

IMAGINA UN SITIO WEB

Aquí voy a realizar un informe detallado de los pasos que se deben dar para crear un sitio web. Abarcará desde las estrategias de marketing y marca hasta las cuestiones más técnicas de programación y diseño.

Este informe lo voy a realizar sobre mi propio entorno productivo como trabajador autónomo que desarrollo sitios web para mis clientes (webmaster SEO) y/o les llevo las redes sociales (community manager). Aquí contiene mis antecedentes y mi proyecto actual para un blog corporativo, pero con los mismos detalles puede referirse a otros clientes, con otros antecedentes y otros proyectos, sobre todo si son de blog corporativo.

Antecedentes:

Ya hace tiempo que tengo una página web, que he ido programando a medida que ha evolucionado el lenguaje html, el lenguaje javascript, las hojas de estilos en cascada css y el lenguaje PHP.

Alrededor de ella han surgido varios CMS, cada cual basado en el entorno de desarrollo que estuviera estudiando en cada momento. Así he programado mi propio entorno de aprendizaje, que funciona también como entorno de teleformación, presentador de diapositivas, gestor de presentaciones sincronizado con todos los puestos de un aula, base de contenidos para blog, etc...

Alrededor de estos cms se han usado distintos entornos de gestión de base de datos: mysql, bases de datos de Microsoft Access, e incluso he desarrollado mi propio gestor de bases de datos, que uso por motivos de aceleración de carga y abaratamiento de costes del alojamiento.

También han surgido varios blogs. Uno de ellos integrado con aplicación de publicación y moderación de publicaciones para Android.

Tengo una cuenta personal en FaceBook y además tengo una página de empresa, también en FaceBook.

Proyecto actual:

Estudiada la conveniencia de tener un blog corporativo.

Los objetivos de una web corporativa: informar a usuarios a nivel de experto, transmitir cultura corporativa, diferenciarse de la competencia, humanizar la actividad productiva.

Las claves: carga rápida, diseño atractivo, contenido interesante, navegación intuitiva, diseño adaptativo.

La organización del contenido debe ser a través de un CMS, una página web dinámica, mediante la cual es posible cambiar el contenido interactuando con una aplicación del lado del servidor. Las ventajas del cms de poder utilizarse administrativamente (para mantener el contenido, añadir entradas, borrar y modificar entradas...) desde cualquier sitio y usando el dispositivo que esté a nuestro alcance (móvil, Tablet, el PC de casa, el de la oficina, el portátil, el portátil de un amigo, el ordenador de una sala de libre acceso de la Universidad, del Instituto, del Colegio, de Guadalinfo, ...) son más importantes funcionalmente que la desventaja de poder ser hackeado a distancia usando algún agujero de seguridad de PHP, MYSQL, de la aplicación administrativa que te suministra tu ISP para configurar el alojamiento, o del propio servidor (Apache, Windows server...).

La alternativa más segura es la de una página web estática

Los CMS conocidos (Wordpress, Magento, Drupal, Joomla, ...) son software libre, por lo que se conocen sus códigos fuente, y este hecho agudiza los problemas de seguridad de un CMS, porque ya se conoce el código fuente al que se va a atacar. Por tanto es siempre más seguro el desarrollo de un cms propio.

Dado que la red social FaceBook es ampliamente conocida, tanto en las labores de lectura, como en las de administración de entradas me planteo desarrollar un cms con apariencia similar a fb. Así estaré cumpliendo con tres claves: el diseño atractivo y la navegación intuitiva (tanto si el usuario es un navegante anónimo como si el usuario es el administrador de contenidos) por un lado. El diseño

adaptativo va a depender de la visualización de posts en doble columna, que se mostrarán en una sola columna en dispositivos con pantalla reducida.

La estructura interna no va a obedecer a la típica LOGO, MENU, CABECERA, CUERPO, PIE. En fb solo aparece MENU-SIEMPRE-VISIBLE-ARRIBA, CABECERA, CUERPO, PIE. Aquí el usuario anónimo no va a tener menú, y el usuario administrador tendrá un menú MENU-ADMINISTRACION-SIEMPRE-VISIBLE-ARRIBA con las opciones de configuración y de administración del blog. La cabecera mostrará una imagen corporativa con gran relación de aspecto, es decir, mucho más ancha que alta (por ej 900x300 pixeles).

El PIE contendrá un menú de paginación, el MENU-PAGINACION-SIEMPRE-VISIBLE-ABAJO. El cms mostrará las entradas, hasta un máximo de 30 o 40 por página, y en el pie se podrá ir a tantas cuantas páginas de 40 entradas estén contenidas en la base de datos.

La estructura de navegación será una ESTRUCTURA MIXTA, mezcla de la estructura jerárquica regida por el menú de administración o el menú de paginación, y de la estructura lineal regida por los botones de avance y retroceso del menú de paginación.

En atención a la clave carga rápida me planteo usar la restricción de un texto y una imagen, video, archivo de descarga por cada entrada.

OBJETIVOS DE MÁRKETING (regla SMART) y AUTOMATIZACIÓN DEL MÁRKETING:

Para conseguir la automatización del márketing y que se aproveche el blog corporativo como landing page de una campaña publicitaria, es imprescindible implementar acciones extra en el servidor como contadores y generadores de informes (por ej a través de correo electrónico).

Los objetivos del márketing deben ser:

S (specific) Específicos

M (measurable) Medibles en términos de número de KPIs (Key Performance Indicator – Indicador clave de rendimiento) conseguidos

A (achievable) Alcanzables, logrables o conseguibles

R (relevant) Relevantes

T (time-bound) Acotables en el tiempo en el que se deben cumplir

El objetivo específico es conseguir visitas publicando enlaces al blog corporativo en distintas redes sociales, publicaciones externas, etc... Por tanto el KPI es el número de visitas a la página del blog corporativo. Este objetivo es medible capturando un contador de visitas. Para que el objetivo sea alcanzable en un tiempo determinado el sistema de captura tendrá una configuración con una fecha límite y un umbral de número de visitas, y emitirá un correo electrónico al buzón del usuario administrador, indicando:

- Éxito en el alcance del objetivo: si el número de visitas supera el umbral configurado
- Fracaso en el alcance del objetivo: si la visita actual tiene lugar en una fecha que supera la fecha límite y aún no se ha superado el umbral de número de visitas.

La recepción del correo supondrá que se ha finalizado la acción de promoción de márketing.

CONTENIDO INICIAL:

- 1.- Los pasos para desarrollar esta aplicación web, incluyendo este documento. Solo en mi caso, ya que es visualmente relevante este análisis dentro del desarrollo para dar un ejemplo de mi propio trabajo.
- 2.- Vídeo elevator pitch, aquel en el que se me ve describiendo en un minuto lo que puedo ofrecer.
- 3.- Imágenes y texto descriptivo de los principales productos de software que comercializo.

- 4.- Vídeos de ejemplos de uso de los principales productos de software que comercializo.
- 5.- Vídeos destacando características de calidad y rendimiento de los servicios que comercializo..
- 6.- Horario de apertura, ubicación
- 7.- Ofertas, cupones
- 8.- Enlace a tienda virtual para compra online.

CONTENIDOS SUCESIVOS:

- 9.- Noticias del sector (hasta el infinito y más allá).
- 10.- 3,4,5 para los nuevos productos que desarrolle.

USABILIDAD:

Para conseguir la liga de los tres clicks el blog corporativo debe:

- implementar un sistema de palabras clave. Una palabra clave estará asociada a varias entradas.
- implementar un buscador interno. Se podrá buscar cualquier palabra o expresión.

ACCESIBILIDAD:

Cada imagen en el blog usará el atributo ALT. Estará subtitulada mediante las etiquetas FIGURE y FIGCAPTION

El contenido completo del blog estará accesible mediante feed rss a través de una dirección url en la que se responderá con el autor, la fecha, el texto de la entrada abreviado a 80 o 100 caracteres, puntos suspensivos y un enlace para visitar directamente la entrada del blog corporativo a que se refiere.

El blog permitirá suscripciones, suministrando el usuario anónimo su dirección de correo electrónico, siguiendo el RGPD, y mediante autorización en dos pasos (el suscriptor potencial recibe un correo electrónico con un enlace para que verifique su suscripción). Los usuarios suscritos recibirán un correo electrónico cada vez que se publique una nueva entrada, con el contenido de la misma, y un enlace para visitar directamente la entrada a que se refiere.

Si el usuario suscriptor lo desea, opcionalmente podrá aumentar su ficha de usuario con una imagen avatar de 64x48 pixeles y un nombre nickname. El avatar y la

PROTOCOLOS Y LENGUAJES:

La aplicación web será utilizada mediante un programa navegador (Chrome, Firefox, Opera, Internet Explorer, Edge, ...) por lo que se usará el lenguaje de marcas HTML5.

El protocolo ideal será HTTPS (HTTP+SSL/TLS), aunque se podrá usar HTTP si el castigo en el posicionamiento en buscadores se considera adecuado al ahorro económico del alojamiento. Si se usa HTTP para administrar se hará con la restricción de seguridad de usar la parte administrativa desde un equipo conocido y en un entorno local controlado.

Dado que el blog permitirá la publicación de archivos, será necesario usar internamente los tipos MIME adecuados al tipo de archivo respondido. Este uso será transparente a todos los usuarios, administradores o anónimos.

El contenido completo del blog será obtenible mediante un único archivo XML.

No está previsto que se usen CGI's ni Applets.

El código de servidor activo se programará en el lenguaje PHP.

NOTIFICACIONES Y SMARTPHONES:

Estará disponible una app para Android que:

- Se podrá descargar opcionalmente por los suscriptores
- Se configurará con el correo electrónico del suscriptor
- Recibirá una notificación cada vez que se publique una nueva entrada
- Podrá visitar directamente la entrada a que se refiere desde la notificación
- Se actualizará automáticamente cada vez que se ejecute. No será, por tanto, necesario que esté publicada en la App Store.

No estará disponible una app para iPhone/IOS porque el perfil de los usuarios de este sistema no coincide con el de mis potenciales clientes.

SERVICIOS WEB:

Será necesaria la implementación de servicios web para que funcione adecuadamente la app Android y para usos automáticos de datos a través de javascript síncrono (HTTP REST/JSON).

VERIFICACIÓN DE ESTÁNDARES:

Se usará la validación W3C, disponiendo en el pie del blog de un enlace para invocar la validación.

PLATAFORMAS DE DESARROLLO:

Se descarta el uso del framework de PHP, SYMPHONY.

Asimismo se descarta el uso de NODE.js

No será necesaria la implementación de ningún componente Applet ni Servlet en lenguaje JAVA.

MULTIMEDIA:

Las entradas tienen un texto y, opcionalmente, una IMAGEN o un VIDEO o un ARCHIVO

IMAGEN:

Todas las imágenes serán de producción propia, sin usar bancos de imágenes. Solo se usaran imágenes con derechos de uso para reutilización siempre que no afecte a la distinción del diseño frente a otras páginas.

La imagen de la marquesina

Las imágenes se podrán publicar como IMAGEN

VIDEO:

Los videos tendrán una resolución

HD de 1280*720 pixeles, o

FULLHD de 1920*1080 pixeles

No será necesaria la resolución QHD de 2560*1440 ni la UHD de 3840*2160 pixeles, ya que estas resoluciones no aportan nada esencial a su visualización a través de grandes monitores de PC ni grandes smarttvs.

Los videos tendrán una relación de aspecto 16:9.

Los videos tendrán 30 fotogramas por segundo.

Los videos estarán comprimidos en .mp4.

Se podrán publicar como ARCHIVO y también se podrán publicar en Youtube y publicarse en el blog su dirección url como VIDEO.

AUDIO:

Los audios estarán comprimidos en .mp3. Se podrán publicar como ARCHIVO.

ANIMACIONES:

Se realizarán animaciones en flash o en javascript/canvas para amenizar la web.

Se realizarán gif animados para amenizar la web.

ICONOS:

Hay que generar un icono para la página web.

Se debe generar un icono escalable mediante un programa de edición de imágenes vectoriales, o en su defecto debe ser generable con cualquier resolución a partir de un lenguaje de descripción de imagen (trazado de rayos, ...)

En mi caso puedo reutilizar el icono de mi web principal.

Hay que generar un icono para el avatar de cada usuario administrador, para que aparezca en el encabezado de cada una de sus publicaciones.

En mi caso puedo utilizar una imagen de baja resolución de mi cara.

Se necesitan iconos para los botones de edición. Pueden usarse desde bancos de imágenes o generarse a medida.

En mi caso los generaré a medida con un programa de edición de imágenes vectoriales.

MÁRKETING EN REDES SOCIALES (RRSS), MÁRKETING DE ATRACCIÓN (INBOUND), MÁRKETING DE PERMISO y MÁRKETING DE NEGOCIOS (BUZZ):

Para que el blog corporativo se comporte como una red social (M.RRSS) corporativa:

1. El blog corporativo tiene que tener un sistema de suscripciones para M.PERMISO. Los suscriptores recibirán las nuevas entradas, que podrán ser publicidad de nuevos productos/servicios con enlaces (M.ATRACCIÓN) a páginas de aterrizaje (landing pages) para cada producto/servicio nuevo.
2. Las landing pages para cada producto/servicio implementarán una forma de recibir comentarios retroalimentados (feedback) que deberán ser analizados para proceder a la escucha activa del M.NEGOCIOS.
3. Cada entrada debe permitir muchos comentarios, incluso comentarios anónimos. Los comentarios anónimos deben ser auditados y moderados (no se publicarán inmediatamente, exigirán permiso del moderador).
El contenido feedback de estos comentarios deberá ser analizado para proceder a la escucha activa del M.BUZZ.

MÁRKETING DE CONTENIDOS Y SEO:

Para evitar el SEM (pagar para aparecer destacado en los buscadores, ...) se debe establecer una estrategia para que los contenidos consigan indexar adecuadamente en las primeras posiciones de los buscadores. Es deseable, pues, que los textos publicados sean relevantes al proceso productivo corporativo.

Es deseable que lo publicado en este blog contenga palabras clave por las que puedan buscar los usuarios de internet que estén interesados en mis productos/servicios.

MÁRKETING DE INFLUENCIA:

Para que las entradas del blog corporativo se distribuyan por internet será necesario que cada entrada tenga botones de compartición:

- Botón para compartir por correo electrónico
- Botón para compartir en FaceBook
- Botón para compartir en Twitter
- ...

ANALÍTICA WEB:

Se analizará mensualmente mediante Google Analytics

IDENTIDAD CORPORATIVA:

Es imprescindible la creación de un logotipo de diseño vectorial.

En mi caso usaré el logotipo que ya tengo diseñado. No es escalable pero es generable con cualquier resolución mediante Trazado de Rayos (raytracing), que para los efectos tiene el mismo comportamiento de no pixelar.

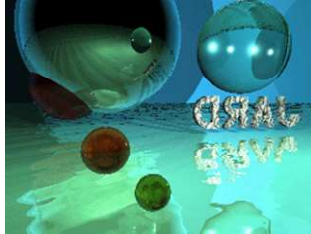


Ilustración 1 - LOGOTIPO

A partir de este logotipo se generan:

- El icono de la página modelo del sitio
- La imagen de la tarjeta de visita



Ilustración 2 - TARJETA DE VISITA

- La imagen del rótulo del negocio que tengo puesto en la calle.
- La imagen de marquesina o cabecera del sitio, que es la misma que la imagen de la tarjeta de visita.

Los colores y tipografías ya están incluidos en el diseño de la imagen de marquesina.

La tarjeta de visita la he generado coincidiendo con la imagen