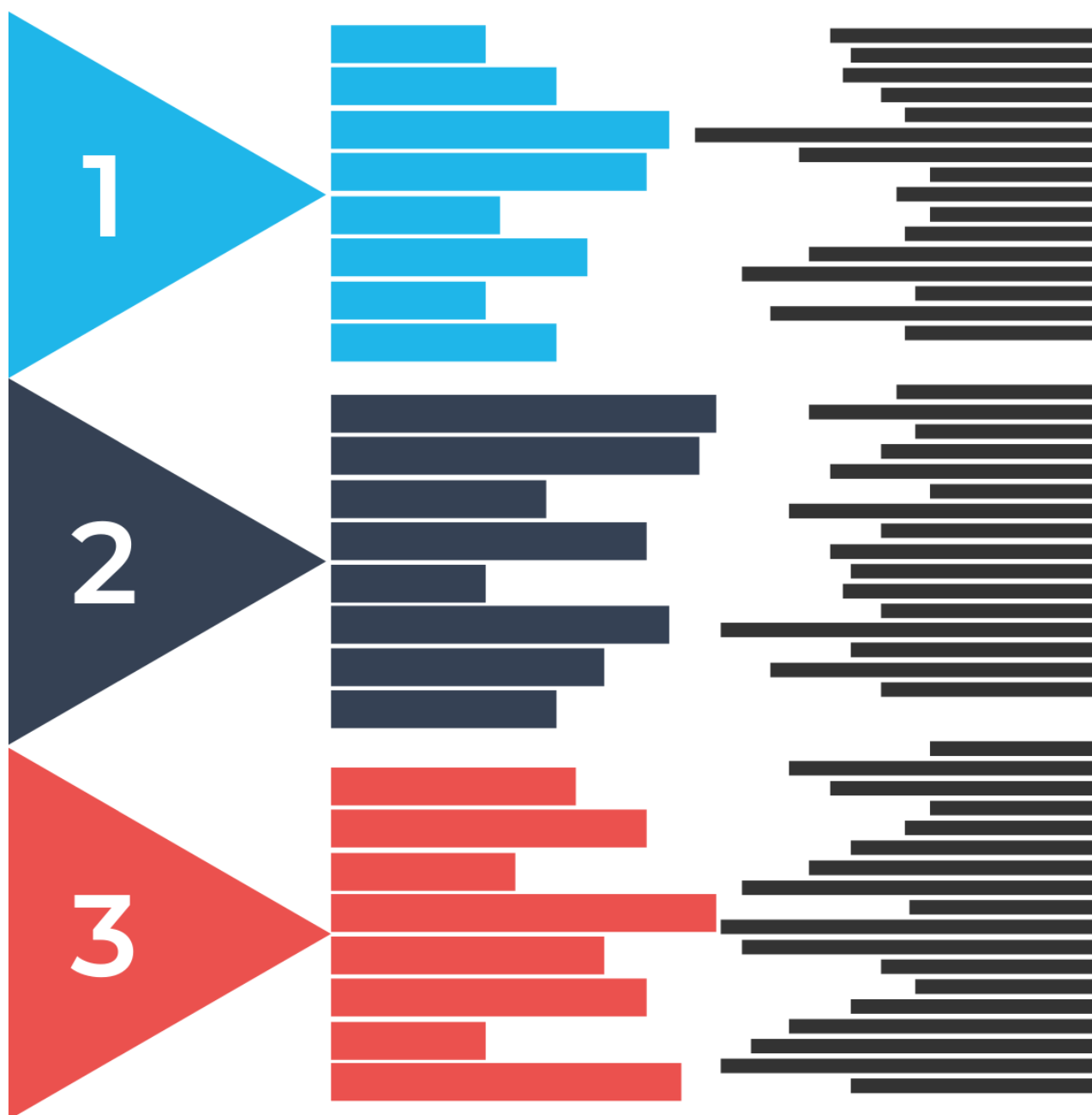


# 3 PASOS

PARA IMPULSAR LOS  
RESULTADOS DE TU NEGOCIO  
CON UN SITIO WEB



Tanto si ya has creado algún sitio web en el pasado como si es la primera vez que vas a construir un sitio web para tu negocio, seguramente ya intuyas lo que se avecina: dolores de cabeza, frustración y ganas de terminar lo antes posible... para finalmente haber gastado tiempo y dinero en generar un “folleto” virtual de tu negocio que abandonarás inmediatamente hasta el próximo rediseño completo... y que no tenga ningún efecto en el crecimiento de tu negocio.

¿Y si te dijera que hay un nuevo enfoque para eliminar los quebraderos de cabeza, los inconvenientes y los resultados impredecibles e inconsistentes que experimentas durante el proceso de diseño web tradicional?

Ahora puedes maximizar los resultados de tu negocio con un sitio web que crezca con el tiempo...

Puedes conseguir esto utilizando un revolucionario método de tres etapas que elimina todos los quebraderos de cabeza e impulsa resultados óptimos usando los datos...

Este método se construye sobre el proceso ágil SCRUM y combina varios conceptos dentro de una metodología de diseño web integral y altamente efectiva...

En lugar de construir directamente un sitio web basado en opiniones para olvidarlo justo después configurarlo.

(De hecho, si nuestras opiniones fuesen la única forma de impulsar los resultados de negocio, estaríamos en quiebra permanente... pero no es así).

Y como verás, atraer más tráfico, generar más clientes potenciales o impulsar los ingresos con un sitio web siempre comienza con una estrategia.

De hecho, puedes empezar a diseñar un sitio web que impulse los resultados de tu negocio hoy mismo.

Al fin y al cabo, ya dispones de todas las herramientas necesarias para no estar pendiente de tu negocio las 24 horas del día.

Lo mejor de todo es que puedes empezar a progresar en el crecimiento de todas las áreas de tu negocio sin importar si has fracasado con tus técnicas de generación de leads en el pasado...

O incluso si todavía no tienes un negocio o un sitio web...

Por lo que, si quieres multiplicar los ingresos de tu negocio con **CONSISTENCIA** con tu sitio web, tienes que prestar atención a lo que estoy a punto de compartir contigo...

# ¿CÓMO FUNCIONA EL DISEÑO ORIENTADO AL CRECIMIENTO?

El diseño orientado al crecimiento consta de tres fases principales: estrategia, plataforma de lanzamiento y mejoras continuas.

Brevemente, el diseño orientado al crecimiento consiste en crear una estrategia para comprender a tu cliente ideal y luego lanzar rápidamente un sitio web que actualices y mejores mes a mes para conseguir crecimiento a largo plazo.

## PASO #1: DESARROLLA UNA ESTRATEGIA ORIENTADA AL CRECIMIENTO

La estrategia trata de desarrollar una comprensión empática de tu audiencia y de cómo tu sitio web puede ayudarla a resolver problemas en su viaje hacia una nueva oportunidad.

### ▷ 1. DEFINE LAS METAS DE TU SITIO WEB

Las metas de tu sitio web tienen que ayudarte a acercarte a los objetivos de negocio.

Conviertes tu sitio web en la plataforma principal de tu negocio en línea y lo actualizas estratégicamente para acelerar las métricas que definen tu éxito empresarial.

¿Quieres crear las páginas, secciones y el contenido más relevante para tu sitio web que consiga cautivar a tu cliente ideal? Entonces debes definir las metas de su sitio web.

## ▷ 2. USA EL MARCO DEL “GRAN CAMBIO”

Alguien que elige tu negocio espera que tu producto o servicio le ayude a realizar una tarea más fácilmente o de forma más barata. Este marco te ayuda a comprender cómo tu audiencia busca productos y servicios que les des la habilidad de realizar una tarea completa en un mismo lugar y cómo hacer que se decanten por los productos y servicios de tu empresa como solución.

## ▷ 3. CREA UN PERFIL DE BUYER-PERSONA

Con toda la información que tienes ahora, puedes crear un perfil semi-ficticio que represente a tu cliente ideal. Un perfil de buyer persona describe uno de los tipos de clientes ideales para tu negocio. Describe cómo es su día a día, las creencias limitantes a las que se enfrentan y cómo toman sus decisiones. Estos perfiles ayudan te ayudan a comprender y empatizar con tus

consumidores para que puedas hacer un mejor trabajo adquiriéndolos y sirviéndolos.

## ▷ 4. REFINA TUS SUPUESTOS FUNDAMENTALES

Aquí registras todo lo que ya sabes sobre tu mercado, tu negocio y tu sitio web. También modificarás o agregarás las creencias limitantes de tus usuarios, propuestas de valor únicas, desencadenantes de situaciones, hábitos de usuarios actuales, ansiedades de cambio y más. Las suposiciones fundamentales son la base del éxito de tus usuarios, negocio y sitio web.

## ▷ 5. TRAZA EL MAPA DEL RECORRIDO

Tus clientes siguen un proceso de compra desde que conocen tu producto o servicio, lo consideran y, finalmente, deciden comprarlo. Debes pronosticar el recorrido que atraviesa tu buyer persona antes, durante y después de que interactúe con tu negocio. Este paso es esencial para que puedas ayudarlos a transformar sus creencias limitantes a lo largo de todo el proceso.

## ▷ 6. DESARROLLA UNA ESTRATEGIA ESPECÍFICA DE SITIO WEB

Cuando tengas listo todo lo anterior, es el momento de desarrollar una estrategia específica para tu sitio web: arquitectura, optimización seo, secciones y páginas clave, integraciones, requisitos técnicos, y más.

## ▷ 7. CREA UNA LISTA DE DESEOS

A esta lista tienes que añadir todas las ideas que pueden tener un impacto en tu sitio web cuando se trata de responder las preguntas de tus usuarios, ofrecerles valor y ayudarles a progresar hacia la nueva oportunidad.

# PASO #2: CREA UN SITIO WEB QUE ATRAIGA TRÁFICO, GENERE CLIENTES POTENCIALES Y AUMENTE LOS INGRESOS

Si ya tienes preparada tu lista de ideas de alto impacto, ¡ya tienes todo lo necesario para empezar a crear un sitio web que impulse los resultados de tu negocio!

Es esencial que te centres tanto en el diseño como en la funcionalidad. Esta no es la versión definitiva de tu sitio web, por lo que simplemente se trata de lanzar un sitio web con mejor aspecto que el que tienes ahora, para empezar a construir y optimizar.

Este sitio web tiene que ayudarte a cosechar datos de los usuarios reales que interactúen con tu sitio web. Lanzando rápidamente una plataforma de lanzamiento puedes cosechar información luego te permite tomar decisiones objetivas que se centren en impulsar los resultados de tu negocio.

¿Cómo construir rápidamente un sitio web como plataforma de lanzamiento?

Céntrate en estas áreas clave para acelerar tu proceso:

## ▷ PERSONALIZA TU ENFOQUE DE CONSTRUCCIÓN DE SITIOS WEB

Como tu negocio, tu sitio web también tiene sus necesidades únicas. Utiliza temas prediseñados o un creador de páginas web para construir el primer prototipo de tu sitio web. Tu mejor enfoque también puede ser confiar en una agencia profesional que te guíe en el mejor enfoque para crear tu sitio web de lanzamiento.

## ▷ ACELERA LA CREACIÓN DE TU SITIO WEB EJECUTANDO SPRINTS DE DISEÑO DE ALTO IMPACTO

Puedes crear rápidamente un sitio web de lanzamiento que te permita recoger datos para mejorar, diseñando y desarrollando cada página y sección de alto impacto periodos cortos de tiempo. Estos sprint te dan la oportunidad de generar las mejores idas posibles mientras creas el mejor prototipo de tu sitio web en poco tiempo.

## ▷ PRODUCE CONTENIDO

Esta es la parte que suele estremecer a la mayoría de las personas cuando quieren construir un sitio web. Desarrollar contenido de alta calidad solo es



posible si dispones de un proceso efectivo de desarrollo de contenido y dispones de las herramientas adecuadas que te ayuden a servir el contenido adecuado a tus usuarios.

## ▷ INVIERTE EN EFICIENCIAS INTERNAS

Las eficiencias internas abarcan todo lo que tiene que ver con la trastienda de tu negocio. Quizá ahora necesites cambiar tu proceso de trabajo, construir una librería de contenido, dejar de depender de un desarrollador para aplicar cambios fácilmente, etc.

## PASO #3: IMPLEMENTA MEJORAS CONTINUAS

Con la implementación de mejoras continuas en tu sitio web es esencial para identificar los datos del usuario que te ayuden a aplicar las mejores acciones dirigidas a hacer crecer tu negocio.

¿Es difícil saber qué pasos dar para mejorar el impacto de tu negocio a lo largo del tiempo? Utiliza un proceso más ágil: planifica, construye, aprende y transfiere.

Empieza siempre definiendo cuáles son las actividades que debes construir optimizar en ese momento para propulsarte hacia tus metas. Cuando divides

tus metas en áreas de acción, es más fácil centrar sus esfuerzos en lo que realmente importa.

## ▷ USA UN MAPA DE RENDIMIENTO

Es normal tener dudas sobre qué áreas de acción elegir, dado que el rango puede ir desde rediseñar la página de Contacto, hasta redactar el contenido de una nueva página. Para ello, puedes utilizar un mapa de rendimiento que te permita medir rápidamente tus progresos.

Este marco de trabajo te ayuda a rastrear tus acciones para asegurarte de que estás centrándote en mejoras valiosas de tu sitio web. Además, te ayuda a estar en la misma página con otras partes interesadas del proyecto y del negocio.

Un mapa de rendimiento tiene tres temas principales: establecer, optimizar y expandir

## ▷ ESTABLECER

Este tema gira en torno a las actividades que van a cimentar tu proyecto. Puedes «establecer» el tema de tu mapa de rendimiento de sitio web así: cosechando la fruta madura o realizando acciones de alto impacto fáciles de llevar a cabo tras el lanzamiento, construyendo una audiencia que te permita recopilar datos y ejecutando experimentos con esa información.

## ▷ OPTIMIZAR

Todo lo relacionado con mejorar la experiencia del usuario y con impulsar los resultados de tu negocio lo abarca el tema de optimizar. Es primordial mejorar la usabilidad del sitio para que los usuarios puedan extraer información. Por ejemplo, una alta tasa de conversión puede indicar que la fricción en los pasos de tu embudo de conversión es reducida.

## ▷ EXPANDIR

El tema de expandir consiste en aplicar el potencial del sitio web para colaborar con otros departamentos a conseguir sus objetivos e impulsar los resultados de negocio. Esto podría incluir desde ofrecer recursos a los usuarios que faciliten el trabajo del equipo de ventas, hasta ayudar al equipo de servicio a reducir los tickets de soporte y las llamadas entrantes.

## ▷ PLANIFICAR

Primero, el ciclo de diseño orientado al crecimiento necesita planificación. Identifica los elementos más impactantes en el momento actual. Planifica implementar los mejores en el ciclo actual.

Varios pasos entran en la fase de planificación:

### 1. Determina el foco actual

Tu sitio web es la herramienta definitiva para catapultar el crecimiento general de tu negocio.

Con el mapa de rendimiento puedes hacer coincidir el ciclo de vida de tu sitio web. Una vez lances tu primera versión del sitio web, te centrarás en los pasos de establecer y optimizar. Cuando prograses, puedes centrarte en el paso de expandir.

Recuerda: tu sitio web es único, y es primordial que permitas que las métricas de rendimiento y la experiencia te guíen en la dirección del éxito.

Cada trimestre debes evaluar cómo dividir tus esfuerzos continuos entre cada area de acción, basándote en las métricas de rendimiento. Una vez lo tengas claro, debes mantenerte ahí, ya que esto podría causar mermas en tu progreso.

## **2. Investiga la experiencia del usuario (UX)**

Una vez que hayas decidido tu área de enfoque, es el momento de realizar una investigación de la experiencia del usuario (UX), para comprender qué desafíos o puntos de fricción se encuentran los usuarios de tu sitio web cuando tratan de alcanzar su progreso.

## **3. Haz una lluvia de ideas de los elementos de acción**

Cuando tengas claros los desafíos de tus usuarios, es la hora de hacer una lluvia de ideas de todos los nuevos elementos de acción que puedes construir. Estos elementos deben ir orientados a impulsar el valor del usuario mientras mejoran la métrica de rendimiento de tu área de enfoque actual. Todas tus ideas deben relacionarse con el área de enfoque actual de tu proyecto.

#### **4. Prioriza tu lista de deseos**

Con tu lista de ideas, debes priorizar cuáles son los elementos de acción de mayor impacto que puedes implementar para mejorar el rendimiento de tu área de enfoque. Según tu capacidad, irás seleccionando elementos de acción de alto impacto hasta que te quedes sin capacidad. Todo lo que quede fuera, se reconsiderará en el paso de planificación del próximo ciclo.

#### **5. Escribe una ficha de elementos de acción**

Con esta lista de elementos de acción de alto impacto para tu sprint actual, escribirás fichas de elementos de acción con cuatro elementos clave:

1. Un esquema del escenario específico del cliente en forma de «declaración de trabajo»
2. Una declaración de hipótesis sobre el cambio propuesto y el impacto que tendrá.

3. Cualquier investigación o dato que respalde tu hipótesis.
4. Un diseño experimental de cómo planeas probar la hipótesis.

## ▷ CONSTRUIR

Una vez tengas listo el enfoque y los elementos de acción que vas a implementar, puedes pasar al segundo paso en el ciclo de mejora continua: Construir. El objetivo del paso de planificación es organizar un sprint de trabajo que te ayude a completar todos los elementos de acción de alto impacto.

Aborda la creación de elementos desde un punto de vista agresivo. Si trabajas con un equipo, sincroniza horarios, reuniones y horarios de trabajo.

Después de construir tus elementos de acción, es el momento de configurar los experimentos que te ayuden a medir el impacto que tiene cada elemento de acción para validar la hipótesis original.

De este modo, puedes hacer que tu audiencia empiece a interactuar con tus experimentos rápidamente. Cuando el periodo de tiempo de cada experimento finalice, pasarás al paso del ciclo: Aprender.

## ▷ APRENDER

Durante el paso de aprendizaje, necesitas retroceder un paso para revisar los experimentos que estás ejecutando para extraer la información de la

audiencia que estás investigando. Aquí comprobarás si tu hipótesis original era correcta o estaba equivocada. Ambos resultados son valiosos, especialmente cuando empiezas a descubrir qué ideas funcionan mejor.

Evaluar los resultados para obtener más información sobre tu audiencia es básico. Aprendes qué te dicen tus acciones y los comportamientos de tu audiencia. A medida que repitas el ciclo, más conocerás a tu audiencia. Conocer a tu audiencia es el camino rápido para impulsar los resultados de tu negocio: proporcionando valor y alcanzando las métricas de tu objetivo.

## ▷ TRANSFERIR

La transferencia es el paso final del ciclo de mejora continua. Aquí compartes aprendizajes e intercambias ideas en toda la empresa para impulsar los resultados de todo el negocio.

Comparte los resultados de los experimentos realizados durante el mes previo. Con tus recomendaciones basadas en tus aprendizajes puedes mejorar todas las áreas de la empresa. Recuerda consultar otros departamentos para obtener información que te ayude a refinar tu investigación de usuarios.

Puedes aprovechar todo lo que conozcas para brindar una experiencia de usuario constante durante todas las interacciones con tu empresa.

La clave es buscar posibles oportunidades para colaborar con otros equipos de tu empresa.

El ciclo para implementar mejoras se repite continuamente, ganando impulso cada vez que los repitas. Normalmente, el ciclo dura dos semanas, y se crean nuevos elementos de acción para impactar el enfoque actual del trimestre. Con el tiempo aprendes y mejoras lo suficiente en esa área de enfoque y cumples con la meta métrica que estableciste. Luego, pasarás a un tema nuevo o te centrarás en en la hoja de ruta de rendimiento del sitio web para comenzar el ciclo nuevamente.

En definitiva: la metodología orientada al crecimiento empieza con la planificación y la investigación en la fase de estrategia, que concluye con a creación de una lista de deseos sólida.

La lista de deseos está integrada en el sitio web de la plataforma de lanzamiento. En esta fase, estás creando un sitio web que se ve y funciona mejor que el actual, pero que es un punto de partida para tu sitio web que impulse los resultados de negocio.

Luego, comenzarás la fase de mejora continua con una mejora mes a mes.

Este proceso es la mejor alternativa de diseño web tradicional: lanza un sitio web con el proceso de «configurar y olvidar» de una metodología obsoleta.



Esta es la única manera de mejorar continuamente, utilizando el sitio web para ayudar que todos los aspectos de tu negocio crezcan y consigas resultados mes a mes.

El diseño orientado al crecimiento convierte tu sitio web en un avión, pero todavía necesitas del combustible de marketing y ventas para que tu avión vuele cada vez más alto. Sitio web, marketing y ventas deben estar interconectados y funcionar juntos para maximizar el rendimiento de tu negocio.

¿Te sientes con ganas de transformar todos los desafíos clásicos del roto proceso tradicional de diseño web para transformarlo en un nuevo libro de estrategias que impulse los resultados de tu negocio? Este es el presente del diseño web y el manual para crear un sitio web de máximo rendimiento.



**LIBRO GRATIS**

**Cómo Desarrollar una Estrategia Orientada a Impulsar los Resultados de tu Negocio**

**OBTENER AHORA**

Si te sientes inspirado para crecer como especialista en marketing y diseño web, entonces estás listo para superar el proceso obsoleto del diseño web tradicional. ¡Es tu misión transformar el mundo con tu sitio web!