

JAVIER SAGEDA

AGENCIA DE DISEÑO



TE AYUDAMOS A
PLASMAR LA ESENCIA
DE TU MARCA

¡BIENVENIDOS A MI AGENCIA DE DISEÑO!

SOBRE MÍ



¡Hola! Soy Javier, diseñador, soñador y amante de los retos. Desde hace años ayudo a emprendedores a elevar sus marcas y hacer crecer sus negocios a través de un diseño web personalizado y sincero.

Con años de experiencia trabajando en la industria, me encanta utilizar mis habilidades para ayudar a construir los hermosos sueños de otros profesionales y empoderarlos.

A través de nuestro trabajo conjunto, crearemos una web que cuente tu historia, atraiga a tus clientes potenciales y deje una impresión duradera.

¿SABES LO QUE DEBE
TENER TU WEB PARA
NO SER UNA MÁS DEL
MONTÓN?

¡ECHA UN VISTAZO!

En esta checklist te contaré los elementos clave que me funcionan a mí, a mis clientes para que la página web genere resultados en visibilidad y ventas.

Hay 9 elementos que debes de tener en cuenta para que tu web sea estratégica.

¿Qué quiere decir estratégica?

← CHECKLIST

Atrae visitas y las convierte en suscriptores

Atrae futuros clientes

Genera una relación especial con tu cliente ideal

Logra que tu audiencia tenga una experiencia inolvidable con tu página

Logra que tu audiencia regrese a la web

Te posiciona como marca premium

¿A QUÉ TIPO DE PÚBLICO DIRIJO MIS SERVICIOS?



Esto es muy importante, tanto que las páginas más vistas son la Home, la página de Sobre mí/nosotros y la de Servicios.

Tu futuro cliente quiere saber de ti y hacerse una idea clara de qué le puedes aportar.

Así que debes dejar muy claro:

- A quién quieres ayudar
- Qué problema le vas a solucionar
- Darle una pincelada de cómo lo harás resolviendo algunas de sus dudas en estas páginas imprescindibles.

También debes de tener en cuenta la importancia de que tus usuarios te perciban como un experto en tu sector. Debes de trabajar tu mensaje y tu identidad visual, para que proyecten una imagen concreta de ti y de tu negocio.

LA IDENTIDAD DE TU MARCA NO ES SÓLO TU LOGO

Ya sabes que “una imagen vale más que mil palabras”.

Define tus colores corporativos, con 2 es suficiente, como mucho 3

Elige una tipografía alineada al resto de elementos.

Usa siempre el mismo tono de voz, depende de qué servicio vendas a vender puede ser un tono serio o quizá deba ser más cercano o desenfadado.

El objetivo de todo esto es conseguir que cuando alguien llegue a tu web le impactes de manera positiva. Solo tienes unos segundos para convencerle y que no abandone a la mínima de cambio.

Por la vista se transmiten emociones y sensaciones, no puedes dejar pasar la oportunidad de transmitir autoridad, tanto en tu imagen como en tus mensajes. Esto es lo que marcará la diferencia frente a tu competencia

COPY

ELEMENTOS PRINCIPALES QUE HARÁN QUE TU WEB ESTRATÉGICA VENDA TUS SERVICIOS

O lo que es lo mismo, textos claros que proyecten lo que haces y el mayor beneficio que va a conseguir tu cliente o tu suscriptor.

La mayoría de mis clientes me dice: “Vale, ya tengo mi web. Ahora ¿Qué pongo en los textos?” ¿Te has preguntado lo mismo? De hecho, es el mayor de los errores que veo cuando hago auditorías de páginas web y redes sociales.

No hay claridad en los textos al decir de qué trata la web que estoy viendo. Y además la mayoría de las webs siempre dicen lo mismo:

“Tenemos la solución a tus problemas”

“Somos los mejores en el mercado”

“Superamos tus expectativas”

“Con nosotros lograrás tus objetivos

”“Tenemos los mejores precios en el mercado”

¿Cómo tener copy claro? Trabaja en tu Mensaje de Marketing.

BLOG

La pregunta del millón cuando inicio el programa de asesoramiento en marketing digital con mis clientes es:

“Javier, ¿debería tener un blog? ¿Es indispensable? Yo veo que muchas marcas no lo hacen”.

Mi respuesta siempre será “SI”.

Y después de contarles todos los beneficios que tiene un blog, es más clara mi respuesta. Tener un blog es un medio que te va a servir para posicionarte como experto, vas a permitir que te conozcan más.

Compartiendo contenido que sea relevante para solucionar problemas o dar conocer cosas que a tu cliente le interese, harás que más visitantes lleguen a tu web.

FOTOS O VIDEOS DE CALIDAD

Pero no cualquier foto o cualquier vídeo, material tuyo, con fotos tuyas, de tus productos o servicios.

De preferencia tomadas por un fotógrafo profesional para que tu página tenga posicionamiento premium. Además de que esto es una estrategia digital, el videomarketing, también aumenta la confiabilidad de las personas en tu marca.

Debe ser tu prioridad agregar fotos o vídeos en tu web para volverla estratégica.

REGALO

Dar es mejor que recibir. Es uno de mis mantras. Aunque algunos comentan que los dos son igual de importantes, en lo personal considero que dar regalos es mucho mejor que recibirlos. ¿Recuerdas lo feliz que te sientes cuando alguien te da un regalo? Ahora imagina que la persona que visita tu web descubre que puede descargar algo que le aporte valor a su vida, sin necesidad de pagar por él.

Este regalo es conocido como un lead magnet, en el mundo digital, la persona te deja sus datos: nombre, e mail a cambio de poder descargarse el regalo. Así tú tendrás su email y podrás continuar una relación con esa persona. Esto mejora la experiencia de usuario del visitante en tu web.

TESTIMONIOS O CASOS DE ÉXITO

Si eres una marca que está empezando o que estás trabajando en posicionarte para generar credibilidad, es decir, que tu cliente ideal confíe en ti, entonces es indispensable que tengas casos de éxito de tu producto o servicio.

Los testimonios pueden ser en:

Reseñas

Buenos comentarios

Ratings

Palabras o vídeos de personas que comprueben que eres una marca confiable

Si aún no tienes nada de esto, entonces regala tu producto o servicio a 3 ó 5 personas a cambio de una reseña y así otros se animarán a comprar.

SOBRE MÍ

La sección “Sobre mí” o “Sobre nosotros” no puede faltar en tu web.

Y la forma de hacerla estratégica es enganando a tus lectores con la información que compartes incluyendo:

Tu biografía

El porqué de tu negocio

Tu experiencia generar empatía contigo

Esta es la sección de tu web, donde mostrarás tu lado más personal. Porque la gente es atraída por la gente y quieren saber quién hay detrás de tu marca.

LINKS A TUS REDES SOCIALES

¿Por qué es estratégico poner links de tus redes sociales?

No es porque quieres aumentar de seguidores o fans, más bien es para asegurarte que continúen la experiencia contigo al ver lo que compartes en tus redes sociales.

También es así cómo puedes mostrar tu lado más personal o noticias del día a día que están sucediendo en tu negocio y que en la web no puedes compartir inmediatamente.

LINKS ADICIONALES

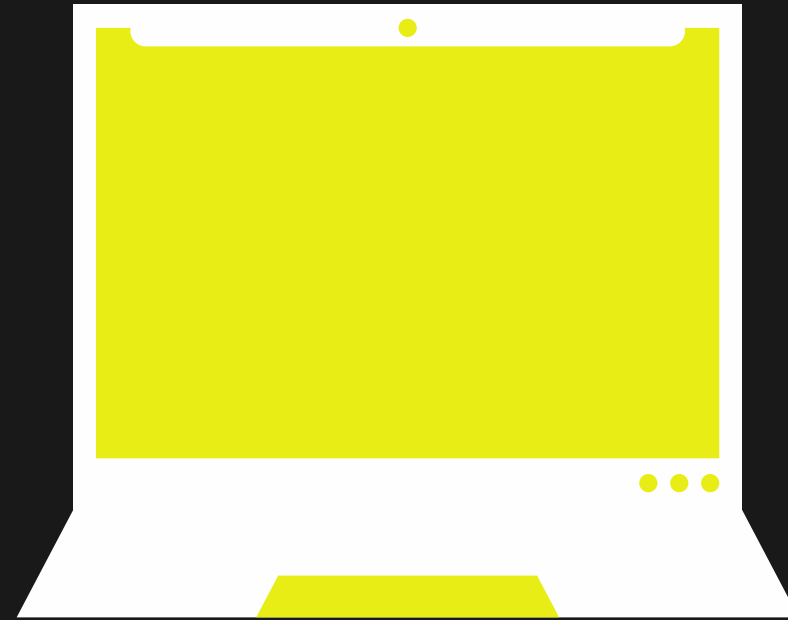
Este consejo es opcional, más no indispensable. Agregar links de otras webs o de otros blogs en artículos de tu propio blog es bueno porque llevas tráfico de otras marcas y así, ellos pueden hacer lo mismo contigo.

Es un tipo de colaboración que genera un ganar-ganar en visibilidad. Además, así ampliarás tu red de contactos en el mundo digital y eso siempre es bueno.

OFRECER SERVICIOS O PRODUCTOS

Tal vez estés pensando: “Javier, pero esto es demasiado obvio”. Claro

Pero recuerda que al iniciar un asesoramiento en marketing digital hago una auditoría de webs y blogs, por lo tanto, te sorprendería que hay páginas que no dicen claramente cuáles son los servicios que ofrecen, no hay una sección de “Servicios”. Y en el caso de las páginas que ofrecen productos, no hay una e-commerce establecida o no es visible los productos que encontrarán en el local. Tal cual.



ESTOS PEQUEÑOS CONSEJOS SON SOLO EL PRIMER PASO PARA RENOVAR TU WEB.

ATRÉVETE YA A CREAR UNA WEB ESTRATÉGICA QUE TE AYUDE A VENDER TUS PRODUCTOS O SERVICIOS.

YA SABES QUE ESTAREMOS ENCANTADOS EN GUIARTE
CON NUESTRA EXPERIENCIA E INTUICIÓN A CAMBIAR TU
WEB PARA QUE SEA RENTABLE PARA TU NEGOCIO.

¿TE ATREVES?

¡TE ESPERAMOS!

