

Guía para sitios Web presenciales

(J.H.Escrivá)

Un sitio Web presencial por lo general contiene la siguiente información:

INICIO:

Puede contener una página de inicio que contenga alguna información general sobre la empresa, o los objetivos de la empresa, ventajas (que ofrecemos de diferencia respecto a la competencia) o los objetivos de porqué se crea este sitio Web. Puede mostrar un eslogan.

No es obligatoria una página de INICIO, se puede cargar directamente una página en concreto, por ejemplo ¿QUIÉNES SOMOS?, si con esto cumplimos el objetivo que nos propusimos al crear un sitio Web.

¿QUIÉNES SOMOS?:

En este apartado se puede dar detalles de cómo y cuando se creó la empresa, objetivos de la misma, ventajas, detalles del local. Debemos contar y aportar sólo aquello sobre la empresa que pueda ser de interés al usuario, y nos beneficie en imagen ante el mismo, además les genere confianza y conocimientos de nosotros como empresa o profesional, y de ser posible, los puntos que nos diferencian ante la competencia (este último detalle siempre es positivo remarcarlo en una página de INICIO o al inicio de esta sección).

SERVICIOS:

Este apartado por regla general contiene un submenú, con todos los servicios que prestamos, si queremos explicarlos en detalles e incluso con ejemplos del mismo al usuario, y fotos de apoyo visual, si fuera posible.

En caso de no ser posible o conveniente explicar los servicios en detalle, podría ser un listado de los servicios que prestamos con una breve descripción de cada uno, y una foto genérica si fuera necesario reforzar el mensaje de nuestros servicios.

También podemos añadir si fuese necesario por el tipo de servicio que prestamos, condiciones, horarios, calidades, etc...

PRODUCTOS:

En este se debe mostrar un catálogo de nuestros productos, ya sea con muestras generales: productos estrellas o representativos con una breve descripción y foto del mismo.



O un catálogo más específico mostrando cada uno de nuestros productos, con una descripción y una foto del mismo. En este caso, siempre se debe mostrar primeramente una descripción general y la posibilidad al usuario, de ampliar esta información, ya sea preguntándoles a ustedes o la posibilidad de leer esta misma información ampliada en la misma Web.

PREGUNTAS FRECUENTES:

Este apartado no es obligatorio presentarlo; pero si sería interesante para aquellos negocios dónde el cliente suele preguntarnos cosas que no podemos responderles ni en el apartado de contactar ni en la descripción del producto o servicio.

Por ejemplo, el horario de una tienda y teléfonos puede responderse en el apartado contactar. La calidad de la tela que vendemos, en la descripción del producto, y si llevamos la tela a casa podemos responderlo en cualquiera de los dos apartados anteriores.

Aquí irían otras preguntas que nos hacen frecuentemente y no podemos incluirlas en los otros apartados. La mejor manera de saber que preguntas con sus respuestas podemos incluir en este apartado, es ir anotando las preguntas que nos hacen a diario nuestros clientes.

CONTACTAR:

Este apartado puede contener sub-apartados como:

- Formulario de contacto
- Horario, dirección, e-mail, teléfonos...
- Mapa de localización

No es necesario que el CONTACTAR contenga todos estos sub-apartados, sólo aquellos que creamos que será de interés para el usuario/cliente y que además se ajusta al tipo de servicio al cliente que prestamos.

Por ejemplo, si no estamos acostumbrados a usar el e-mail y sabemos que no vamos a responderle por esta vía a nuestro cliente, entonces es mejor obviar el formulario de contacto y el e-mail; que aunque estemos limitando vías de acceso al cliente hacia nosotros, es preferible siempre responderle al cliente, que dejarlo de hacer.

Además podemos informar si tenemos un horario de atención telefónica para encargos o preguntas, además de nuestro horario de venta al público.

AVISO LEGAL:

Este apartado es de obligatorio cumplimiento por la Ley de la Sociedad de la Información (LSSI/CE). Debe contener la razón social de la empresa, NIF/CIF, y dirección.

Además contendría información sobre la propiedad intelectual del sitio Web, normas de uso, y sobre la protección de datos (si así lo requiere).



También si existiera compra-venta a través del sitio Web, debería contener en este o en algún apartado, las normas de compra-venta, validez, si hay garantía, período de devolución (si hubiera), métodos de pago, etc.

Un sitio Web puede sernos útil para muchas cosas, sólo hay que plantearse para qué lo queremos:

¿Sólo para informar y publicitar sobre nuestra empresa?

¿Para realizar ventas?

¿Para captar más clientes?

¿Para crear una base de datos?

Podemos adicionarle más apartados, en consonancia con nuestras necesidades, podemos hacerle crecer con el tiempo.

Podemos adicionarle un apartado de staff de la empresa, un apartado para y de proveedores, de y para clientes, un apartado de noticias, novedades, enlaces patrocinados, club virtual de asociados, podemos convertir el sitio Web en un aliado de la información y publicidad, podemos convertirlo además en un medio de venta y captación de clientes. Es usar este medio, cómo ha convertido al teléfono, al coche, al fax, al móvil, en un aliado para nuestro beneficio.

Le recomendamos que lean el siguiente artículo (actualizado): **100 Preguntas que Pueden Ayudarle a Planificar sus negocios en Internet** de *Mary Gillen*, para que nos ayude a visualizar cómo puede sernos útil un sitio Web.

J.H.Escrivá

nexo3w@nexo3w.com