

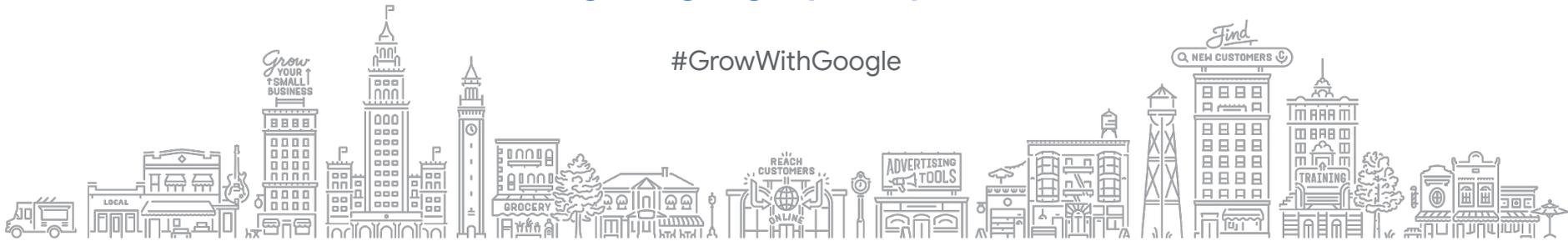
Grow with Google



Como hacer que tu sitio web trabaje para ti

grow.google/pasoapaso

#GrowWithGoogle



Grow with **Google**

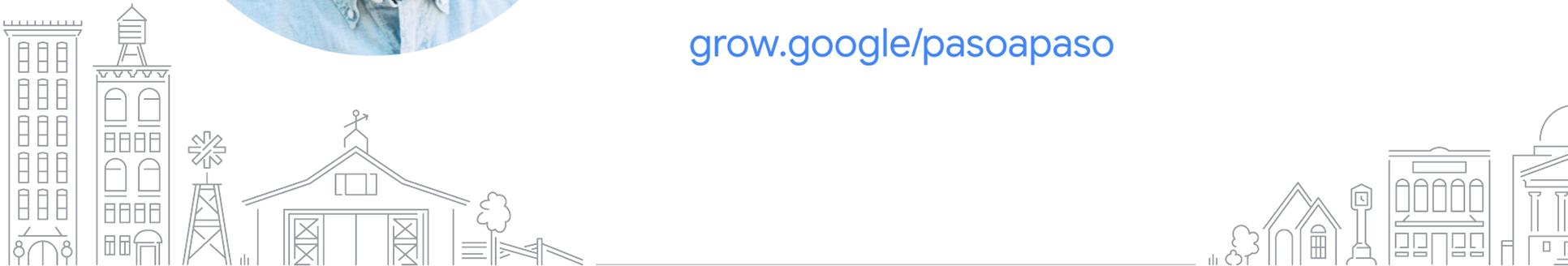


Que tal, soy Israel Serna!

 [linkedin.com/in/israelserna](https://www.linkedin.com/in/israelserna)

 hola@israelserna.com

grow.google/pasoapaso



Hoy

más que nunca, las pequeñas empresas están utilizando el internet para conectarse con sus clientes e impulsar las ventas.



¿POR QUÉ QUIERES UN SITIO WEB?



Desarrollar la marca



Volver a involucrar a los clientes



Generar clientes potenciales



Atraer empleados



Hacer ventas



Brindar apoyo

Encuesta.



¿QUÉ ES EL DISEÑO WEB?

Gráficos



Funcionalidad

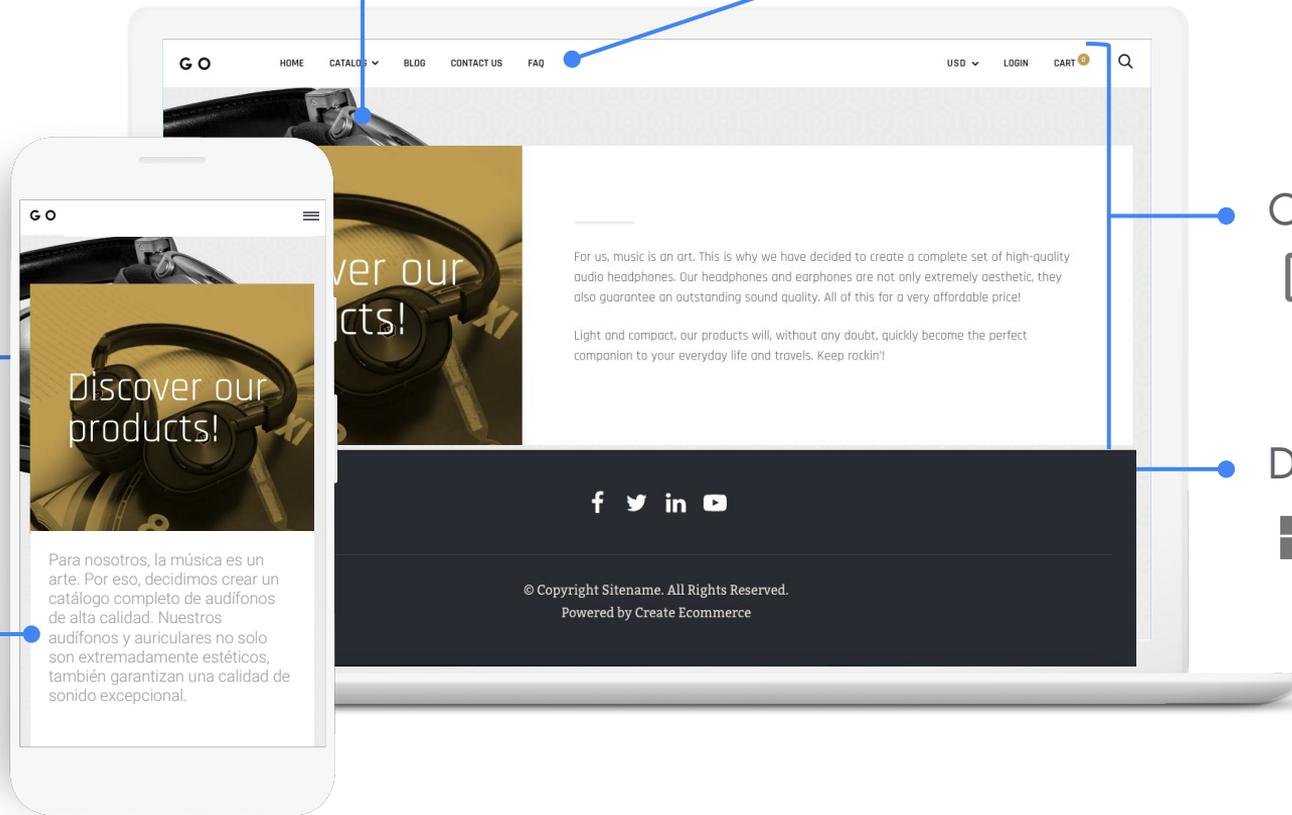


Colores



Fuentes

AaBbCc



Contenido



Diseño

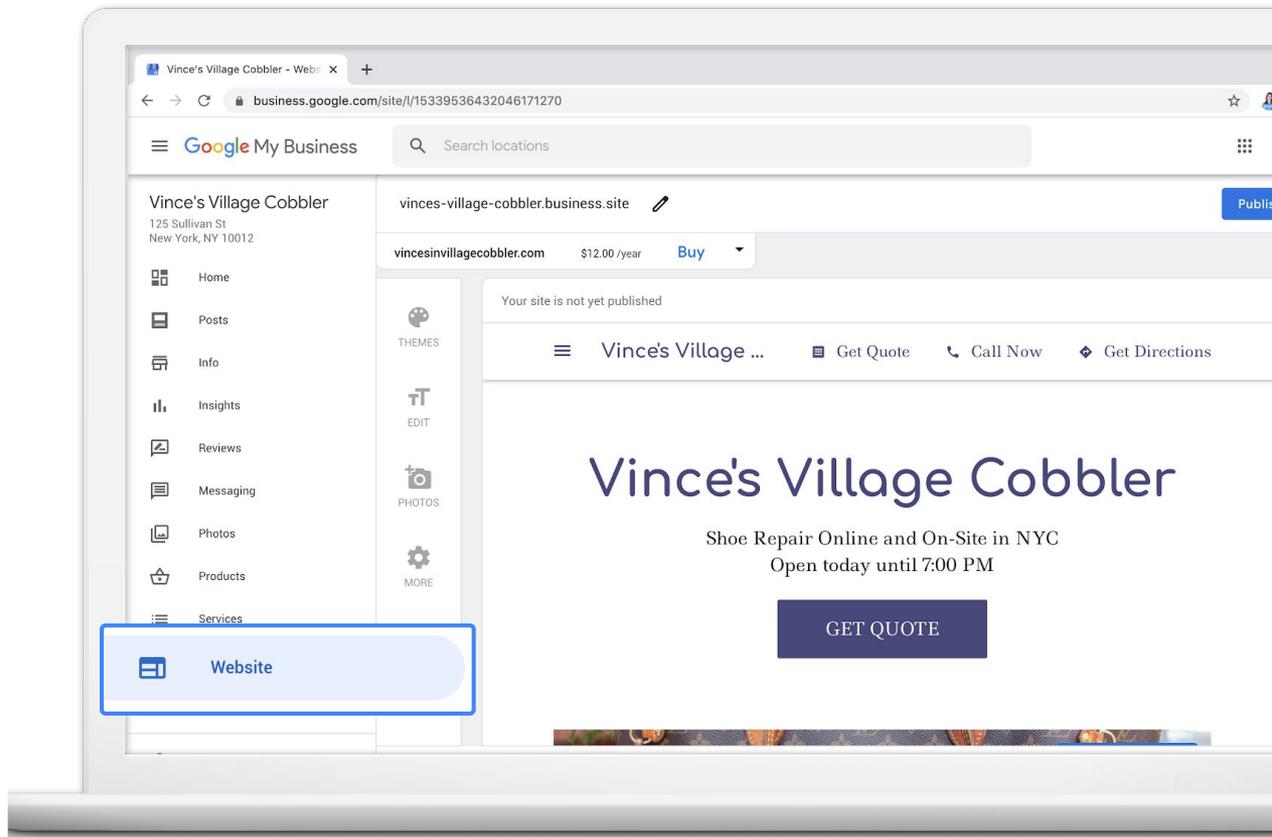


CONSEJOS AL SELECCIONAR UN DOMINIO

- Utilizar el .com
- Utilizar palabras claves
- Que sea memorable, corto y fácil de pronunciar

Consejo rápido:

Use el dominio incluido o registre un nuevo custom dominio.



PLATAFORMAS Y CONSEJOS AL SELECCIONAR UNA PLATAFORMA

Sistema de gestión de contenidos

- WordPress
- Squarespace
- Joomla
- Google Sites

Alojamiento Web

- GoDaddy
- HostGator
- NetworkSolutions
- BlueHost

Comercio en línea:

- Shopify
- WooCommerce
- Wix
- BigCommerce

Consejos al seleccionar un dominio

- Utilizar el .com
- Utilizar palabras claves
- Que sea memorable, corto y fácil de pronunciar

AGENDA



Objetivos de un sitio web
¿Cómo te ayudará tu sitio a hacer crecer tu negocio?



Organización de un sitio web
¿Tu sitio es fácil de navegar?



Crear contenido útil
¿Tu sitio web tiene contenido útil?



Funcionalidad de un sitio web
¿Tu sitio web hace cosas útiles?



Experiencia de un sitio web
¿Es fácil usar tu sitio en todos los dispositivos?



Búsqueda amigable
¿Pueden los motores de búsqueda encontrar tu sitio?

Objetivos de un sitio web



¿CUÁL ES TU AUDIENCIA OBJETIVO?

Intenta entender a tus clientes.

- Cómo actúan
- Cómo piensan
- Cómo viven

Cliente ideal:

- Papas entre 25 a 40 años
- En Coachella Valley
- Con hijos en equipos de deporte

Esto es útil para lo siguiente:

- Definir con claridad a tu audiencia
- Ver el mundo desde su punto de vista
- Entender sus emociones, motivaciones y deseos.

¿CÓMO MEDIRÁS EL ÉXITO?

- Sigue las ventas en línea
- Recopila formularios enviados
- Monitorea llamadas telefónicas
- Mide las interacciones

Piensa en tu sitio web actual o futuro. ¿Qué quieres que logre?

Se específico

Se realista

¿Cómo puedes seguir y medir el éxito?

GOOGLE ANALYTICS

Usa [Google Analytics](#) para aprender cómo las personas interactúan con tu sitio web.

Consejo rápido:

Configura [Google Analytics](#)
[g.co/analytics](#)



Aprende cuáles son los términos y las fuentes de búsqueda que impulsan el tráfico



Consulta la información demográfica de tus clientes más rentables



Aprende cuál es el contenido que más le interesa a tu audiencia



Evalúa cuáles son los canales que impulsan la mayor cantidad de conversiones

GOOGLE ANALYTICS

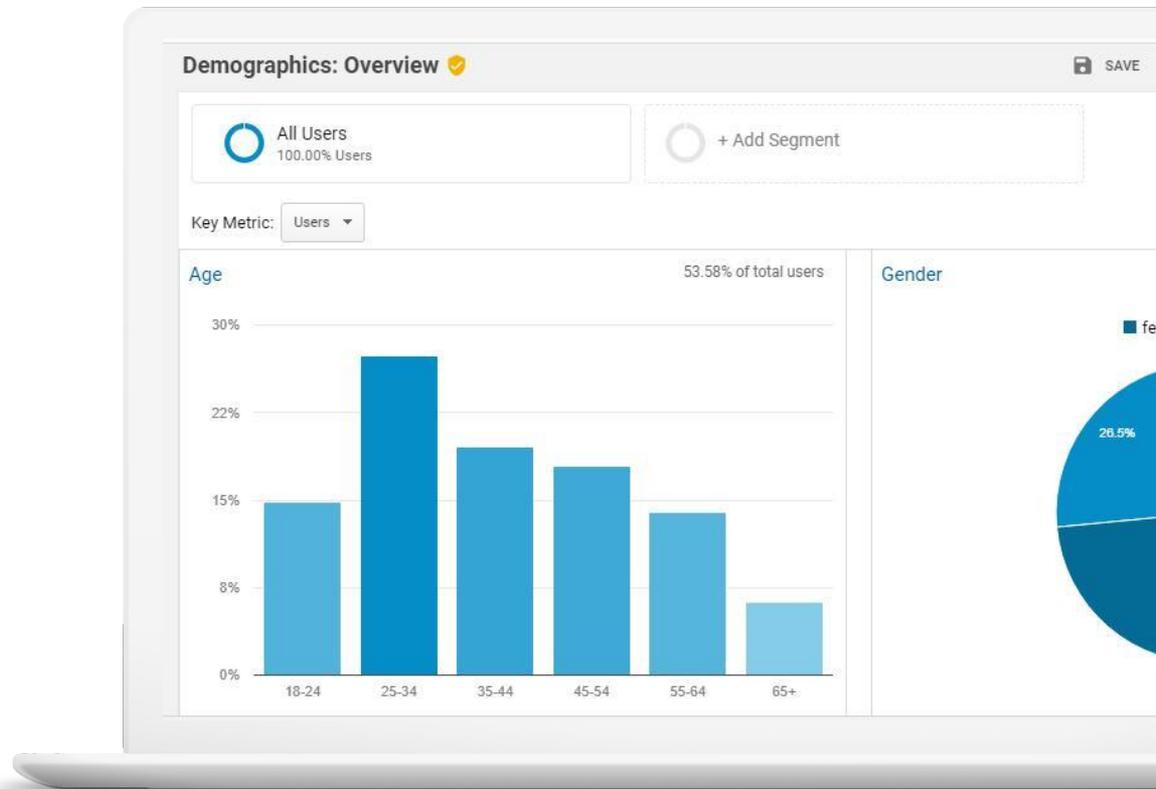
¿Cuál es tu audiencia objetivo?

Informes demográficos



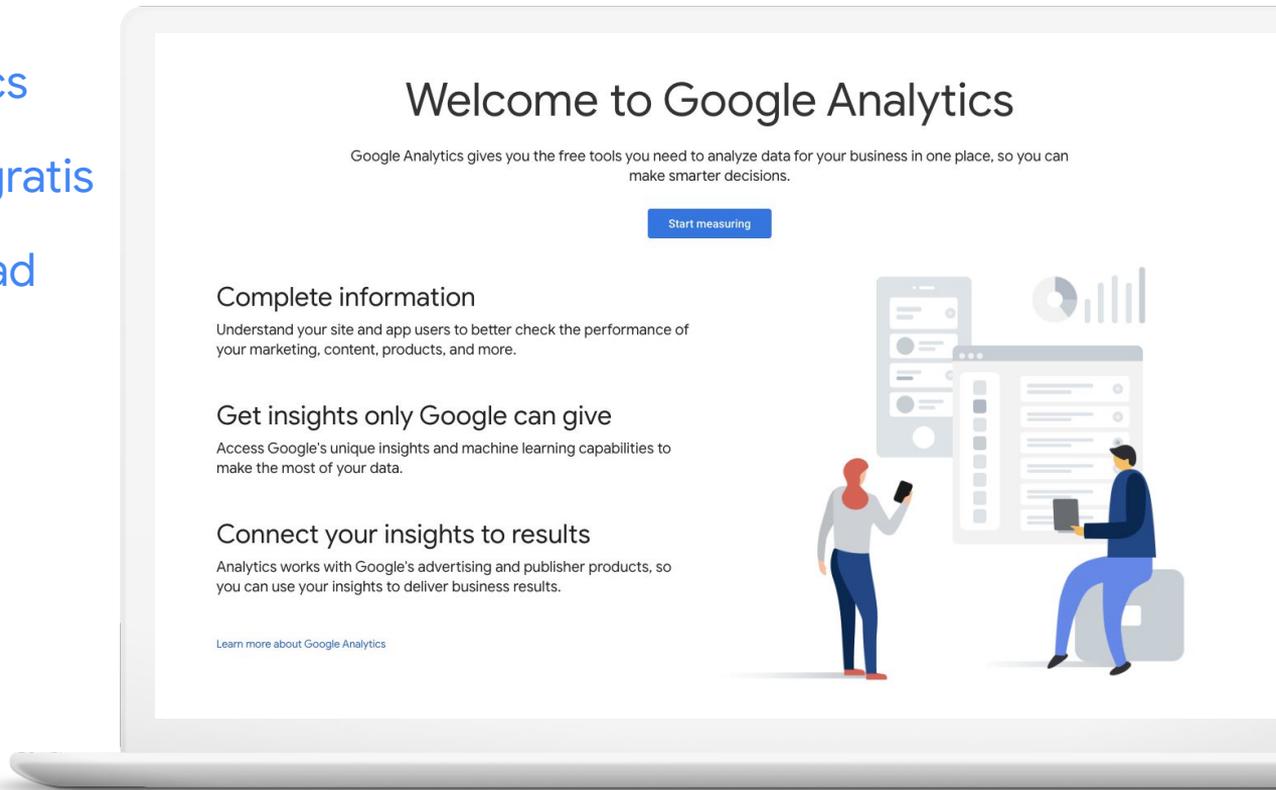
Consejo rápido:

El 14 de octubre de 2020 se lanzó una nueva versión de Google Analytics. Esta captura de pantalla muestra un informe de la versión anterior.



COMO COMENZAR CON GOOGLE ANALYTICS

- Ingresa en g.co/analytics
- Haz clic en [Comenzar gratis](#)
- Configura una [propiedad de sitio web](#)
- Sigue las instrucciones, [agrega un código de seguimiento](#) a tu sitio



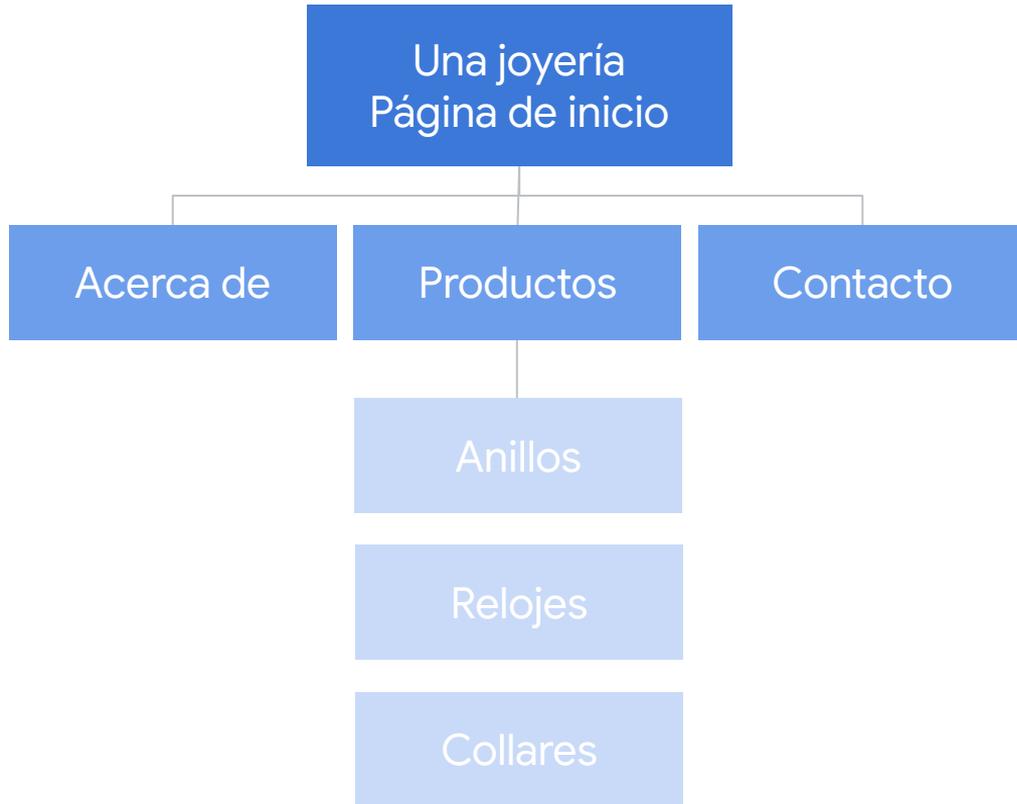
La organización de un gran sitio web



COMIENZA CON UN PLAN

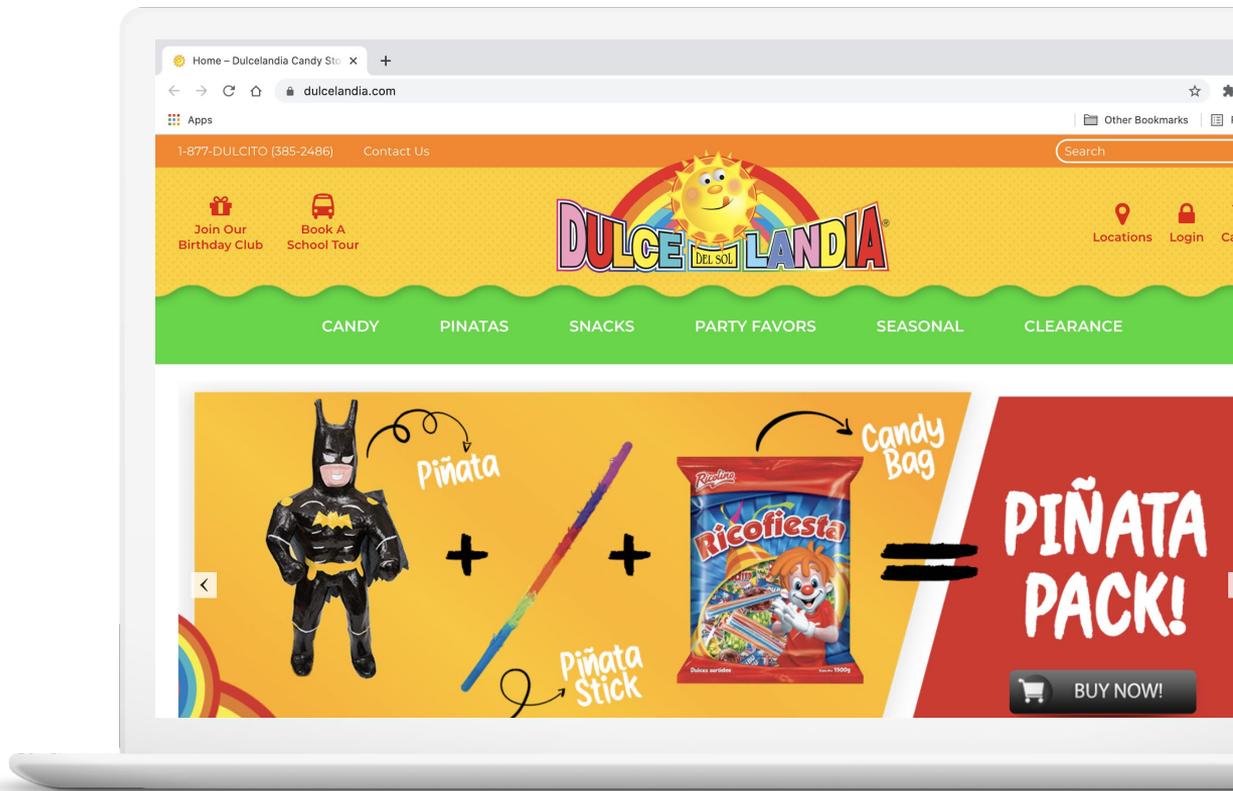
¿Qué es la «Arquitectura de información» o AI?

Es una manera de organizar la información de tu sitio web para lograr objetivos comerciales.



CONSEJOS PARA ORGANIZAR TU SITIO WEB

- Usa nombres y etiquetas cortos y descriptivos.
- Mantén la información más importante en la navegación principal.
- Ten en cuenta a los visitantes del sitio.
¿Dónde y cómo buscarán información?



Cómo crear contenido útil para un gran sitio web



¿QUÉ ES CONTENIDO ÚTIL?



Texto

Usa titulares y viñetas



Imágenes

Agrega una galería de imágenes



Videos

Agrega videos instructivos

Intenta entender a los clientes

- Publica contenido útil y original
- Usa AI para mantener la organización
- Usa nombres y etiquetas cortos y descriptivos
- Haz que el contenido sea visible en los motores de búsqueda

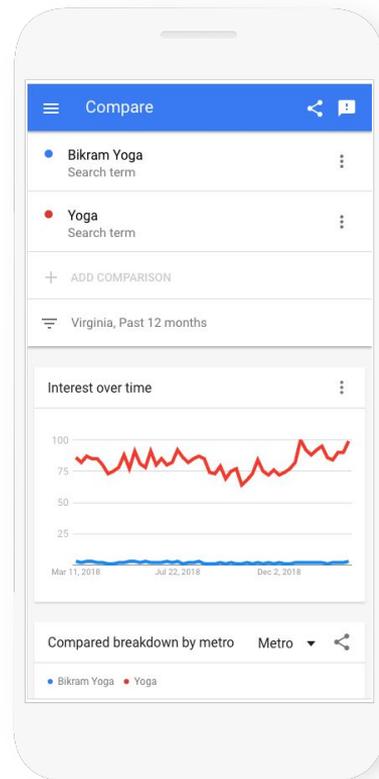
GOOGLE TRENDS

- Compara el volumen de consultas de búsqueda a lo largo del tiempo
- Incorpora palabras clave relevantes en el contenido de tu sitio web para conectarse con las personas que realizan búsquedas
- Monitorea la popularidad de la marca

Consejo rápido:

Encuentra términos de búsqueda populares en Google.

[g.co/trends](https://www.google.com/trends)



La funcionalidad de un gran sitio web



¿QUÉ SIGNIFICA «FUNCIONALIDAD»?

Funcionalidad: lo que puede hacer tu sitio web



Búsqueda de sitio



Tienda en línea



Formularios en línea



Herramientas en línea

¿DE QUÉ MANERA PUEDE AYUDAR TU SITIO WEB?

Escenario n.º 1

Eres dueño de un negocio de reparación de zapatos. La gente llama por teléfono o visita la tienda para pedir presupuestos



Crea un formulario en línea para que las personas puedan solicitar un presupuesto desde tu sitio web.

Escenario n.º 2

Eres dueño de una cafetería. Mucha gente llaman y consultan por el menú y las entregas a domicilio.

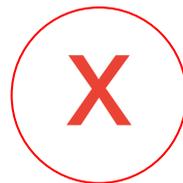


Publica una página web que responda a las preguntas más frecuentes.

QUÉ HACER Y QUÉ NO HACER CON RESPECTO A LA FUNCIONALIDAD



- Agrega una funcionalidad útil
- Crea formularios breves
- Facilita el proceso para finalizar una compra



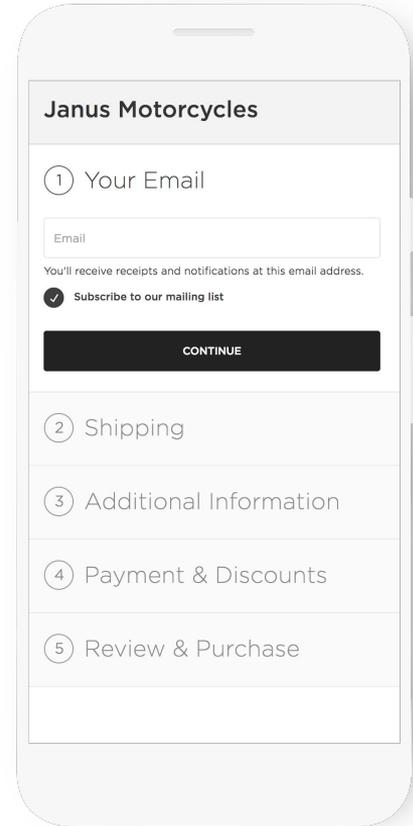
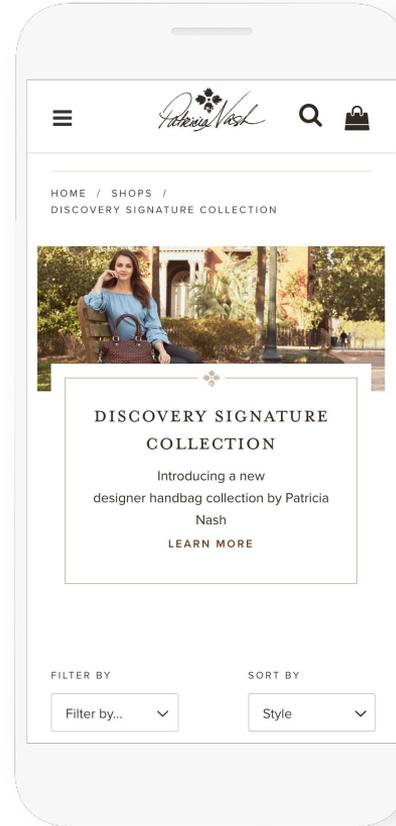
- Evita los mensajes emergentes automáticos
- No reproduzcas videos con sonido automáticamente
- Nunca sacrifiques la experiencia del usuario en favor del diseño

La experiencia que ofrece un gran sitio web



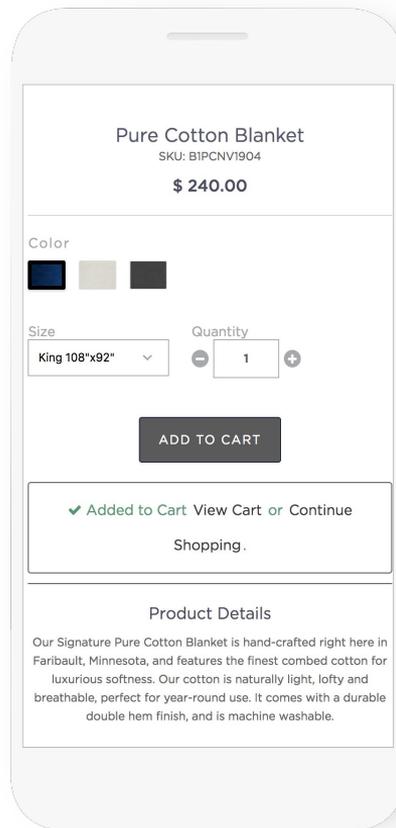
CONSEJO 1: NAVEGACIÓN

- Resaltar elementos seleccionados
- Deja mucho espacio libre para que los usuarios hagan clic
- Verifica que las llamadas a la acción funcionen



CONSEJO 2: COMPRAS

- Ayuda a los usuarios a volver atrás o seguir con sus compras luego de una pausa
- Recomienda productos similares



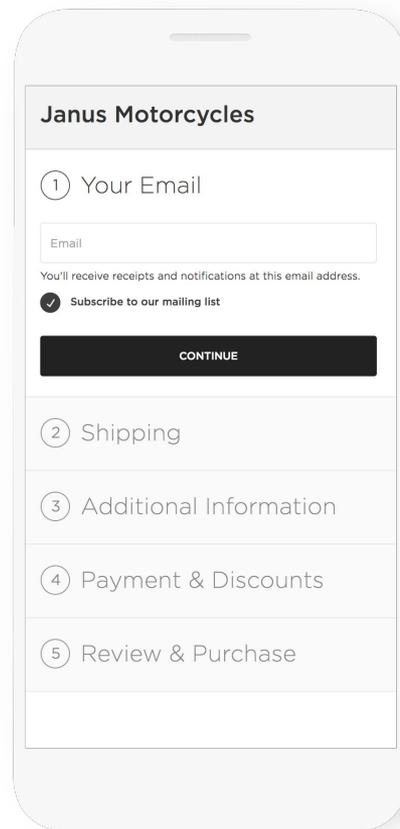
CONSEJO 3: FINALIZAR COMPRA

- Reduce los pasos para finalizar una compra
- Muéstrales a los visitantes su progreso
- Ofrece la opción de finalizar pagos como invitado
- Habilita las billeteras digitales

Consejo rápido:

Para obtener consejos personalizados para mejorar la experiencia en tu tienda virtual, consulta

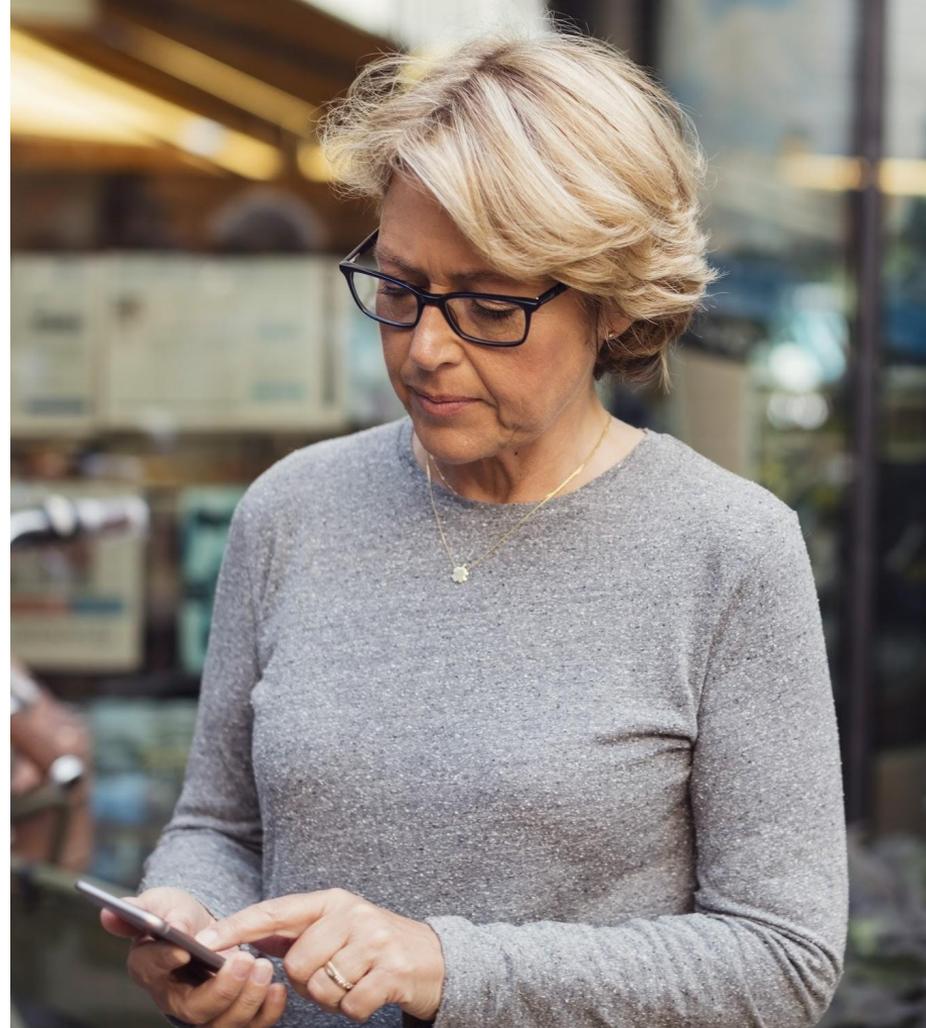
g.co/growmystore



El 46 %

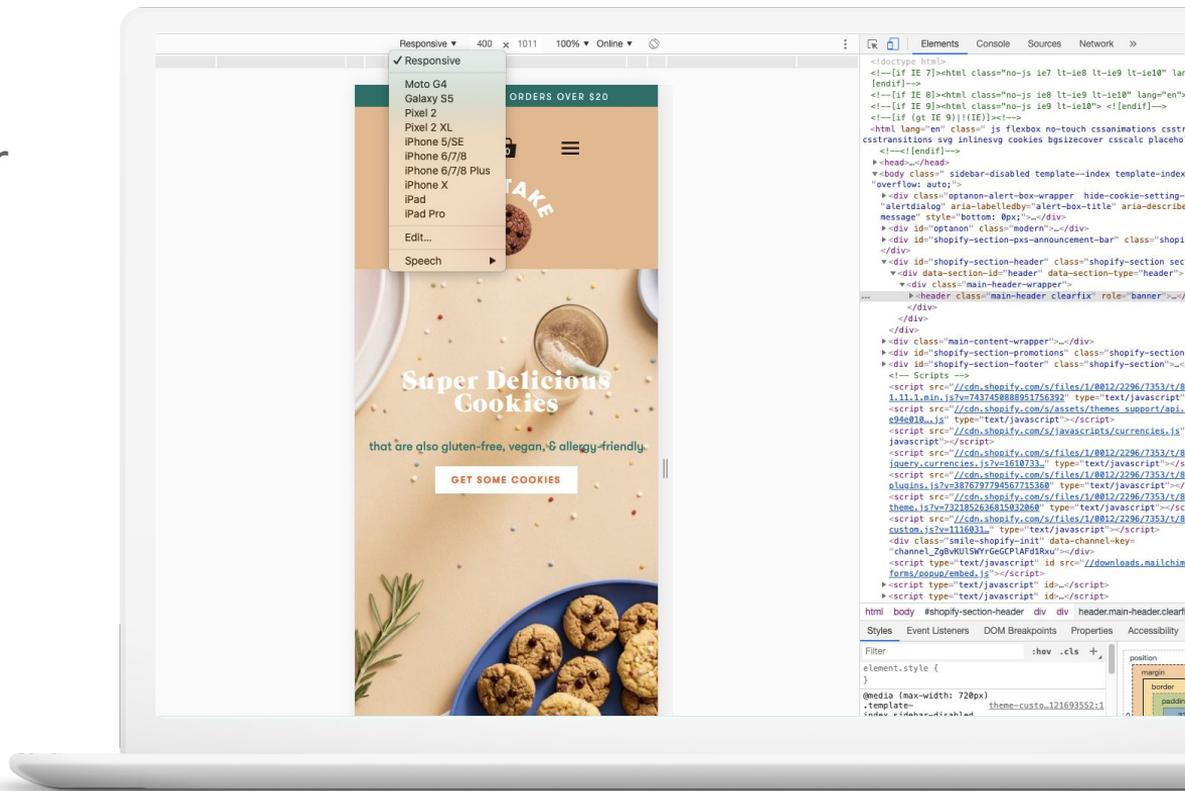
de las personas dicen que dejarían de comprarle a una marca si tuvieran una experiencia móvil interrumpida.

Fuente: Google/Purchased, EE. UU., «How Brand Experiences Inspire Consumer Action» (Cómo la experiencia de la marca inspira las acciones del consumidor), n = 2010 propietarios estadounidenses de teléfonos inteligentes mayores de 18 años, experiencias de marca = 17 726, abril de 2017



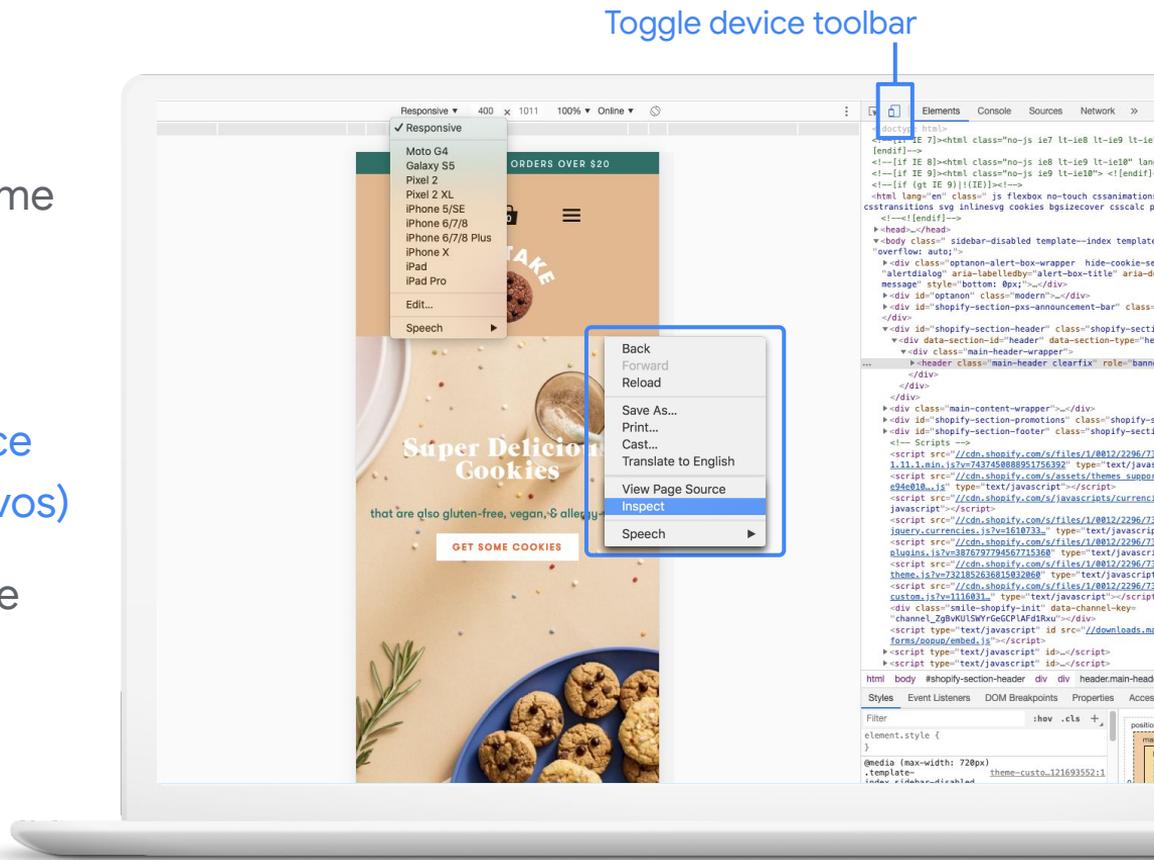
DISEÑO RECEPTIVO

Utiliza la herramienta
Chrome Inspector para probar
la compatibilidad
de tu sitio web con todos
los dispositivos.



TIP: EXPLORA CHROME INSPECTOR

- Visita [tu sitio web](#) desde una ventana del navegador de Chrome
- Haz clic derecho y selecciona [Inspeccionar](#)
- Haz clic en el icono [Toggle device toolbar](#) (simulación de dispositivos)
- Elige el tipo de dispositivo desde el menú desplegable [receptivo](#).
- Mira tu sitio web desde los diferentes tipos de dispositivos



Como aparecer en el motor de búsquedas



75 %

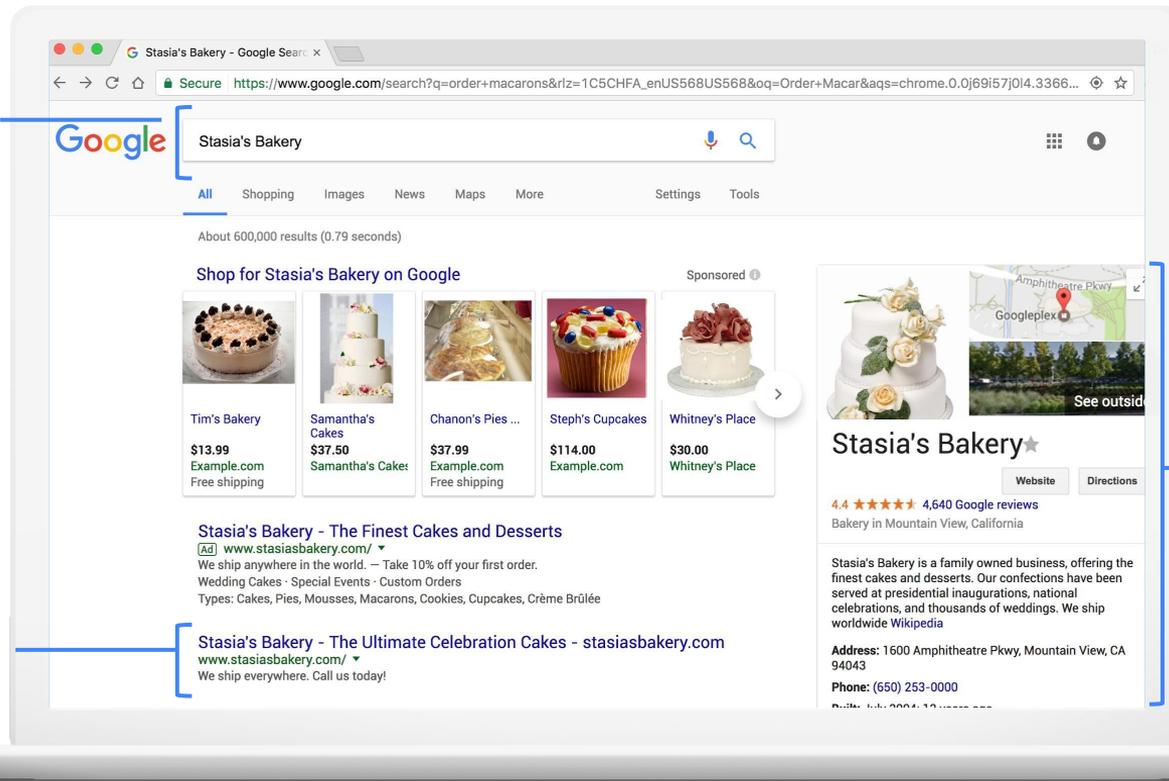
de los usuarios de teléfonos inteligentes buscan sus necesidades inmediatas primero en sus teléfonos.

Fuente: SOASTA, How Consumers Solve Their Needs in the Moment, (Cómo satisfacen sus necesidades inmediatas los consumidores). Mayo de 2016.



CÓMO APARECEN LOS RESULTADOS DE BÚSQUEDA

Consulta de búsqueda



Resultados orgánicos

Perfil empresarial de Google

DETRÁS DE ESCENA: CÓMO FUNCIONA GOOGLE

1

Los exploradores web encuentran páginas nuevas y las agregan al índice de Google.

2

Cuando haces una búsqueda, el algoritmo de Google busca información en su índice.

3

Google utiliza más de 200 señales para encontrar el contenido más relevante.

4

Los resultados de Google Search se clasifican en orden de relevancia.

Fuente: SOASTA, How Consumers Solve Their Needs in the Moment, (Cómo satisfacen sus necesidades inmediatas los consumidores). Mayo de 2016.

OPTIMIZACIÓN DEL MOTOR DE BÚSQUEDA



Carga rápida

Prueba la velocidad de tu sitio web:
g.co/testmysite



Contenido útil

Publica contenido interesante para quienes visitan el sitio



Enlaces de texto

Vincula el contenido con las páginas de tu sitio

OPTIMIZACIÓN DEL MOTOR DE BÚSQUEDA



Títulos y descripciones de las páginas

Incluye las palabras clave que tu audiencia objetiva podría buscar



Arquitectura de la información

Crea un sitio web organizado que Google pueda ver y entender



Todos los navegadores y dispositivos

Diseña una experiencia de usuario que funcione en todos los dispositivos

GOOGLE SEARCH CONSOLE

Utiliza [Google Search Console](#) para controlar, conservar y resolver los problemas relacionados con la presencia de tu sitio web en los resultados de Google Search.

Consejo rápido:

Configura Google Search Console
g.co/searchconsole



Verifica que Google pueda encontrar y explorar tu sitio.



Solicita la **indexación** del contenido nuevo o actualizado del sitio.



Consulta los datos de tráfico de Google Search de tu sitio.



Recibe alertas por correo electrónico cuando Google experimente problemas.

FUNCIONES DE SEARCH CONSOLE

El informe de rendimiento muestra cómo se desempeña tu sitio web en Google Search.

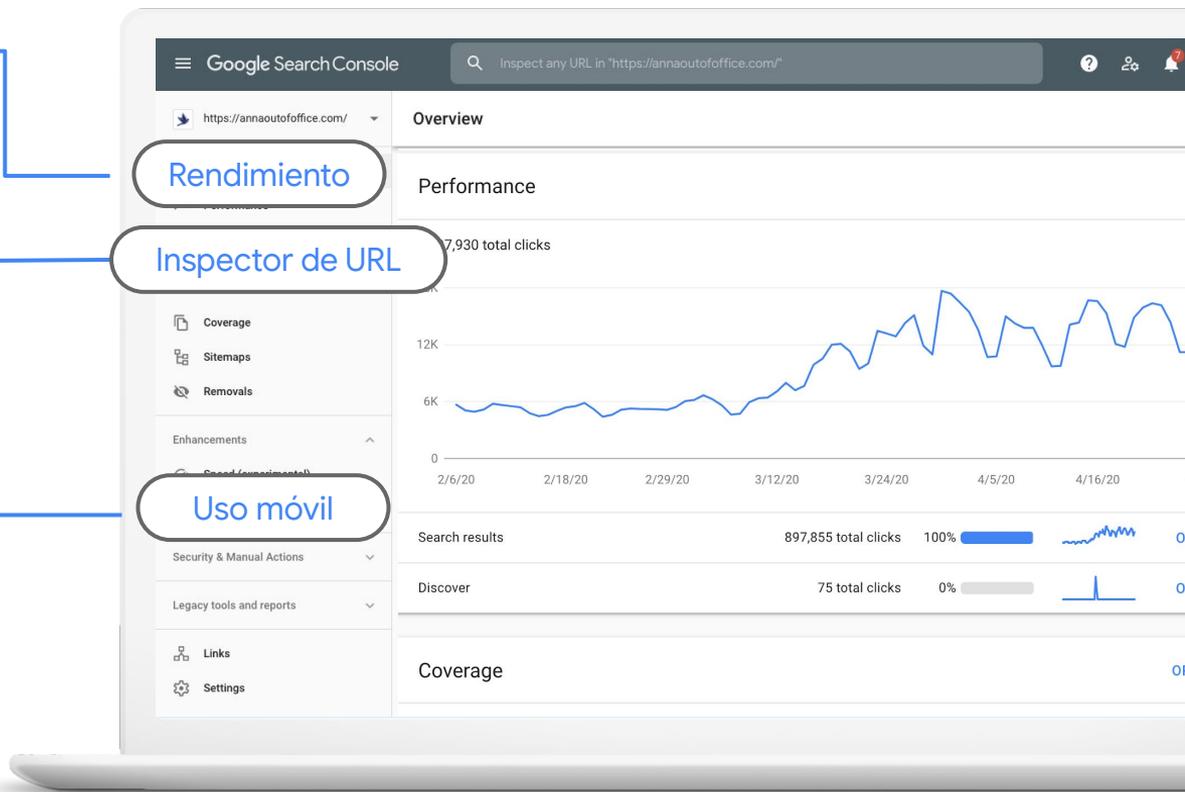
Rendimiento

Utiliza el inspector de URL para verificar una página de tu sitio y saber cómo la ve Google.

Inspector de URL

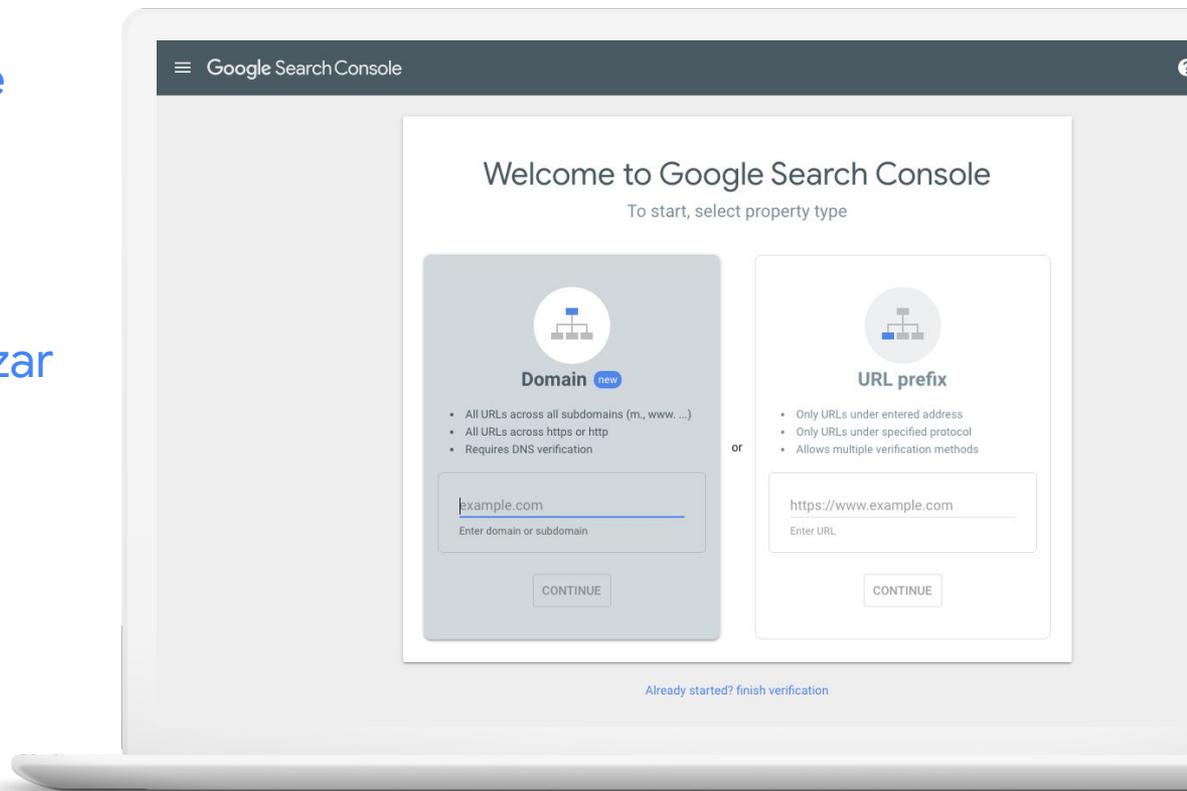
El uso móvil identifica las páginas que presentan problemas de compatibilidad con este tipo de dispositivos.

Uso móvil



REGÍSTRATE EN SEARCH CONSOLE

- Visita g.co/searchconsole
- Agrega un [sitio web como propiedad](#)
- Indícale a Google qué páginas explorar al [actualizar el mapa de tu sitio](#)



¿CÓMO FUNCIONAN EN CONJUNTO?



Próximos pasos



SIGUIENTES PASOS

- Haz una lista de objetivos
- Selecciona un diseño intuitivo
- Planifica la arquitectura de la información

- Genera contenido útil
- Agrega una funcionalidad útil
- Sé compatible con los motores de búsqueda

Recursos



PLATAFORMAS Y CONSEJOS AL SELECCIONAR UNA PLATAFORMA

Sistema de gestión de contenidos

- WordPress
- Squarespace
- Joomla
- Google Sites

Alojamiento Web

- GoDaddy
- HostGator
- NetworkSolutions
- BlueHost

Comercio en línea:

- Shopify
- WooCommerce
- Wix
- BigCommerce

Consejos al seleccionar un dominio

- Utilizar el .com
- Utilizar palabras claves
- Que sea memorable, corto y fácil de pronunciar

CAPACITACIÓN Y HERRAMIENTAS GRATUITAS EN LÍNEA EN GOOGLE.COM/GROW

Para maestros y estudiantes

Aplica las herramientas digitales en el aula

Para empresas locales

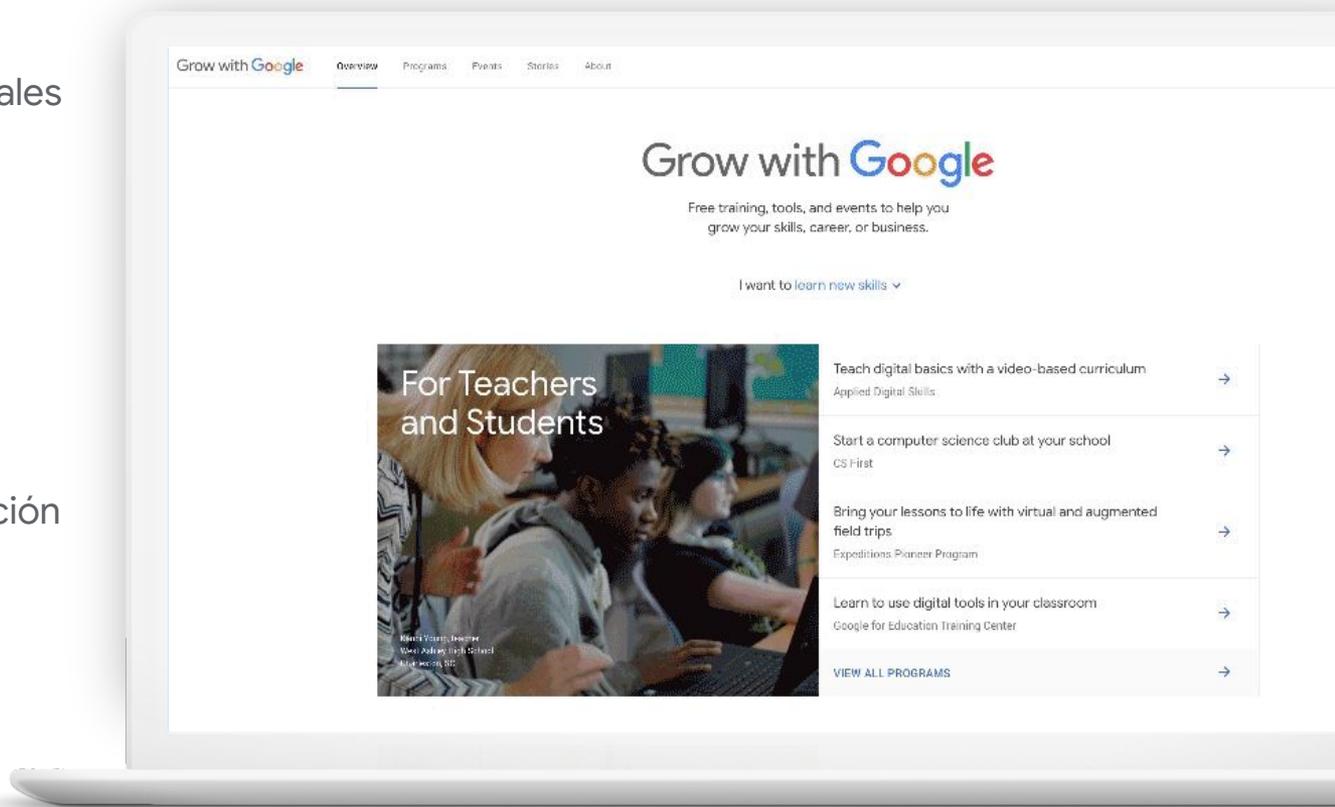
Ayuda a los clientes nuevos a encontrarte en línea

Para personas que buscan trabajo

Mejora tu carta de presentación con una nueva certificación

Para desarrolladores

Aprende a codificar o lleva tus habilidades a otro nivel



Grow with Google

Gracias

#GrowWithGoogle



Grow with **Google**

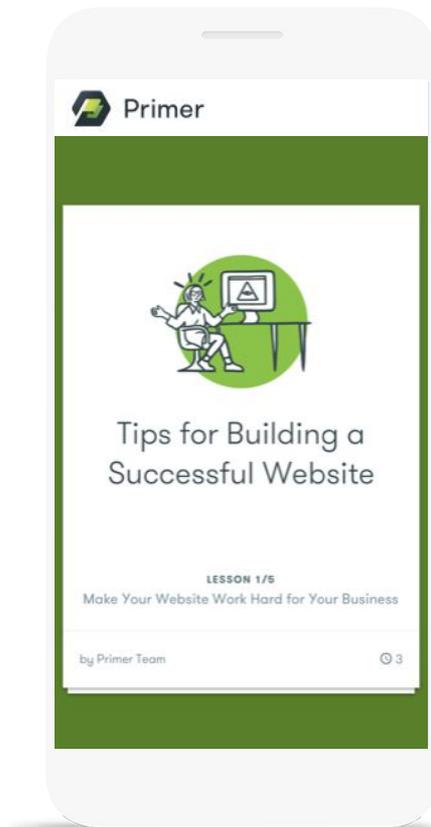
CLASES SOBRE MARKETING Y NEGOCIOS EN G.CO/PRIMER

- Clases rápidas y sencillas desde tu celular
- Aprende lo que necesites cuando tengas unos minutos libres
- Próximos pasos prácticos y personalizados.

Consejo rápido:

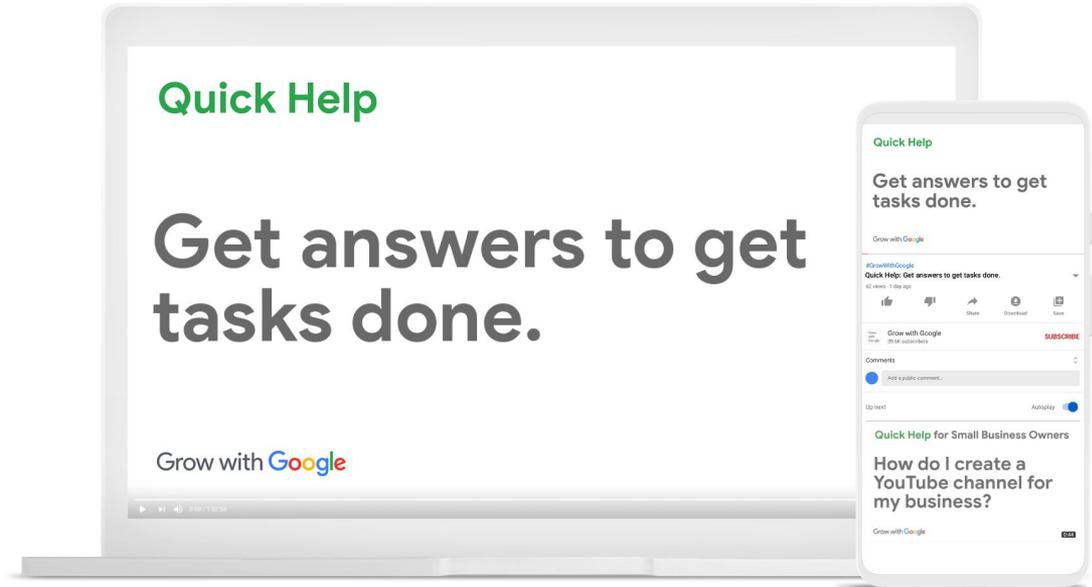
Descarga la aplicación de Primer

g.co/primer



VIDEO DE AYUDA RÁPIDA PARA PEQUEÑAS EMPRESAS

- Mira videos cortos para aprender a usar las herramientas de Google
- Encuentra respuestas a las preguntas frecuentes
- Aprende a usar las funciones nuevas



Consejo rápido:

Míralo en YouTube

g.co/grow/quickhelp

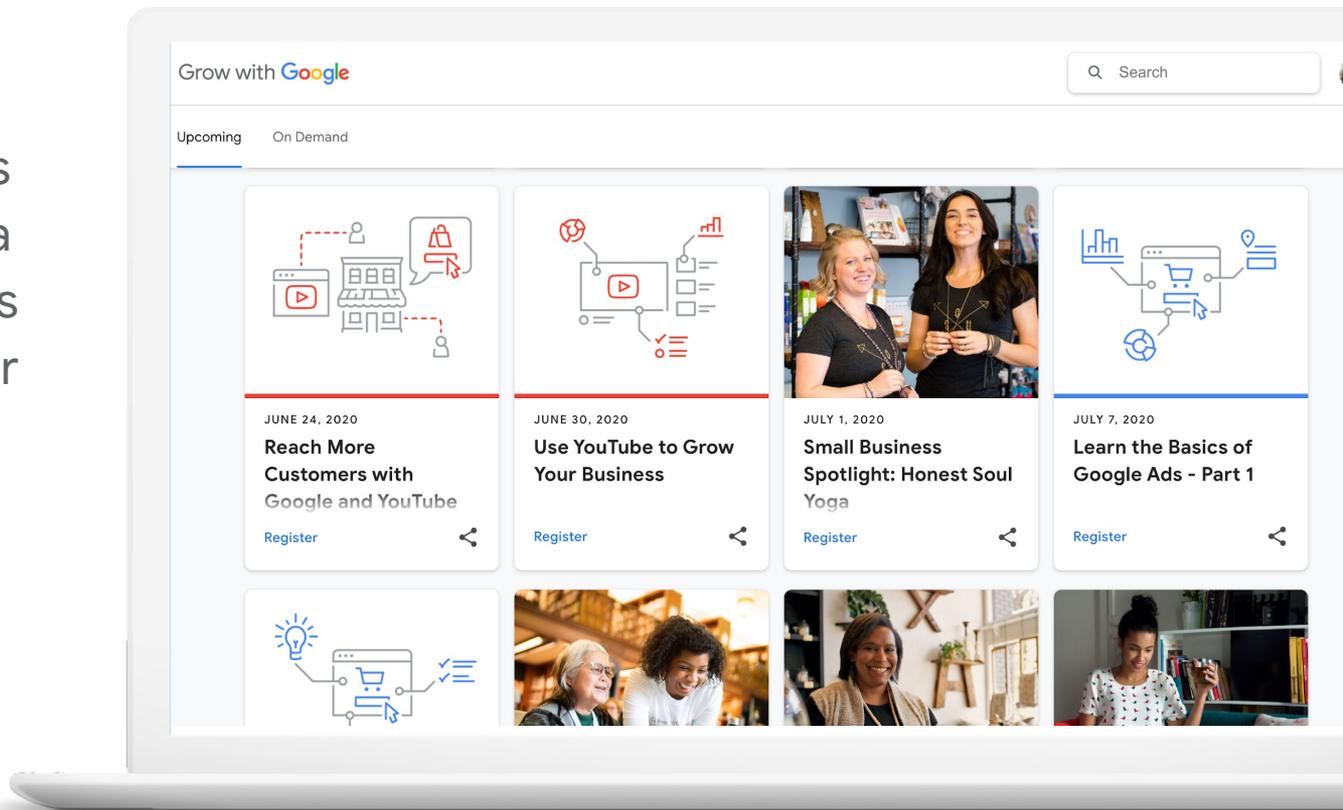
CONTINÚA TU EDUCACIÓN CON GROW WITH GOOGLE ONAIR

Regístrate para talleres virtuales gratuitos para mejorar tus habilidades digitales y hacer crecer tu negocio.

Consejo rápido:

Regístrate para acceder a talleres virtuales

g.co/GrowOnAir



The screenshot displays the 'Grow with Google' website interface. At the top, there is a search bar and navigation tabs for 'Upcoming' and 'On Demand'. Below this, a grid of workshop cards is shown. Each card includes an icon, a date, a title, and a 'Register' button with a share icon.

Workshop Title	Date	Thumbnail Description
Reach More Customers with Google and YouTube	JUNE 24, 2020	Icon representing a YouTube video, a laptop, and a shopping cart.
Use YouTube to Grow Your Business	JUNE 30, 2020	Icon representing a YouTube video, a bar chart, and a list.
Small Business Spotlight: Honest Soul Yoga	JULY 1, 2020	Photo of two women, one holding a yoga mat.
Learn the Basics of Google Ads - Part 1	JULY 7, 2020	Icon representing a bar chart, a laptop, and a location pin.