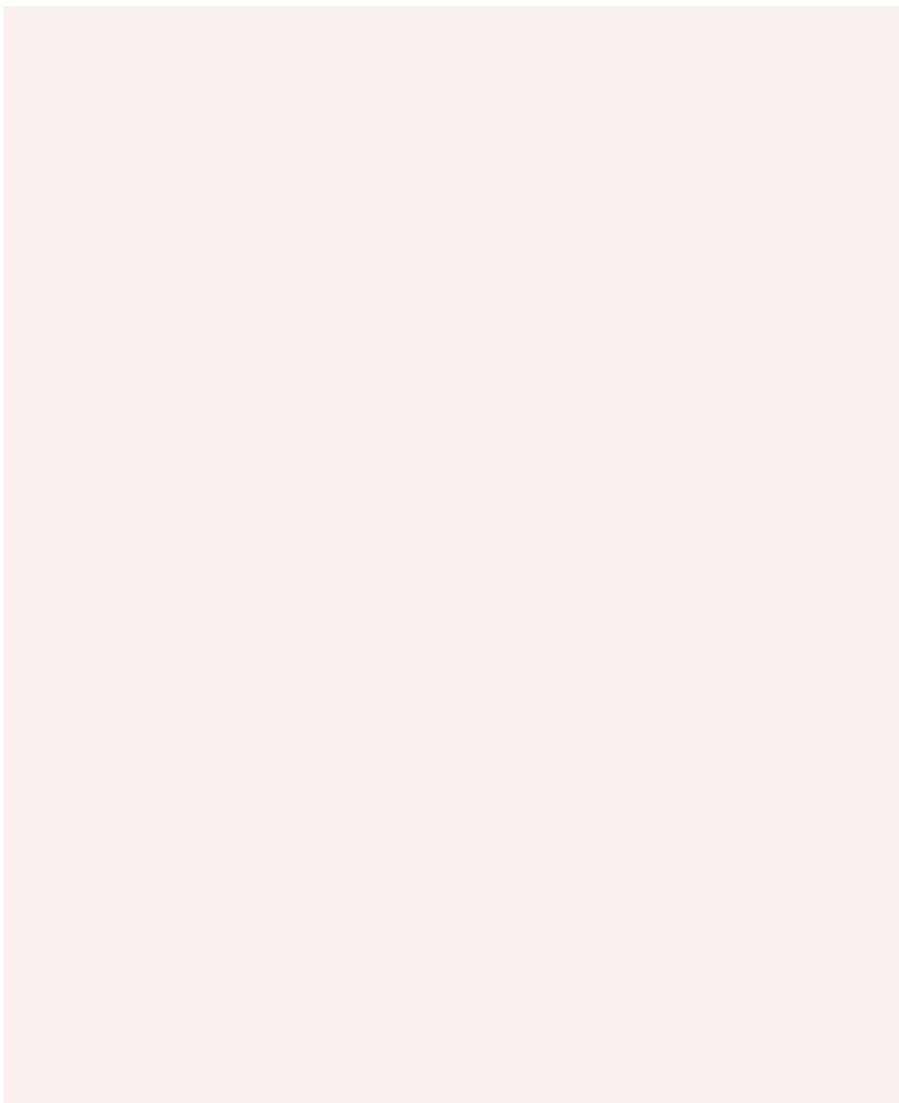
Aquí tienes algunos objetivos habituales:

- Transmitir una imagen profesional.
- Generar confianza.
- Trabajar la imagen de tu marca.
- Enganchar a tu público objetivo con tus contenidos.
- Venta de productos.
- Venta de servicios.
- Venta de cursos.
- Peticiones de presupuestos.
- Reservas de sesiones.
- Conseguir contactos iniciales para luego hacer un trabajo comercial.



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## LOS OBJETIVOS DE TU WEB



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

## ¿CÓMO CONTRATAR TUS SERVICIOS O COMPRAR TUS PRODUCTOS?

Ya sabemos lo que ofreces, ahora necesitamos saber cómo va a ser el proceso por el cual tu clientela va a poder comprar tus productos o contratar tus servicios.

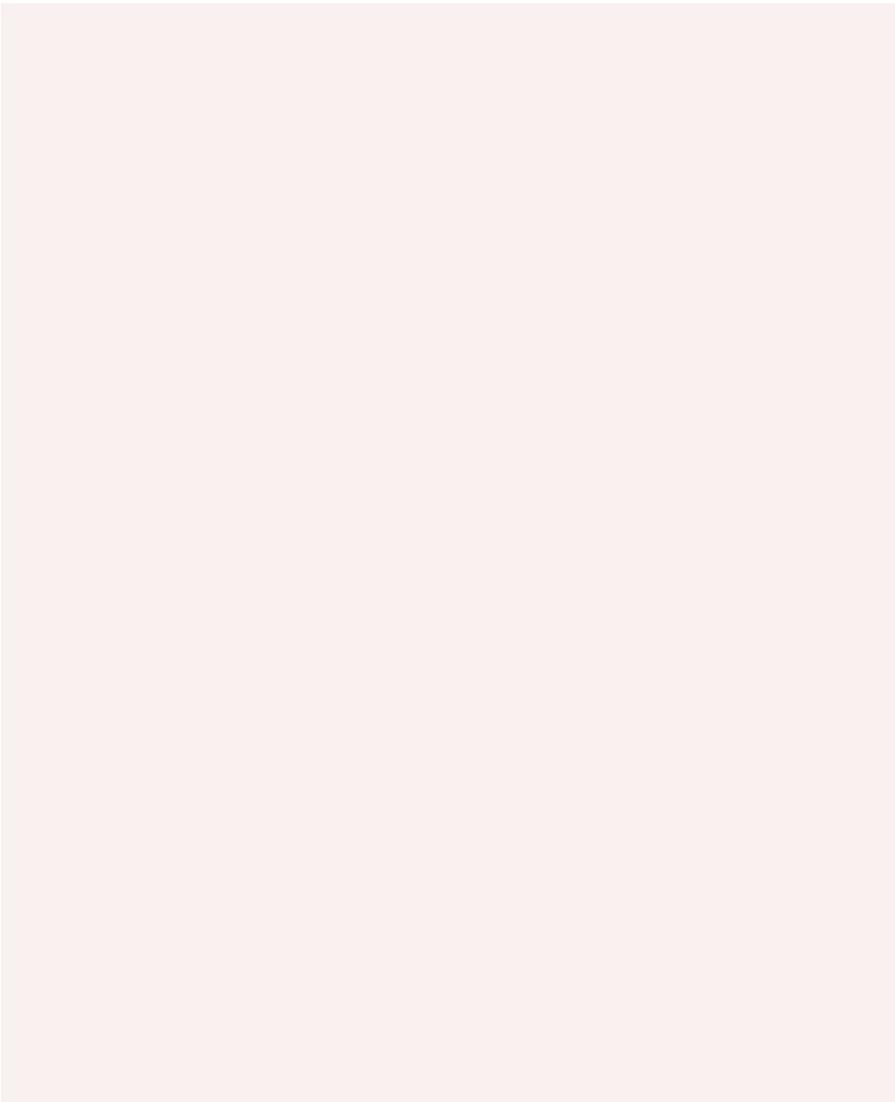
- Igual el objetivo es derivarles a formularios en los que puedan contactar para pedir más información o pedir un presupuesto.
- Tal vez puedan reservar ya una primera sesión gratuita o pagada online.
- A lo mejor les vas a llevar directamente a una venta.
- Tal vez ofrezcas un "regalo" a cambio de una suscripción y vayas a cerrar la venta posteriormente por email...

Piensa cuál va a ser el camino que tendrá que seguir una persona desde que aterriza en tu web hasta que se cierra una venta.



# LA ESENCIA DE TU NEGOCIO ●●

¿CUÁL ES EL PROCESO DE VENTA?



# OTROS MATERIALES ●●

## RECOPILA TESTIMONIOS

Los testimonios de otras personas que ya han trabajado contigo son un factor decisivo a la hora de decidarnos a comprar un producto o a contratar un servicio. Deben de aparecer en tu web en lugares estratégicos como la página de inicio o las páginas de tus servicios.

## ESCOGE BIEN LAS IMÁGENES

Las imágenes tienen un papel determinante en el diseño de una página web. Nuestro cerebro reacciona a ellas de manera inconsciente y tienen un papel determinante en las decisiones que tomamos.

### ¿Qué características tienen que cumplir?

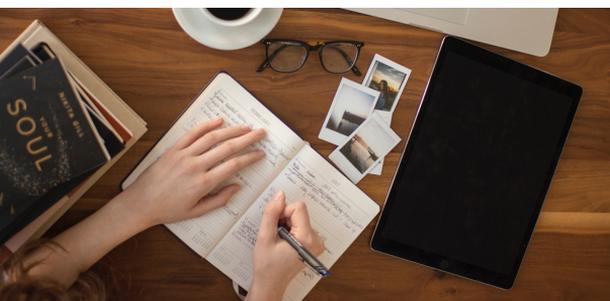
- Fotos en alta calidad.
- Fotos con buena iluminación.
- Fotos naturales.
- Fotos en las que aparezcan personas, tú entre ellas.
- Para acabados profesionales, necesitarás trabajos profesionales. Es difícil sacar fotografías buenas y atractivas si no tienes conocimientos de fotografía.



# OTROS MATERIALES ●●

## CREA TEXTOS QUE CONECTEN

- Sé auténtica. Intenta encontrar una voz sincera y natural que transmita confianza.
- No des nada por sentado. Explica bien todo de forma clara y sin tecnicismos.
- Conecta con los problemas que has detectado .
- Cuenta historias: Los mensajes presentados en forma de historia, tienen un gran impacto y son más memorables.
- Apela a las emociones: Las emociones causan en nosotros un estado de alerta que agudiza los sentidos y hace que nuestra atención aumente y que la información que estamos leyendo se grabe en nuestros cerebros.
- Siempre ten en cuenta las FAB: Deja claro qué es lo que proporciona tu producto o servicio (características), cómo puede ayudarles (ventajas) y qué sacarán de ello (beneficios).
- Incluye llamadas a la acción. Invita a tus clientes a interactuar, preguntar, contactar o incluso comprar algo.
- El ritmo es esencial para que un texto no sea muy tedioso. Alterna frases de diferentes longitudes para conseguir un ritmo ligero.
- Intenta acompañar los textos de tu web con imágenes atractivas que ayuden a evocar lo que estás contando.



# YA HEMOS TERMINADO

## ¡Enhorabuena!

Si has trabajado en todos los ejercicios del cuadernillo, ya tienes el material más importante que te ayudará a planificar y crear una página web que realmente conecte con tu audiencia y te ayude a conseguir los resultados que esperas.

Yo estoy encantada de poder ayudarte con el siguiente paso, ya sea enseñándote a construir tu propia página web o creando una página web para ti que contenga la esencia de tu negocio.

¿Hablamos? Escríbeme a [creatiburon@gmail.com](mailto:creatiburon@gmail.com) o mándame un mensaje por Whatsapp y reservamos un rato para hablar sin compromiso sobre lo que necesita tu proyecto.

Un abrazo,

Mariana