

Un sitio web puede cumplir una o varias funciones. La clave está en saber cuál de estas funciones debe cumplir tu página para potenciar la actividad de tu negocio, en cada una de sus etapas evolutivas.



- ¿Exposición institucional, presencia en el mercado?
- ¿Promoción y venta de productos/servicios?
- ¿Servicios on-line y atención al cliente?

Al emprender, es muy frecuente pretender que un sitio web cumpla desde el inicio con todas las funciones, sean necesarias o no. También ocurre lo contrario: que el sitio se desarrolle sin potencial de crecimiento y que por ende, tenga que ser replanteado una y otra vez a medida que la empresa crece.

Cualquiera sea la situación, es importante saber que armar un sitio web no es uno de los primeros pasos cuando uno desea encaminar un emprendimiento. Existe la falsa creencia de que tener una página en Internet, nos dará mágicamente la exposición que necesitamos para que el público nos conozca, nos contrate o compre.

Primero hay que desarrollar bien la idea, la marca, el modelo y el plan de negocios, las estrategias para los mercados a los que nos dirigimos, la imagen, etc. Si la propuesta del negocio -y todos sus aspectos- no está clara o bien definida en tu cabeza y en la mente de tus colaboradores, tampoco lo estará en el sitio.

Otra práctica común es tender a focalizarse solamente en la estética del sitio y en el impacto visual que éste genere. Pero hay que tener en cuenta que mucho uso de flash y de "imágenes voladoras", no garantizan la correcta transmisión o llegada del mensaje a los navegantes. Suponiendo que primero han logrado encontrarte en internet.

Una página web no deja de ser una herramienta. Para algunos negocios, tal vez sea la más importante. Para otros, no tanto. Incluso, a diferencia de otras herramientas como los blogs, requiere de una inversión. Por eso, es fundamental definir previamente qué función debe cumplir esta herramienta dentro de tu negocio.

Según Adriana De Oto, Socio Gerente de Aptek: *"... de acuerdo a lo que el cliente quiera lograr con su sitio, habrá cuestiones a tener en cuenta que van más allá de la estética del mismo, como por ejemplo: la selección de él o los nombres de dominio en relación a la marca y al producto/servicio, el contenido, la estructura y la complejidad de la página, la optimización de los recursos para lograr atraer más tráfico como las palabras clave, search engines, social networking, Google page ranking, etc..."*

Resumiendo, te aconsejo siempre: armar primero conceptualmente el negocio, luego pensar en las mejores formas y herramientas para desarrollarlo y difundirlo. Llegada esta instancia, es probable que necesites armar un sitio y es recién en ese momento cuando conviene consultar con expertos en sitios web, llevando claramente todas las indicaciones sobre lo que uno necesita que su sitio logre. Sin esta información, cualquier experto, por más experto que sea, no podrá brindarte un buen servicio y perderás tiempo y dinero.

Dedicarle tiempo al correcto desarrollo de tu proyecto y consultar a expertos, es una gran inversión. Te ayudará a no perder tiempo ni dinero más adelante tratando de corregir errores conceptuales, y te permitirá tener mayores posibilidades de éxito. ¡Hasta la próxima!

No dejes de escribirme a pf@paulaferrari.com para hacerme llegar tus comentarios o consultas. Podés encontrar más datos para desarrollar tu empresa y mejorar tu calidad de vida laboral en www.paulaferrari.com

