¿Diseñas sitios web o folletos web?

Por Paulo Lucia

La importancia de ofrecer a los clientes sitios web que ellos mismos puedan administrar y actualizar.

Hay varias razones técnicas que justifican por qué un sitio web debe poder ser administrado por el cliente, pero aquí nos vamos a concentrar únicamente en la herramienta en sí misma, ¡su función! Muchas veces me encuentro con nuevos clientes con la misma problemática: la

actualización de su sitio web. Hace ya unos cuantos años me dedico a brindar soluciones de sitios aplicados a circuitos de comunicación para clientes que quieran establecer sus estrategias a través de internet, actualmente del 2.0, pero he estado en el 1.0 y estaré en el 3.0.

Si planteamos un caso hipotético de una empresa, profesional, institución o emprendedor que necesita armar un sitio web para tener presencia en la red, lo que deberíamos hacer como profesionales es saber cuál es el objetivo del sitio, qué contenidos se deben incluir, qué tipo y cantidad de contenidos puede generar el cliente sin agregar funciones extras, qué experiencia tiene en la red y cómo se imagina su nuevo sitio.

Una vez definidas estas variables (como mínimo) estamos dispuestos a hacer un esbozo estructural de los contenidos y aplicar a cada sector la función necesaria para que comunique e interactúe con el público y así transformar el sitio web en una herramienta en función del propósito del cliente. Con la estructura definida resta aplicar un diseño específico para que esta plataforma esté alineada con la identidad del cliente y poder cargar todos los contenidos. Por fin, el sitio está listo para salir al mundo, y el cliente ya tiene un sitio web funcional y andando acorde a su estrategia.

Ahora bien, desde el principio todo cliente tiene la posibilidad de medir qué va pasando con su sitio, qué va opinando el público, qué contenido le gusta más, cómo interactúa con la web y las redes sociales. Es decir, puede medir los resultados, y al hacerlo, se da cuenta de que al público le interesan ciertos contenidos que pertenecen a una categoría que tal vez en un principio supuso que no iba a interesar.

El sitio tenía un objetivo pero, gracias a las mediciones, descubrió que hay contenidos que no deberían tener tanta prioridad. Sin embargo, al cliente sí le interesaría destacar ahora varias notas de la misma temática de las notas que sí gustaron, para poder satisfacer los intereses de nuevos visitantes. Ve que los visitantes se interesan por las fotos de las galerías de imágenes, por lo que decide agregar más fotos actualizadas para que los visitantes puedan percibir la actualización del sitio. También nota que le han dejado muchos comentarios sobre uno de los servicios, por lo que ahora está interesado en agregar contenidos basados en las preguntas que le han hecho para poder explicar mejor y resolver las dudas comunes, ampliando la información inicialmente publicada. Y por último quisiera agregar un vídeo que ha visto en Youtube que ilustra muy bien el concepto que quiere mostrar con el sitio.

En resumen, todo lo anterior ha hecho al cliente pensar en su sitio, y ha decidido cambiar algunos lineamientos que tenía y —después de unos meses de trabajo de comunicación y difusión— le quiere imprimir una fuerza nueva y una dinámica propia para esta nueva etapa. Entonces nos sienta en su máquina, entra al sitio y se pregunta: ¿y ahora...? ¿quién podrá ayudarme?

Esta problemática tiene dos finales posibles:

1. Le pide al diseñador le cotice los cambios, que le pase un presupuesto donde indique el tiempo que tardará en aplicarlos y que puedan verse *online*.

2. Ingresa en el administrador de su sitio con su usuario y contraseña, y empieza a hacer los cambios a punta de *clicks*, moviendo notas, agregando fotos, tipeando los contenidos que quiera ampliar como si estuviera escribiendo en un archivo de texto. Con un click elimina los destacados que hay en la página de inicio y con dos clicks destaca los contenidos nuevos.

La segunda opción es la más aceptable para mi gusto, y es lo que siempre recomiendo. Y esto es porque el sitio web es un elemento central en el circuito de comunicación de toda organización, ya que permite medir qué pasa, descubrir a los clientes y por lo tanto saber qué se está haciendo bien y qué no. Por lo tanto, un sitio estático que no permite los cambios necesarios en el momento adecuado, no sirve. Las ideas, los proyectos, los negocios, los profesionales y todo lo que somos cambia, cambia todos los días en la propia dinámica de lo que hacemos, nos vamos nutriendo de la experiencia. Un sitio web que no pueda adaptarse a los objetivos y necesidades coyunturales del cliente, no es funcional, no es una herramienta útil, y si no sirve se deja de usar perdiéndose todo su potencial comunicacional.

Un sitio web debe ser una herramienta que acompañe al cliente en «lo qué quiera decir», «cómo lo quiera decir» y, por supuesto, «cuándo él lo necesite».

Publicado el 06/02/2014

Ilustración: Fernando Aguirre.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/disenas-sitios-web-o-folletos-web