

Cómo promocionar una página web

Diseñar un sitio web es tan sólo el comienzo. Atraer la atención hacia el sitio, incrementar el tráfico, generar prospectos y atraer más clientes es la clave para hacer negocio en el Internet.

En los seminarios de estrategias exitosas de negocios se señala con frecuencia que Usted debe tratar de asignar la máxima prioridad a idear y llevar a cabo acciones estratégicas que realcen la competitividad de su empresa en el largo plazo y que sirvan para posicionarla como líder en su industria. Un plan de mercadotecnia por Internet, como parte esencial del plan global de posicionamiento del negocio, debe ser concebido con este mismo espíritu.

El proceso de integración de las tecnologías de Internet con los negocios se compone por lo general de las siguientes etapas:

1. Habilitar al personal de recursos de cómputo.
2. Uso generalizado del correo electrónico y el Internet.
3. Definición de una estrategia para tener presencia en la red.
4. Definición de un plan de marketing por Internet.
5. Definición del proyecto (RFP - Request for Proposal).
6. Evaluación de propuestas y selección de proveedores.
7. Diseño e Implementación del Sitio Web.
8. Posicionamiento en motores de búsqueda.
9. Promoción del Sitio Web.
10. Análisis de tráfico.
11. Estrategias de posicionamiento específico.
12. Optimización de contenido.
13. Programa continuo de mantenimiento.
14. Optimización de contenido y facilidades del sitio para impulsar acciones.

Pocos lo saben, pero en el caso particular de los programas de marketing por Internet su objetivo principal debiera ser que sus clientes entren en acción al visitar el sitio. Es aquí donde gran cantidad de los programas fallan. Mucho sitios logran tener un tráfico respetable, pero pocos pueden asegurar que sus visitantes están en efecto respondiendo a los mensajes y estímulos contenidos en el sitio. En qué momento su negocio llegará a obtener el máximo beneficio de su inversión al poner en acción a sus clientes a través de un Sitio Web, dependerá en buena medida de cuándo haya iniciado el proceso, qué tantos recursos haya asignado al proyecto y qué tan comprometido está el equipo de trabajo en lograr buenos resultados.

La mayoría de las empresas se encuentran todavía dentro de la curva de aprendizaje, por ahí entre las etapas tres y nueve de este proceso de integración de las tecnologías de Internet con los negocios. Si este es su caso, no tiene por qué preocuparse, pero sí debe asegurarse de estar en el camino correcto.

Hace escasos tres o cuatro años, muchos empresarios y ejecutivos no querían reconocer la necesidad de proveer a su personal de cuentas de correo electrónico para la comunicación con clientes, proveedores y demás socios comerciales. De igual manera,

todavía hace un par de años estos mismos ejecutivos rechazaban la idea de diseñar un Sitio Web para la promoción de los productos y servicios de su empresa. De hecho, algunos todavía manifiestan esa misma posición.

Promocionando su página Web

Expertos en marketing en Internet saben que nos encontramos en un período crítico y que las empresas están encontrando dificultades para continuar avanzando en el proceso. De hecho, no es la primera ocasión que se presentan algunas adversidades en el proceso de integración de estas nuevas tecnologías de Internet con los negocios. El primer gran desafío fue convencer a empresarios y ejecutivos de romper la inercia y comprometerse a tener presencia en el Web. El reto se llama ahora promoción.

Diseñar un Sitio Web fue tan sólo el comienzo. Atraer la atención hacia el sitio, incrementar el tráfico, generar prospectos y atraer más clientes es la clave para hacer negocio en el Internet. La promoción es la actividad que le dará a su sitio la visibilidad suficiente para ganar las batallas que se libran día con día en este medio.

Si su empresa cuenta ya con un Sitio Web, significa que su mensaje de negocios está listo para dar la vuelta al mundo y promocionar su oferta de productos y servicios. Pero, ¿Quién es el mensajero?. Si existe un mensaje, obviamente alguien debe entregarlo. Por muy importante que sea el contenido del mensaje, éste no llegará a manos del destinatario a menos de que su página Web tenga una apropiada visibilidad.

Dependiendo de la industria que su empresa atiende, de las características de su programa de marketing, del género de su Sitio Web y obviamente del presupuesto asignado al proyecto, podrá seleccionar diversos medios para la promoción de sus productos y servicios.

Partiendo de un presupuesto autorizado, Usted podrá promocionar y dar mayor visibilidad a su Sitio Web haciendo una mezcla apropiada de los siguientes recursos:

1. Posicionamiento en buscadores

Una de las técnicas más efectivas, que ha sido sumamente desaprovechada, es la promoción de Sitios Web vía posicionamiento en motores de búsqueda. Hay poco conocimiento acerca del tema y desafortunadamente muchos empresarios y directivos tienen aún la idea de que su empresa aparecerá listada en las primeras páginas por el sólo hecho de registrar el sitio. Este es una de los mitos más arraigados entre la comunidad empresarial.

En promedio ocho de cada diez visitas provienen de una búsqueda en estos search engines. Esto lo convierte necesariamente en el medio más efectivo y más solicitado para la promoción de sitios. El posicionamiento en motores de búsqueda se ha convertido en una función clave y responsabilidad de aquellos que están involucrados en programas de marketing por Internet.

Un buen número de proyectos están sin avanzar y entrampados en esta fase, fundamentalmente porque los directivos responsables no se han dado a la tarea de

posicionar sus sitios o consideran que no es una condición necesaria para avanzar en el proceso y cumplir con los objetivos del proyecto.

Comprender la importancia del posicionamiento en motores de búsqueda y aplicar estos conocimientos en su proyecto, son dos acciones fundamentales para promocionar exitosamente un Sitio Web en Internet.

2. Directorios especializados por industria

Aun cuando algunas organizaciones aplican una cuota por el registro en sus portales, ésta por lo general es baja comparada con los enormes beneficios que se obtienen al publicarse en estos sitios especializados.

Identifique cuáles son los directorios más prestigiados y de mayor tráfico en su industria y solicite entonces el registro de su página Web.

3. Pago por clic

El pago por clic (PPC, por sus siglas en Inglés Pay Per Click) es un medio de promoción muy efectivo, sobre todo para los sitios de venta de productos en línea. El servicio consiste en que Usted paga una cierta cantidad cada vez que alguien efectúa un clic para visitar su sitio.

Las posiciones en las listas de resultados son asignadas de acuerdo a lo que Usted ofrezca pagar por cada clic. Entre más ofrezca, más cerca estará de las primeras posiciones. Puede ubicarse en el lugar número uno con tan sólo pagar un centavo más que el actual poseedor de esa posición. El líder en este rubro es desde luego Overture.com

La ventaja de este medio es que Usted puede participar y retirarse en el momento en que desee, lo que resulta muy conveniente para probar los efectos en la campaña con diversos parámetros o en programas de promoción que son por temporadas.

4. Email marketing

El Email marketing es al igual que la promoción vía posicionamiento en motores de búsqueda, una de las formas más efectivas de promoción, simplemente porque Usted puede estar de una forma muy sencilla en contacto directo con los tomadores de decisiones en todo el mundo.

Por tratarse de una herramienta muy efectiva, se ha abusado de esta práctica y con frecuencia nos topamos con malas campañas que emplean pesados mensajes que son difíciles de transportar y que no le traen más que molestias al destinatario. Esto ha comenzado a provocar un rechazo generalizado por parte de la comunidad empresarial a este tipo de campañas.

5. Marketing viral

En el Internet, el marketing viral es una técnica para inducir a sitios web o usuarios a circular un mensaje de negocios a otros sitios o usuarios, provocando un crecimiento exponencial del efecto y visibilidad del mensaje, como si fuese precisamente un virus. Debido a que el término virus se asocia por lo general a eventos dañinos para el ser humano, existen una docena de nombres con los que se ha tratado de reemplazar al término con el que originalmente se identificó a esta técnica.

Un ejemplo de un exitoso programa de marketing viral es Hotmail, una compañía que promueve sus propios servicios y los de sus clientes en cada mensaje que es enviado por los usuarios de su servicio de correo electrónico.

Es una técnica muy efectiva, pero requiere de una definición precisa del medio que se empleará para propagación para no incurrir en errores que puedan dañar la imagen de las marcas.

6. Publicidad en medios

Todos sabemos de la eficacia de la publicidad en medios (televisión, radio, prensa, entre otros). Sin embargo, los costos no son por lo general accesibles para las Pymes, por lo que este tipo de promoción queda reservado para las macro empresas y los grandes corporativos internacionales.

7. Vínculos con otros sitios del mismo sector

El visitante ideal es una persona que ha sido previamente filtrado, es decir que llega al sitio tras haber ingresado algunos parámetros de búsqueda o haber visitado otro sitio dentro de la industria que su negocio atiende, y por lo mismo conoce de los temas que se tratan en su Sitio Web.

Este tipo de vínculos entre sitios que ofrecen productos y servicios comunes o complementarios son muy útiles para la función de promoción. Por lo mismo, es importante que Usted realice las negociaciones correspondientes con sitios de reconocido prestigio dentro de su misma industria con el propósito de intercambiar vínculos.

8. Documentos impresos

Aun cuando resulta obvia la inserción de su dirección en Internet en todos los documentos impresos que llegan a las manos de sus clientes y prospectos, no siempre es posible hacerlo porque en ocasiones se cuenta con un gran volumen de estos documentos ya impresos disponibles en almacén.

Adicionalmente, el alcance de esta promoción cubre solamente a sus actuales clientes y prospectos, y no será de gran ayuda en la generación de nuevos clientes.

9. Banners publicitarios

Los banners publicitarios son aquellas animaciones gráficas que aparecen en las páginas Web invitándolo a visitar un sitio. Los banners efectivos son costosos y por lo mismo están reservados para los grandes corporativos internacionales que pueden pagar un espacio publicitario en portales de reconocido prestigio con altos niveles de tráfico.

Por su bajo nivel de respuesta por parte de la comunidad en Internet, la industria de publicidad vía banners ha ido perdiendo atractivo en el tiempo.

Ahora que Usted ya conoce acerca de las diferentes etapas del proceso de integración de Internet y cuál debe ser su objetivo final al implementar un programa de mercadotecnia, puede determinar entonces en qué etapa se encuentra su negocio, revisar su plan de marketing y realizar los ajustes correspondientes de acuerdo a sus objetivos de negocio.

Recuerde que cada etapa es dependiente de la anterior y al igual que en los estudios universitarios, Usted no puede cursar Marketing II (Promoción de Sitios Web) sin antes haber aprobado Marketing I (Posicionamiento en motores de búsqueda), el cual parece ser la principal falla de muchos de los programas de marketing por Internet de las empresas.

Usted podrá elegir entre estas técnicas, las más convenientes para promover su Sitio Web de acuerdo a sus objetivos y presupuesto, pero no olvide que la primera acción importante para tener éxito en la promoción de su negocio es el posicionamiento en motores de búsqueda. No se promocióne sin ello.