

¿Cómo conseguir más visitas en mi página web? parte 1.

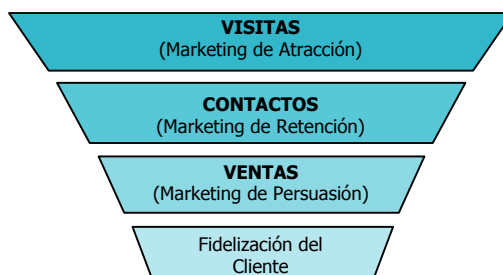
Enero 2008

Fundamentos del Marketing online.

Toda página web tiene como finalidad de base ser vista, tanto si es un negocio online como una web personal tiene como primera necesidad mostrarse al público objetivo al que va dirigida.

Cuando además existe una finalidad empresarial en una página web se hace totalmente imprescindible crear un plan de marketing online y adaptarlo a los objetivos marcados en el plan de negocio.

El marketing en Internet se fundamenta en cuatro niveles de estrategia según lo que se conoce como Pirámide invertida. Es importantísimo hacer una reflexión a fondo de si nuestra página tiene respuesta a cada una de las necesidades de esos niveles. Como es lógico la primera es ¿cómo conseguir más visitas a mi página web?



Marketing de atracción

Si en el marketing tradicional todo giraba entorno a la oferta (en el producto) en el marketing online el centro se pone en la demanda (en el Cliente).

Existen muchas formas de hacer que los Clientes lleguen hasta nosotros pero sin duda la más efectiva y rentable es llegar nosotros a ellos. Lo haremos desde tres vertientes: Visibilidad, Segmentación y Capilaridad.

Visibilidad. Intentaremos llegar al máximo público posible con cada acción, siempre tendrá más repercusión un titular en El País que una reseña en un diario local. Pero, ¿es siempre lo más efectivo? ¿y lo más rentable?.

Segmentación. La promoción no siempre puede o debe ser masiva, Internet nos da la gran facilidad de buscar nuestro target concreto y llegar hasta él. Una campaña bien diseñada con este planteamiento puede darnos unos resultados espectaculares

con un costo muy reducido. Nuestro objetivo es optimizar siempre el ROI (Retorno de la inversión).

Capilaridad. Cómo hacer que lleguen muchas visitas a nuestra página web? abriendo muchas puertas. Que nuestro Cliente potencial se encuentre constantemente con nosotros, con banners, links, en buscadores,... La idea es crear una tela de araña alrededor de nuestro público objetivo que haga que llegue a nosotros con facilidad.

En la segunda parte de este artículo se describen casi todas las formas de atraer visitas a nuestra web aquí sólo plantearemos las cuatro líneas de trabajo que todo negocio online debe atacar para asegurar el éxito:

- **Posicionamiento natural en buscadores** (Google, Yahoo, MSN...)

Consiste en aparecer entre los primeros resultados cuando alguien hace un búsqueda en un buscador. Los resultados naturales son los que no se etiquetan como "Enlaces patrocinados" o "publicidad", suelen aparecer en el lado izquierdo del buscador.

El posicionamiento natural es casi imprescindible para toda estrategia de negocio a medio o largo plazo. Es la forma más efectiva en estos momentos de que nos encuentre un público directamente interesado en lo que ofrecemos. Bien realizada garantiza visitas sin coste alguno durante mucho tiempo.

- **Campaña de anuncios en buscadores** (Google Adwords, Yahoo Search Marketing, Miva...)

De forma similar a la anterior consiste en aparecer en los buscadores cuando alguien busque ciertas palabras que nos interesen pero en la parte de "Enlaces patrocinados", suelen ir en el lado derecho o arriba de todo.

Son campañas de publicidad, donde redactamos los anuncios que aparecerán y suelen funcionar bajo el sistema de Pago por clic.

Garantizan visitas desde el primer momento con palabras clave ilimitadas. Es ideal para campañas puntuales, por ejemplo mientras no estemos bien posicionados de forma natural o busquemos mercados secundarios.

- **Campaña de anuncios en páginas Web** (Publicidad, banners, patrocinios,...)

Son las campañas gráficas clásicas (o no tanto), en forma de banners, botones, richmedia,...

Tiene la capacidad de crear marca y atraer un público objetivo que difícilmente nos hubiera encontrado. Pueden ser masivas o más segmentadas, todo depende del presupuesto que tengamos para la campaña y del trabajo de selección de medios que se haga.

- **Campaña de Relaciones Públicas online** (Notas de prensa, links, artículos, blogmarketing,...)

Es una estrategia compleja para aprovechar todos los recursos de la web 2.0 y llegar exactamente a nuestro público objetivo haciendo que medios minoritarios pero mucho más especializados hablen de nosotros o dirijan tráfico a nuestra web.

Marketing de retención

Una vez el visitante ha llegado a nuestra página es importante que se sienta cómodo y que sea capaz de explorarla con facilidad. Lo que queremos es que acabe realizando aquello que pretendemos, ya sea realizar una compra, leer cierto artículo, descargarse un archivo o darnos sus datos de registro.

Para mejorar la experiencia de usuario se utilizan técnicas de persuasión (crossselling, upselling, CRMs...) y usabilidad (Heurísticas y Eyetracking). Ello nos permite saber se mueve el visitante por nuestra web y a guiarle hacia nuestro objetivo.

El diseño de una página web debe seguir los criterios de navegabilidad de los estándares de éxito para que su uso sea sencillo y así transformar el visitante en Cliente. ¿Una vez tenemos al Cliente en nuestra red vamos a perder la oportunidad que nos brinda?

Marketing de Fidelización

Dentro de la etapa de diseño del contenido se debe realizar un estudio para conocer qué servicios web podrían ayudar a crear comunidad de forma que el Cliente pueda descubrir nuevos productos, compartir experiencias o conocer otros servicios adicionales.

Por un lado ayuda a fidelizar al Cliente haciendo que se encuentre cómodo en nuestra tienda y compre con mayor recurrencia, por otro nos ayudará a conocerlo mejor para ofrecerle un servicio a medida. Hemos de conseguir que nos visite no sólo la primera vez si no muchas más. ¿O no son visitas las revisitas?

CEO Thatzad.

Nota:

Todos los artículos de esta web están sometidos a las leyes de propiedad intelectual y pertenecen a Thatzad. Pueden ser utilizados total o parcialmente por cualquier medio de comunicación siempre que se haga una referencia a la empresa y a su página web. En caso de medios digitales se solicita únicamente un link visible para los buscadores.