

Módulo 14

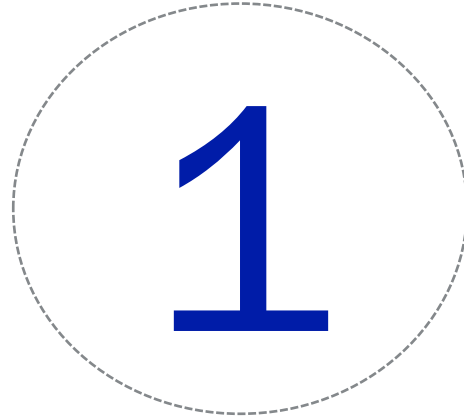
Primeros pasos para la creación de una página web

Este material formativo forma parte del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos ([SICTED](#)) de la [Secretaría de Estado de Turismo de España](#) y se distribuye bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0 Internacional](#).



Índice

- Objetivos
- Beneficios
- Por qué debo tener una página web
- Qué debemos saber antes de crear nuestra web
- Elección de una plataforma. Los CMS (Content Management System)
- Wordpress
- Herramientas de medición web
- Ejercicio práctico
- Conclusiones



Objetivos

1 Objetivos

Los objetivos del módulo **Primeros pasos para la creación de una página web** son:

- › Transmitir la importancia que tiene la web de un establecimiento turístico.
- › Conocer algunos de los requisitos básicos que debemos tener en cuenta en la creación de nuestro primer portal web.
- › Mostrar las diversas opciones que existen para crear un sitio web.
- › Ofrecer una breve guía de primeros pasos para crear un sitio web.
- › Pautas para hacer un seguimiento de resultados de nuestra web.



Beneficios

2 Beneficios

Los beneficios de crear **tu propia web** son:

- › El turismo es la actividad que mayor presencia tiene en Internet.
- › Reconocimiento de marca: Reputación y alcance
- › Atención y captación de clientes asegurada: la web está disponible 24 horas, 365 días al año y mejora el contacto con los clientes/turistas.
- › Conexión garantizada con tu target = potenciales ventas.

3

Por qué debo
tener una web

3 Por qué debo tener una web

3.1 El cliente en Internet

- › El entorno digital no solo ha cambiado a las organizaciones y empresas, sino también a los clientes.
- › Para el cliente actual ya no existen barreras sociales, espaciales ni temporales.

Colaboración

Multicanalidad

Agilidad

Flexibilidad

Personalización

3 Por qué debo tener una web

3.1 El cliente en Internet

¿Cómo es el cliente hoy?

Informado

Exigente

Infiel

Baja tolerancia ante errores

Móvil

Proactivo

Empoderado

Participativo

Social

Hiperconectado

¿Qué busca el cliente?

Ser escuchado

Afinidad con la marca

Percibir transparencia y confianza

Interactuar con la marca

Servicio personalizado

Cercanía

Multicanalidad u omnicanalidad

Obtener información útil

Inmediatez

Más experiencias que productos

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web

El mundo pasa una media de 6 horas y 54 minutos al día en Internet, pero, en sólo un minuto, ¿cuánta actividad digital se genera?

Esto sucede en Internet en un minuto

Estimación de una selección de actividades y datos generados online en un minuto en 2021



Fuente: Lori Lewis vía AllAccess



statista

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web

“La conectividad y la página corporativa son los dos aspectos clave que nos permiten dar el salto a otras herramientas digitales ya que, si la empresa no cuenta con conectividad o si no dispone de página corporativa, difícilmente invertirá en redes, comercio electrónico, firma digital o cualquier otra herramienta digital”.



Fuente: Mindomo

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web



Presencia en Internet



Ampliar tu radio de influencia



Conectar más con tus clientes



Mejorar la marca de tu negocio



Aumentar tus ventas y facturación



Negocio 24h/365



Ahorro de dinero y tiempo



Llegar a los públicos que nos interesan

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web

**TODAS LAS EMPRESAS NECESITAN
PRESENCIA DIGITAL...**

**...PERO NO TODAS LAS EMPRESAS
NECESITAN LA MISMA ESTRATEGIA
DIGITAL**

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web

...antes de diseñar la estrategia digital

Benchmarking de marketing digital con empresas de la categoría

Definir los objetivos de la estrategia

Identificación de la audiencia

Diagnóstico de marketing digital de la empresa

3 Por qué debo tener una web

3.2 Importancia de la web

...Principales estrategias de marketing digital

Sitio web

Blog
empresarial

Redes
sociales

Publicidad
online

Email
marketing

4

Qué debemos saber
antes de crear
nuestra web

4 Antes de crear nuestra web

1. Qué queremos conseguir con nuestra web y cuánto tiempo le vamos a dedicar
2. ¿Contratamos a alguien o la hacemos nosotros mismos?
3. Cuánto cuesta crear una web
4. Elección de *hosting* y dominio
5. Estructura que debe tener nuestra web
 - El plan de contenidos
 - La tienda *online*
 - Reservas *online*
6. Usabilidad y diseño de la web
7. Diseño *responsive*

4 Antes de crear nuestra web

4.1 Qué queremos y cuánto tiempo invertiremos



Perfil sencillo

Solo tienen presencia en Internet porque escuchan las tendencias y saben que “si no estás *online* no existes”. No disponen de mucho tiempo por lo que lo derivan a un diseñador.



Perfil elaborado

Ven la web como una inversión a medio y largo plazo. Utilizan la web como una herramienta para vender y dotar de mayor notoriedad a su imagen empresarial. Parecida en el diseño a la anterior, suelen incluir una sección de blog y algunas funcionalidades extras.



Perfil emprendedor

Son los que quieren crear una web como núcleo de su negocio o quieren emprender una *startup* que gire totalmente alrededor de la web. Normalmente, aquí estarían las personas que van a vender directamente sus servicios o productos a través de su página. Un ejemplo de esto sería el de una tienda *online*, donde se generan ingresos derivados de la venta directa de sus productos.

4 Antes de crear nuestra web

4.2 ¿Contratamos o lo hacemos nosotros mismos?

Debemos responder a tres preguntas básicas:

- › ¿Sabes crear una página web profesional por ti mismo desde cero y sin nadie que te ayude?
- › ¿Conoces las técnicas para que tu web sea funcional y tenga un aspecto profesional?
- › ¿Vas a dedicarle tiempo y recursos a aprender técnicas de marketing digital para aumentar tu visibilidad?

4 Antes de crear nuestra web

4.3 Cuánto cuesta crear una web

- › No existe un presupuesto estándar, dependerá del número de secciones que queramos tener en nuestra web.

- › Antes de solicitar un presupuesto, será necesario definir exactamente qué es lo que vamos a necesitar para nuestra página.
 - Objetivos
 - Secciones
 - ¿Podemos proporcionar todo el contenido (textos, logos e imágenes)?
 - Web multi-idioma
 - ¿Queremos integrarla con alguna plataforma de e-mail marketing?
 - ¿Vamos a necesitar tienda online?
 - ¿El mantenimiento será por nuestra cuenta o se lo encargaremos a alguien?
 - ¿Vamos a introducir funcionalidades extras que requieran de programación?

- › Además deberemos sumar el hosting y el nombre del dominio.

4 Antes de crear nuestra web

4.3 Cuánto cuesta crear una web

Resumiendo, un coste aproximado podría ser:

Si la haces tú mismo

Hosting y dominio: 80€

Plantilla Premium (WP): 200€

COSTE TOTAL 280 €*

Si la hace un diseñador

Hosting y dominio: 80€

Coste diseñador: + 500-1000€

Plantilla Premium (WP): 200€

COSTE TOTAL 780-1280 €

Las licencias de las plantillas de Wordpress pueden adquirirse anualmente o de por vida (se ha tomado como referencia este precio)

* A veces podría incrementarse si invertimos en *Plugins* por sus funcionalidades adecuadas

4 Antes de crear nuestra web

4.4 Elección del hosting y dominio

Hablamos de uno de los pasos más importantes para que tu proyecto empiece con buen pie.

- › **Dominio:** es el nombre único y exclusivo que se le da a un sitio web en Internet para que cualquiera pueda visitarlo. ¿En función de qué factores escogemos nuestro dominio?

Si queremos fomentar la marca de nuestra empresa, escogeremos para el nombre de nuestra web el mismo que el de nuestro negocio

Si vamos a montar un negocio y queremos posicionarlo rápidamente, deberemos optar por buscar palabras clave que cuenten con un buen número de búsquedas en Google y ése será el nombre de nuestra web

Si quieres potenciar tu marca personal, usa tu nombre y apellidos

4 Antes de crear nuestra web

4.4 Elección del hosting y dominio

› **Hosting:** es el espacio donde se aloja un sitio web para que cualquiera pueda verlo en Internet. Es sumamente importante tener un buen hosting para que tu web cargue rápido y para que te solucionen los pequeños problemas que te puedan ir surgiendo a lo largo del tiempo.

› Existen varios tipos de hosting:

Hosting compartido

Hosting dedicado

Servidor privado dedicado

Hosting en la nube

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web

- › Clara y sencilla
- › Navegación intuitiva
- › Jerarquizada
- › Diseño consistente en toda la web
- › Tiempo de carga corto

¿Sabías que un usuario tarda tan sólo tres segundos en decidir si una página le interesa? Teniendo esto en cuenta, hemos de llamar su atención cuanto antes para retenerlo. Por este motivo el diseño de tu sitio web es sumamente importante.

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web. Ejemplo tipo



Menú en la zona superior o lateral (*Header*)

Cuerpo del contenido (*Body*)

Pie de página (*Footer*)

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web según su contenido

Básica:

- › *Home* o página de inicio
- › Contacto
- › Productos o servicios

Opcionales o según negocio:

- › Tienda/venta de servicios
- › Blog

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web según su contenido

Home o página de inicio

Si hablamos de las partes de una web, la página principal, de inicio o la *home* es la más importante de todas.

Puedes encontrar:

- **CTA o llamada a la acción**
- **Resumen de tus productos y servicios:** mediante una buena imagen o un eslogan, con el objetivo de que tus visitas en solo 3 segundos sepan a qué te dedicas.
- **Ofertas:** si tienes una oferta importante y que quieres destacar, la página de inicio suele ser la parte de la web más adecuada para anunciarla.
- **Indicadores de éxito:** número de clientes, número de empleados, países en los que operas, años de experiencia...
- **Testimonios o colaboraciones**

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web según su contenido

Contacto

No siempre tienes una página web para vender *online*. De hecho, muchas empresas no lo hacen y simplemente deciden crear un sitio en Internet para mostrar ahí la información más importante de su negocio.

Y, claro, la información de contacto lo es. Es recomendable incluir:

- Formulario de contacto: Darás a tus clientes la posibilidad de contactar contigo las 24 horas del día y esto transmite muy buena imagen.
- Dirección de correo profesional: Crea las direcciones de correo personalizadas con tu dominio y cuida el corporativismo

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web según su contenido

Productos o servicios

Cuando creas el contenido de una web, lo ideal es que la información más detallada de los productos que vendes o los servicios que ofreces la incluyas en una página específica.

En esta parte de la página web debes incluir todo lo relacionado con tus productos o servicios: ventajas de tus productos, principales características, a quién están dirigidos, el precio, gastos de envío...

4 Antes de crear nuestra web

4.5 Estructura de una web según su contenido

Blog (no imprescindible o según necesidades de la empresa)

- Crear un blog puede hacer que tu negocio despegue de una vez por todos. Es indispensable para tu estrategia de contenidos y una pieza clave si quieres mejorar tu posicionamiento orgánico en Google y ganar visitas a tu sitio web.
- Es esencial contar con un plan de contenidos

4 Antes de crear nuestra web

4.5.1 El plan de contenidos

- Contar con un buen producto y/o servicio no es suficiente en el ámbito del turismo. Necesitas que la gente hable de ti y lo recomiende
- Tanto si tienes o quieres tener presencia en RRSS como si optas por implementar un blog es necesario contar con un plan de contenidos



4 Antes de crear nuestra web

4.5.1 El plan de contenidos

En qué consiste: Es el método mediante el cual crearemos y programaremos nuestra estrategia de contenidos.

Pasos a seguir

1. Análisis de situación
2. Definición de objetivos y KPIs (indicadores de medición)
3. Definir tu público objetivo
4. Definición de tus estrategias (tráfico, conversión, marca, etc.)
5. Definir el contenido
6. Definición de canales
7. Plan de publicidad
8. Ejecución
9. Medición

4 Antes de crear nuestra web

4.5.1 El plan de contenidos

Algunos consejos a la hora de redactar contenido...

- Usa una herramienta de investigación para encontrar grandes temas
- Investiga sobre las palabras claves
- Revisar tus borradores y compáralos con otros competidores

Topic Research: lugares para hacer surf

Exportar tema a XLSX Pedir redacción de contenido

lugares para hacer surf Spain Busca contenido en el do... Obtener ideas de contenido Ideas Favoritas 7

Tarjetas Explorador Visión general Mapa mental Subtemas en tendencia primero Priorizar temas por: Volumen

Volumen Dificultad Eficiencia del tema

Deseamos añadir más parámetros con los que puedas priorizar tus resultados. Infórmarnos de cuáles parámetros deseas que añadamos:

Especifica los parámetros de priorización

Enviar

Tabla De Surf Volumen: 18.1k

- Los mejores sitios para hacer surf en España
- La mejor guía de surf en Canarias
- Las mejores playas del mundo para aprender a ...

Mostrar más

Surfistas Profesionales Volumen: 110

- Los 10 mejores lugares del mundo para surfear ...
- 25 Mejores destinos para surfear del mundo ...
- Los 5 mejores puntos para hacer surf en Fuerte...

Mostrar más

Olas Del M Volumen: 10

- Los 10 mej...
- 25 Mej...
- Las 10 mej...

Mostrar más

Islas Canarias Volumen: 110.0k

- Surf
- La mejor guía de surf en Canarias
- Las 5 mejores olas de las Islas Canarias

Mostrar más

Costa Rica Volumen: 49.5k

- Las 5 mejores playas de surf en Costa Rica
- Dónde aprender a surfear en Costa Rica -Tu viaj...
- 03 Ene LOS MEJORES SPOTS DE SURF EN COST...

Mostrar más

Mar Adent Volumen: 12.1k

- 10 mejores destinos para hacer surf en España
- Cortes Bank olas grandes mar adentro
- 25 Mejores destinos para surfear del mundo ...

Mostrar más

Captura de pantalla de la herramienta *Semrush Topic Research*.
Fuente: Semrush

4 Antes de crear nuestra web

4.5.2 La tienda online

A tener en cuenta...

- En Mayo de 2020, España fue el país de Europa donde más creció el negocio online y el tercero del mundo con un incremento del 68%.

Fuente: Oficina Europea de estadística 2020.

- A día de hoy tener presencia online a través de la venta de nuestros productos o de contar con un sistema de reservas es imprescindible para sobrevivir
- Desde el punto de vista turístico y dada la intangibilidad del producto que se está vendiendo, es importante diferenciarnos bien de nuestra competencia ya sea a través de ofertas, descuentos exclusivos, rapidez en el envío o apostar por packagings diferenciales (siempre que se venda un producto físico)

4 Antes de crear nuestra web

4.5.2 La tienda *online*

Soluciones tecnológicas

- Plataformas de tienda *online Open Source*, es decir **gratuitas**, como Magento, Prestashop o Woocommerce (Wordpress) que te ofrecen opciones para crear tu tienda *online*.
- Plataformas de tienda *online* «en la nube» como Shopify.
- **Desarrollos a medida**, que implican mayor coste y dependencia del proveedor tecnológico pero un mayor grado de personalización y segmentación

- **CMS de WordPress + WooCommerce:** Usando plantillas a nivel de funcionalidades y diseño.

***700-1.500 euros**

- **CMS de WordPress + WooCommerce:** diseño a medida, configuración y parametrización de funcionalidades, secciones estáticas, blog, volcado inicial de productos, formación, y parametrización de Analítica web.

1.500-1.800 euros

- **A medida**

Desde 10.000€

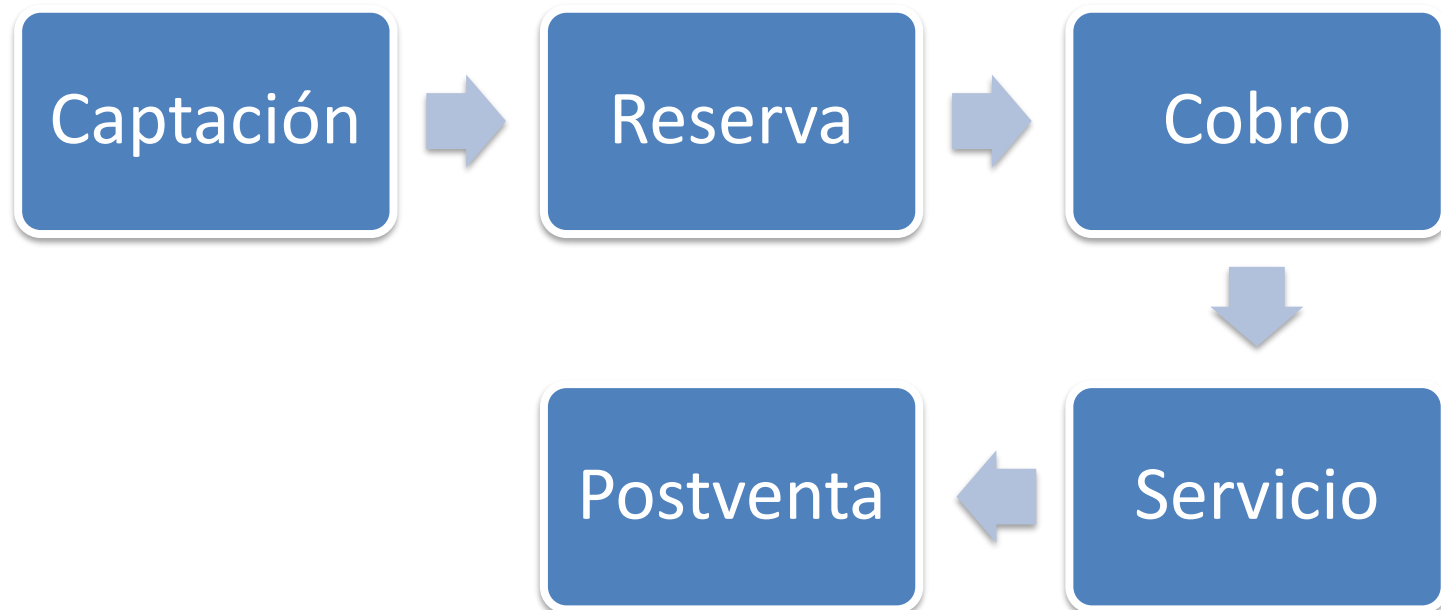


4 Antes de crear nuestra web

4.5.3 Sistema de reservas *online*

A tener en cuenta...

- La reserva de una mesa o el pedido de una comida sigue un proceso establecido. El cliente realiza una búsqueda, es captado y hace la reserva, paga y recibe un servicio posventa



4 Antes de crear nuestra web

4.5.3 Sistema de reservas *online*

Opciones tecnológicas para añadir a tu web

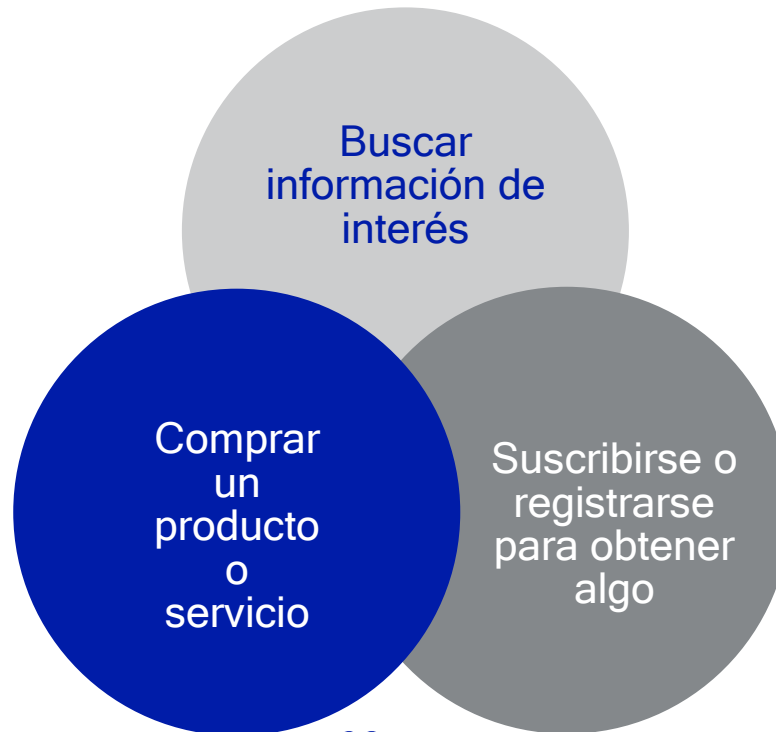
- Reservas a través de WhatsApp Business
- Reservas a través de un formulario
- Reserva *online* a través de un calendario
- Reserva de mesas a través de mapa
- Reserva a través de un motor de reservas

4 Antes de crear nuestra web

4.6 Usabilidad y diseño de la web

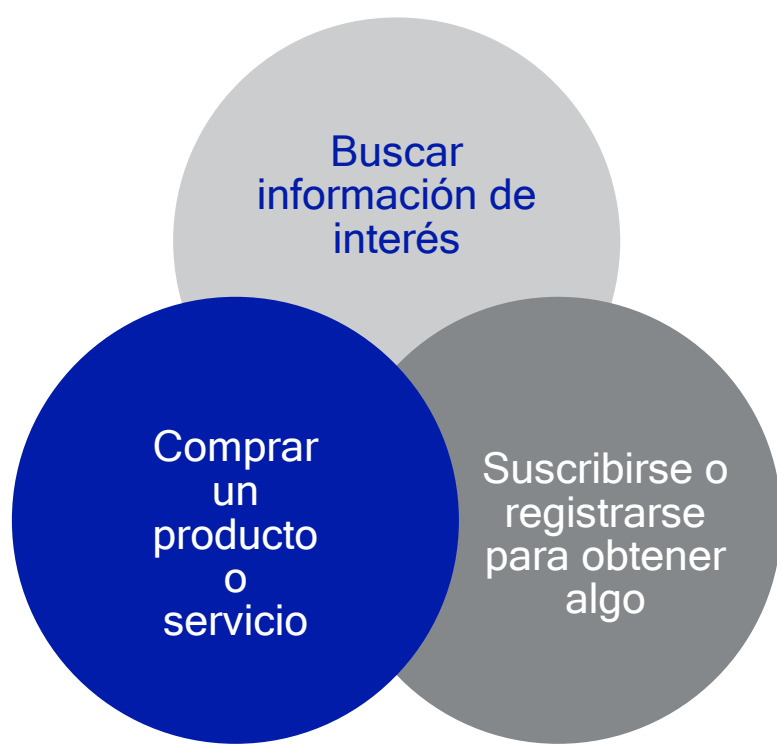
› **Usabilidad:** calidad de la experiencia del usuario al interactuar con un producto o sistema, en este caso, según la efectividad en el cumplimiento de las tareas que se pueden realizar dentro de un sitio web.

Objetivos de un usuario cuando busca en Internet



4 Antes de crear nuestra web

4.6 Usabilidad y diseño de la web



Debemos considerar estos aspectos:

- La facilidad en el aprendizaje
- La eficiencia en el uso
- Recordar cómo funciona
- Frecuencia y gravedad de errores
- Satisfacción subjetiva

4 Antes de crear nuestra web

4.6 Usabilidad y diseño de la web

“El diseño debe transmitir la personalidad de la empresa o la imagen que ésta quiera proyectar en la Red y sobre todo debe estar al servicio de la funcionalidad”.

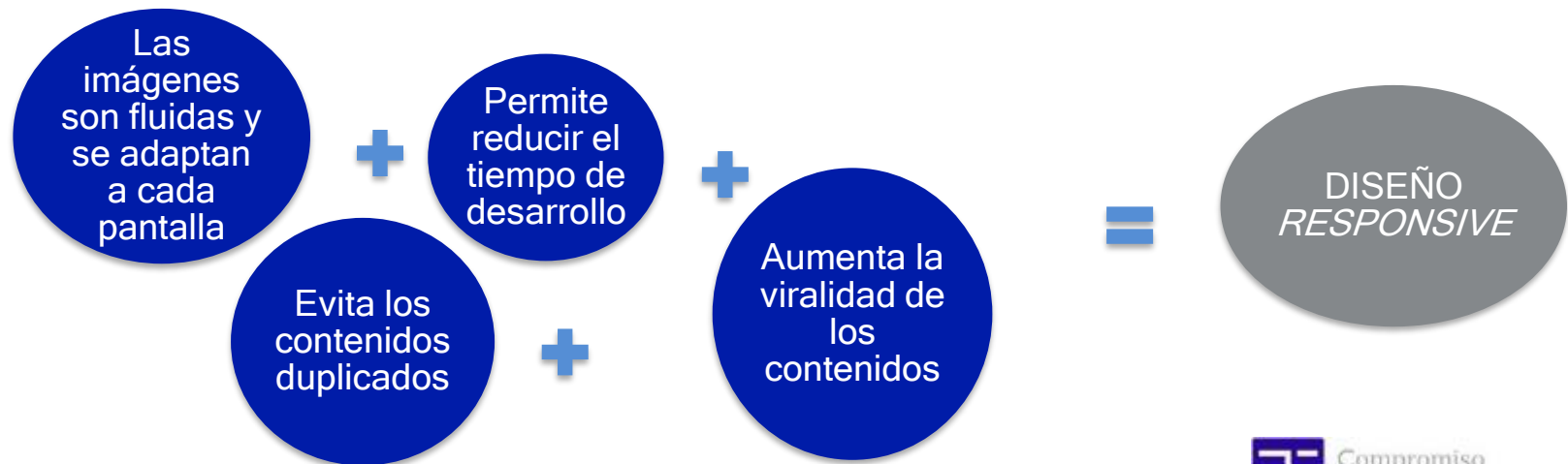
A tener en cuenta:

- › Colores de la web
- › Tipografía o tipo de letra
- › Tamaño de la letra
- › Imágenes
- › Creación del logotipo

4 Antes de crear nuestra web

4.7 Diseño *responsive*

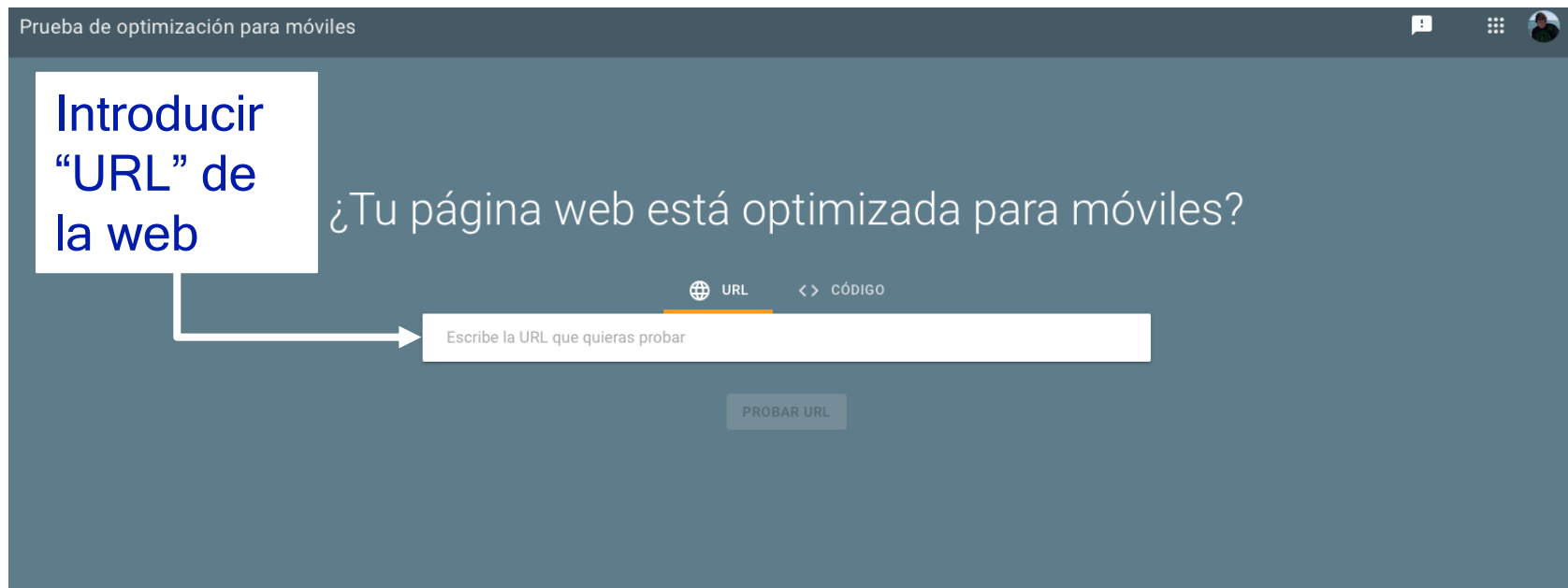
› **Qué es:** El diseño web *responsive* o adaptativo es una técnica de diseño web que busca la correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos, desde ordenadores de escritorio a tablets y móviles.



4 Antes de crear nuestra web

4.7 Diseño *responsive*. Herramienta

*Herramienta de google



Prueba de optimización para móviles

Introducir "URL" de la web

¿Tu página web está optimizada para móviles?

URL <> CÓDIGO

Escribe la URL que quieras probar

PROBAR URL

The screenshot shows the Google Mobile-Friendly Test interface. At the top, it says "Prueba de optimización para móviles". Below that, there's a question: "¿Tu página web está optimizada para móviles?". There are two tabs: "URL" (selected) and "CÓDIGO". Below the tabs is a text input field with the placeholder "Escribe la URL que quieras probar". A button labeled "PROBAR URL" is positioned below the input field. A callout box on the left contains the text "Introducir 'URL' de la web" with an arrow pointing to the input field.

4 Antes de crear nuestra web

4.7. Diseño *responsive*. Herramienta

The screenshot displays a mobile optimization test interface. At the top, it shows the URL 'https://elpais.com/' and the title 'Prueba de optimización para móviles'. Below this, the results are summarized as 'Resultados de prueba' with a warning icon and the text 'Se han producido problemas al cargar la página VER DETALLES'. The main content area is split into two columns. The left column contains a green box with the text 'La página está optimizada para móviles' and 'Es fácil usar esta página en un dispositivo móvil', accompanied by a green mobile phone icon. Below this, there are three links under the heading 'Recursos adicionales': 'Abrir el informe Usabilidad móvil del sitio web', 'Más información acerca de las páginas optimizadas para móviles', and 'Publica comentarios o preguntas en nuestro grupo de debate'. The right column, titled 'Página renderizada', shows a mobile view of the El País website. The mobile view includes the 'EL PAIS' logo, a navigation menu, and a main article titled 'La subida de la luz lleva la inflación en agosto hasta el 3,3%, su máximo en casi una década'. The article text mentions 'El índice de precios al consumo encadena seis meses al alza, impulsado por el encarecimiento de la energía' and 'El precio de la electricidad batirá este lunes otro récord en España'.

5

Elección de una plataforma. Los CMS

5 Elección de una plataforma

CMS

Si nuestro proyecto requiere de menos especificaciones, con tiempos de desarrollo y presupuestos más moderados.

PÁGINA WEB A MEDIDA

Deberemos escoger página web cuando nuestro proyecto sea exclusivo, de mayor complejidad y con unas funcionalidades especiales.

5 Los CMS

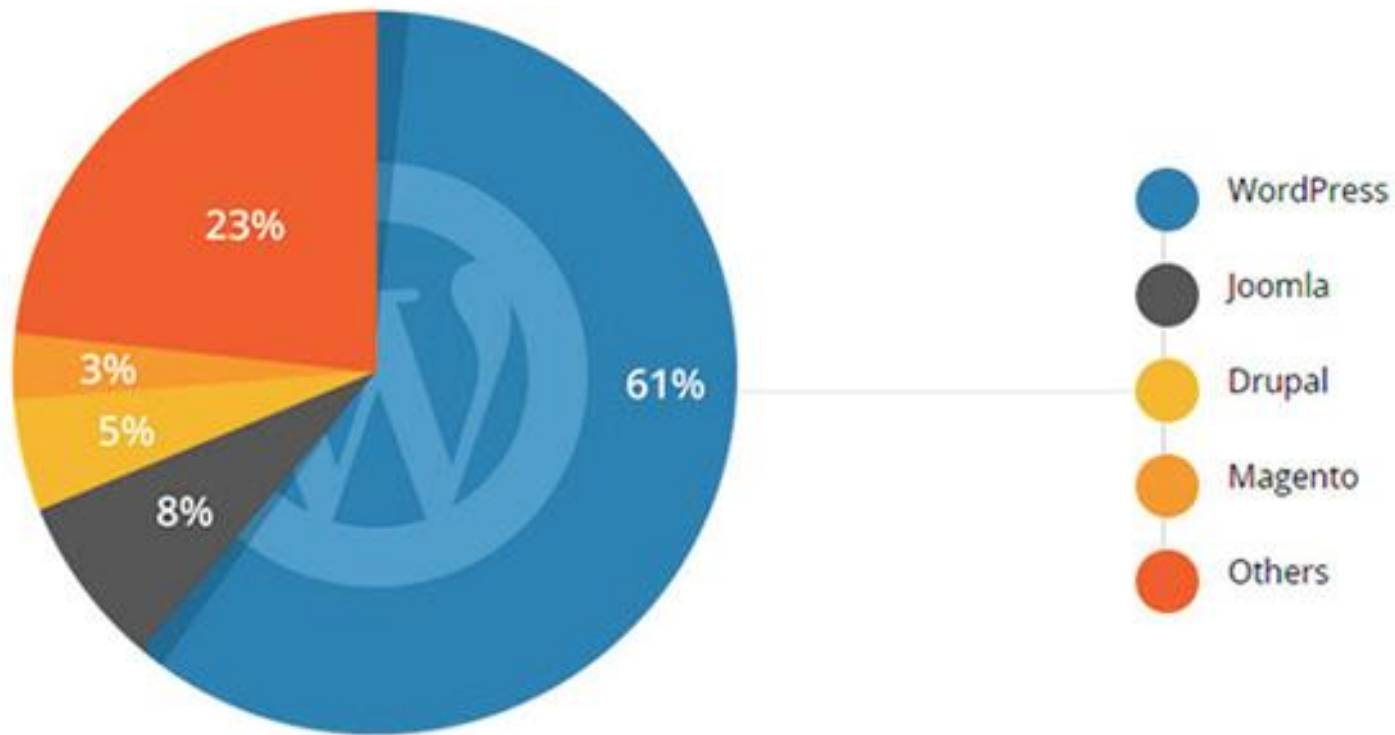
- › CMS son las siglas de Content Management System, o lo que viene a ser un sistema de gestión de contenidos.
- › Se trata de un programa desarrollado para que cualquier usuario pueda administrar y gestionar contenidos de una web con facilidad y sin conocimientos de programación web.
- › No todas las páginas web son iguales, y por ello tenemos tantos CMS como tipos de webs.
- › Los hay para blogs, páginas corporativas, inmobiliarias, noticias o magazines, contenidos multimedia, y así un largo etc.

5 Los CMS

- › Aparecieron a mediados de los años 90. Se desarrollaron como un software que permitía la creación, edición y publicación de contenidos.
- › Al principio fueron las propias empresas las que crearon sus propios CMS, hasta que aparecieron empresas exclusivamente dedicadas a ello.
- › En la actualidad, la gran mayoría de pymes y también las grandes empresas aprovechan el potencial de los CMS.

5 Los CMS

Gestores de contenidos (CMS) más utilizados en el mundo



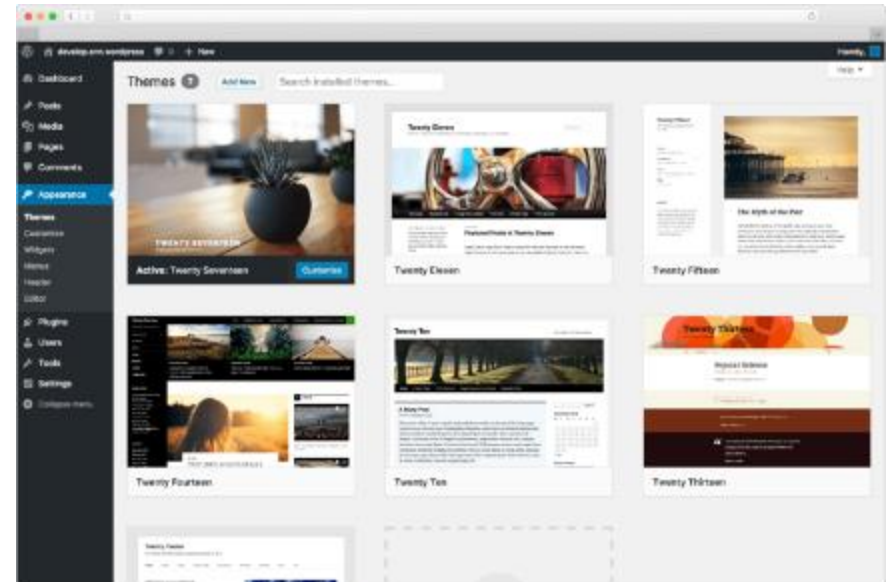
Fuente: White Shark Media

5 Los CMS

5.1 WordPress



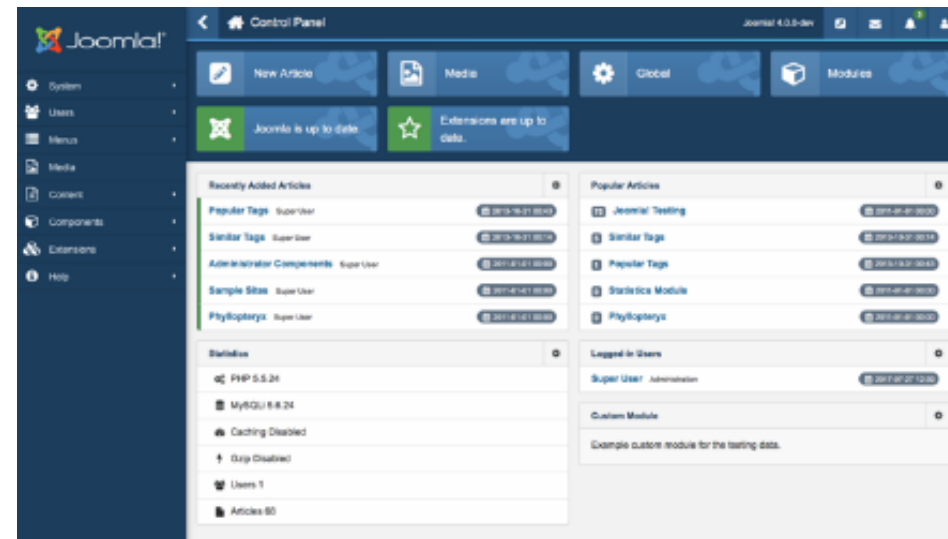
- › El CMS por excelencia.
- › En 2015, el 23% de las web de todo el mundo utilizaba WordPress.
- › Cuenta con 14.000 temas y una enorme comunidad mundial gracias a su condición de software de código abierto.



5 Los CMS

5.2 Joomla

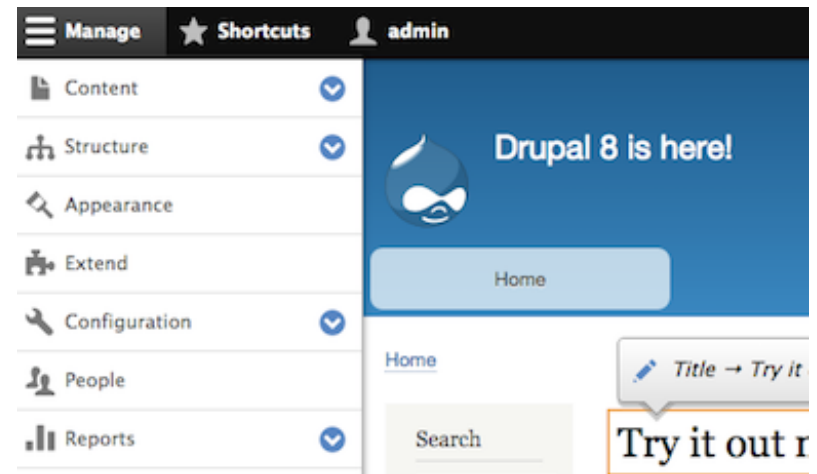
- › Menor cuota de mercado que WP, si bien es el número dos de los CMS.
- › Fácil instalación y numerosas extensiones para permitir una mayor interacción con la web.



5 Los CMS

5.3 Drupal

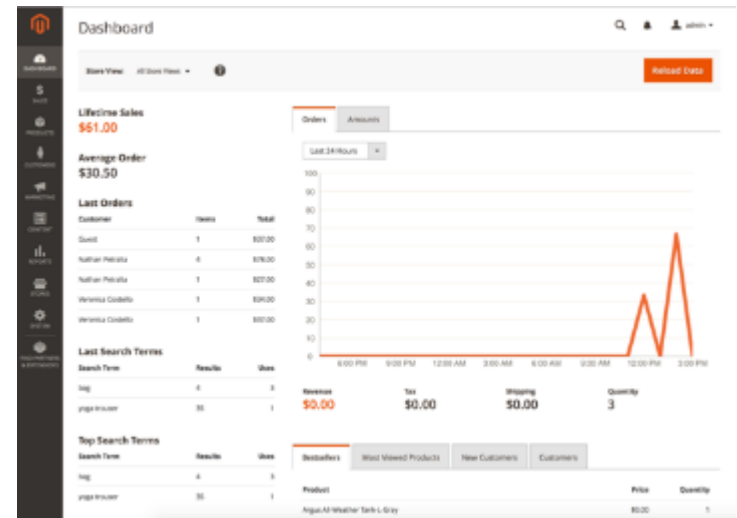
- › 5% de la cuota de mercado.
- › Software libre y adaptable a todo tipo de páginas web. Ha tenido especial éxito en el caso de la gestión de comunidades en Internet.
- › Cuenta con menos versatilidad que WordPress o Joomla.



5 Los CMS

5.4. Magento

- › Se utiliza fundamentalmente para gestionar plataformas de e-commerce.
- › Software muy atractivo para la gestión de tiendas online.
- › Permite la integración con terceros como Amazon o Google Shopping.

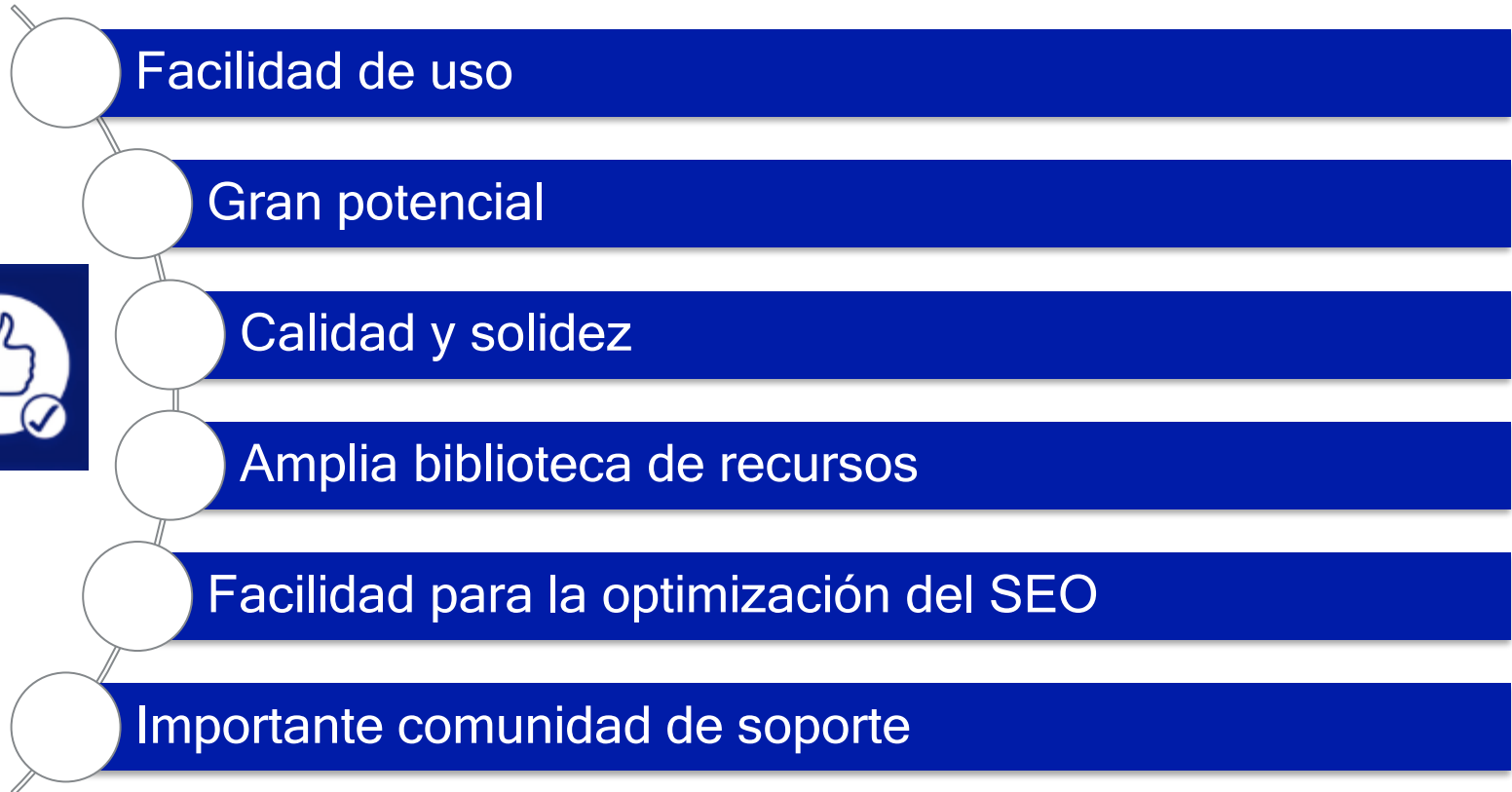




WordPress

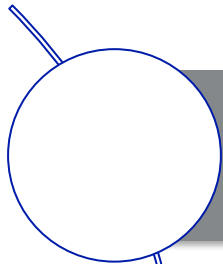
6 WordPress

6.1 Ventajas y desventajas

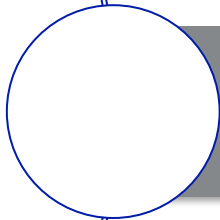
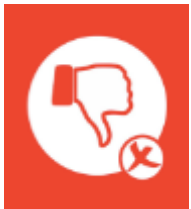


6 WordPress

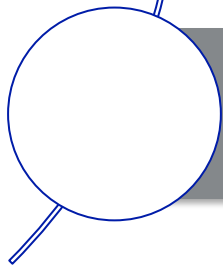
6.1 Ventajas y desventajas



Se requiere al menos tener un conocimiento básico de los aspectos técnicos, especialmente durante el proceso de instalación.



Es necesaria una actualización constante para evitar fallos de seguridad.



No cuenta con un servicio de ayuda técnica, aunque lo suple con numerosos foros de ayuda de otros usuarios.

6 WordPress

6.2 Wordpress.com o Wordpress.org

Componentes diferenciales	Wordpress.com	Wordpress.org
Dominio	No hay que pagar por el dominio	Es necesario adquirirlo
Hosting	Gratis hasta 3gb	Es necesario contratarlo. Debe contar con una BBDD MYSQL y PHP
Plugins	Opción desactivada	Ilimitado
Modificar diseño	Opción desactivada o hay que pagar por ella	Editar el código de cualquier archivo
SEO	El 80% lo realiza automáticamente	El usuario debe realizar las acciones SEO de manera manual, por lo que se recomienda tener conocimiento previo
Plantillas	Escasas y algo más caras	Ilimitadas. Gratis y de pago
Nivel de dificultad	Bajo. Instalación automática	Medio. Necesarios conocimientos previos
Documentación	Documentación muy extensa y bien explicada	Documentación más enfocada a desarrolladores.



Herramientas de medición web

7 Herramientas de medición web

- › La analítica web es el estudio del impacto que produce una web en sus usuarios. Mide detalles concretos tales como cuántas personas han visitado tu web, cómo llegaron esos visitantes, qué palabras clave buscaron, cuánto tiempo permanecieron en una página determinada o en toda la web y en qué enlaces han hecho click.
- › La analítica web también resulta muy útil para saber si las páginas de tu web están funcionando correctamente.

7 Herramientas de medición web

Algunas de las más importantes herramientas de medición

Google
Analytics

Truesocial
metrics

Clicky

Kissmetrics

Woopra

7 Herramientas de medición web



Google Analytics

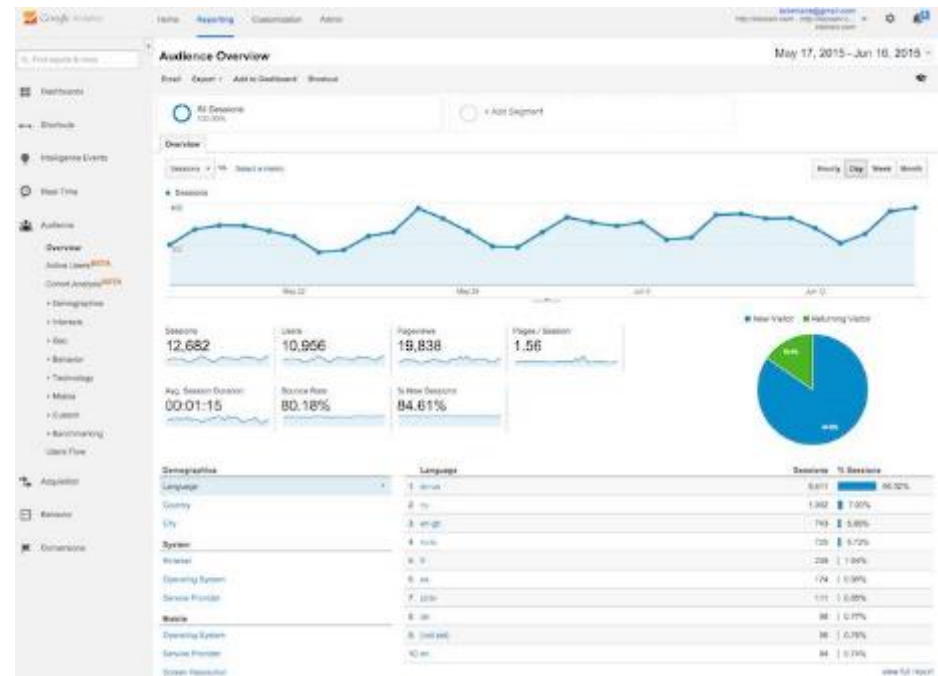
Google Analytics

Es la herramienta más popular de análisis web.

Está dirigida tanto a grandes como a pequeñas empresas que quieren aprender más acerca de su sitio web.

Te ayudará a conocer:

- el número de visitas
- las fuentes de tráfico
- conversiones
- tasas de rebote





8

Ejercicio práctico

8 Ejercicio práctico

En parejas habrá que entrar en una de las páginas web turísticas de su establecimiento o, en caso de que no exista, en alguna a propuesta del formador.

Cada pareja debe analizar cada uno de los elementos de análisis para páginas web estudiados, otorgando una puntuación para cada uno de ellos y justificándola.

Una vez finalicen el ejercicio, los participantes indicarán al formador cuál ha sido la web analizada y las puntuaciones obtenidas.

9

Conclusiones

9 Conclusiones

- ›La web es la imagen del establecimiento en Internet.
- ›Existen diferentes opciones para crear un sitio web sin necesidad de disponer de conocimientos técnicos.
- ›Es necesario saber en todo momento el objetivo, los públicos y qué queremos conseguir con nuestra web.
- ›Debemos optar entre hacer nuestra web con una plataforma de creación de web o un CMS.
- ›Existen numerosas plataformas web entre las que destacan Wix, Webnode, etc. El principal aporte que tienen estas plataformas es que apenas se requieren conocimientos y prácticamente el gestor de la web se encarga de todas las acciones.
- ›Existen un buen número de CMS entre los que destaca WordPress. Los CMS tienen numerosas ventajas, pero también requieren de un mayor conocimiento, especialmente en la parte de instalación y modificación del codex.
- ›Independientemente de la opción escogida, hoy en día no se entiende la estrategia online de una empresa sin la existencia de una web corporativa.

www.calidadendestino.es

sicted@calidadendestino.org



Compromiso
de Calidad Turística