

## **Material de soporte para cursos**

Autoras: Vera Caruso (verita@gaiasur.com.ar) y Roxana Bassi (rox@arda.com.ar)

### **Etapas del Desarrollo de un Sitio Web**

Antes de comenzar un Proyecto para la creación de un Sitio Web se deben tener en cuenta una serie de etapas que son muy importantes para llevar a cabo el proyecto en forma exitosa.

#### ***Equipo de trabajo***

Para desarrollar un sitio Web (el diseño del proyecto, desarrollo, publicación, mantenimiento, etc.) se requiere la formación de un grupo de personas que trabajen en forma coordinada.

Dicho grupo debe estar compuesto por personal de diferentes áreas de la compañía, que deben representar los intereses de su departamento en el sitio Web.

Usualmente se trata de un grupo de cinco a ocho personas, variable según las áreas presentes. Como mínimo debe contarse con:

- Personal de sistemas: que maneje los aspectos técnicos y la publicación en Internet y la interacción con empresas externas que provean servicios para el sitio.
- Personal de Relaciones Institucionales, Publicidad o Marketing: que unifiquen el mensaje del sitio Web con el resto de las campañas de difusión e imagen de la empresa.
- Otros departamentos, según el contenido del site: atención a clientes, marketing, ventas, RRHH, nuevos canales, etc.

Se debe determinar un coordinador general del proyecto, usualmente se trata de personal de sistemas.

Este grupo tiene como responsabilidades:

1. definir la audiencia y objetivos del sitio.
2. definir la imagen del sitio.
3. definir los contenidos a colocar, en base a cada uno de los departamentos involucrados.
4. difundir la existencia del sitio y representar a los intereses de todos los departamentos de la empresa.
5. mantener el contenido actualizado y renovado

Una vez definido el proyecto, se llevará a cabo el desarrollo, que puede realizarse con personal interno o subcontratando a otras compañías especializadas.

## Desarrollo de un Sitio Web

El grupo no necesariamente está compuesto por personal de la compañía exclusivamente, sino que se puede contratar personal para cumplir una función específica. La participación activa de la empresa en el grupo de trabajo es crucial para llevar adelante el proyecto.

### ***Definiciones del proyecto: alcance, audiencia, objetivos y atractores***

Una vez formado el grupo de trabajo la siguiente etapa es establecer el alcance, la audiencia, los objetivos y los atractores del sitio Web.

No hay que olvidar que un sitio Web no es un proyecto con fecha de finalización, sino que se trata de un trabajo constante que se realiza por etapas. Al inicio se planteará un sitio Web limitado, pero organizado, y se seguirá trabajando para que el sitio web evolucione en forma continua.

En esta instancia, se recomienda realizar reuniones con todos los miembros del grupo, y analizar al menos las siguientes cuestiones:

- ¿A quién queremos llegar con el sitio? ¿Para qué? ¿Nuevos clientes, afianzar las relaciones con los clientes actuales? ¿Crear un grupo de interés?
- ¿Cuál es el mensaje que se quiere transmitir? ¿Cómo se piensa hacerlo?
- ¿Qué imagen de la compañía se quiere mostrar?
- ¿Cada cuánto tiempo se modificará o actualizará la información publicada?
- ¿Qué sector es responsable de cada parte del sitio?
- ¿Cómo atraeremos a los visitantes? ¿Cómo lograremos que retornen?

**Atención: Esta etapa es crucial, ya que de las definiciones que se realicen en esta instancia se generará todo el contenido a publicar. Se recomienda también que en este momento del proyecto, se dividan las actividades y se comiencen a estimar plazos.**

Es recomendable tener por escrito todas las pautas acordadas, para revisar luego de terminado el proyecto.

El inconveniente que un sitio orientado a información institucional debe superar es cómo hacer que las personas que no tienen un interés especial en la empresa y sus productos y/o servicios se acerquen a él. Para aumentar la cantidad de visitas en el mismo y por lo tanto aumentar las posibilidades de captar nuevos clientes es necesario crear uno o más de los llamados “atractores”.

El mismo consiste en un servicio o información que la organización maneje o conozca y que pudiera dar gratis a la comunidad. Si el atractor tiene éxito, se convierte en la puerta de entrada de visitantes al sitio, porque simplemente entre los mismos navegantes se van pasando el dato de la utilidad del contenido del sitio. No es recomendable que el atractor consista simplemente en una lista de enlaces: es muy fácil que los usuarios se vayan por ellos a otros destinos y no vuelvan más. El atractor debe retener a los navegantes, entretenerlos, cambiar regularmente, fomentar la participación, y debe tener además alguna relación con la organización.

Como ejemplo, los objetivos podrían ser:

*“Objetivos:*

*1 Lograr presencia institucional en la comunidad de Internet con información de interés para los visitantes (usuarios o no de los servicios de la empresa). Dicha información debe estar presentada de manera clara, concisa, sintética, sustanciosa, permanentemente actualizada y de fácil acceso para los usuarios que la visiten. Debe contestar a las preguntas de ‘Quiénes somos, que hacemos y hacia adonde vamos’.*

*2 Contar con una posibilidad más de comunicación para:*

- Informar de los Servicios/Artículos que brinda la empresa y los medios disponibles para obtenerlos.*
- Notificar Novedades, Promociones Especiales, Eventos que Auspiciamos y/o participamos.*

*3 Obtener datos de nuestros visitantes :*

- Clientes: Recepción de comentarios sobre los productos y servicios. Solicitudes de información; etc.*
- No clientes: Generación de prospectos. Base de datos de marketing y telemarketing de la empresa. Evaluación de potenciales usuarios de los servicios.*

*4 Para atraer a los visitantes ocasionales, crear un sitio que brinde información adicional de interés para ellos y enlaces hacia entidades que brindan información actualizada y de utilidad para el target específico.”*

La audiencia podría ser:

*“Debido a no contar con información cierta de nuestros clientes para generar algún tipo de análisis (edad, sexo, estudios, ocupación) se definió que el proyecto debe enfocarse en forma global hacia:*

- una audiencia local (nuestro país) de usuarios de Internet*
- clientes de la empresa (servicio al cliente)*
- usuarios de Internet de nuestro mercado. El rango de edades se estima entre los 15 y los 55 años.*
- Periodistas y Prensa*

*Como patrón de comportamiento, el usuario de Internet que se dirija al sitio porque lo busca especialmente, debe contar con acceso eficiente a la información que requiera. No es necesario limitarse en la información a colocar, es mejor que sobren datos (ya que debido a la flexibilidad del hipertexto, la abundancia no molesta ni satura), pero asegurarse de que cada visitante encuentre exactamente lo que necesita saber. Un visitante que no encuentra lo que desea en una visita probablemente no retorne por un buen tiempo.*

*Recordemos que el contenido de las diferentes áreas debe estar claramente orientada al usuario final. Por lo tanto debemos ser claros y evitar terminología de uso normal para el profesional pero desconocida para el hombre común.”*

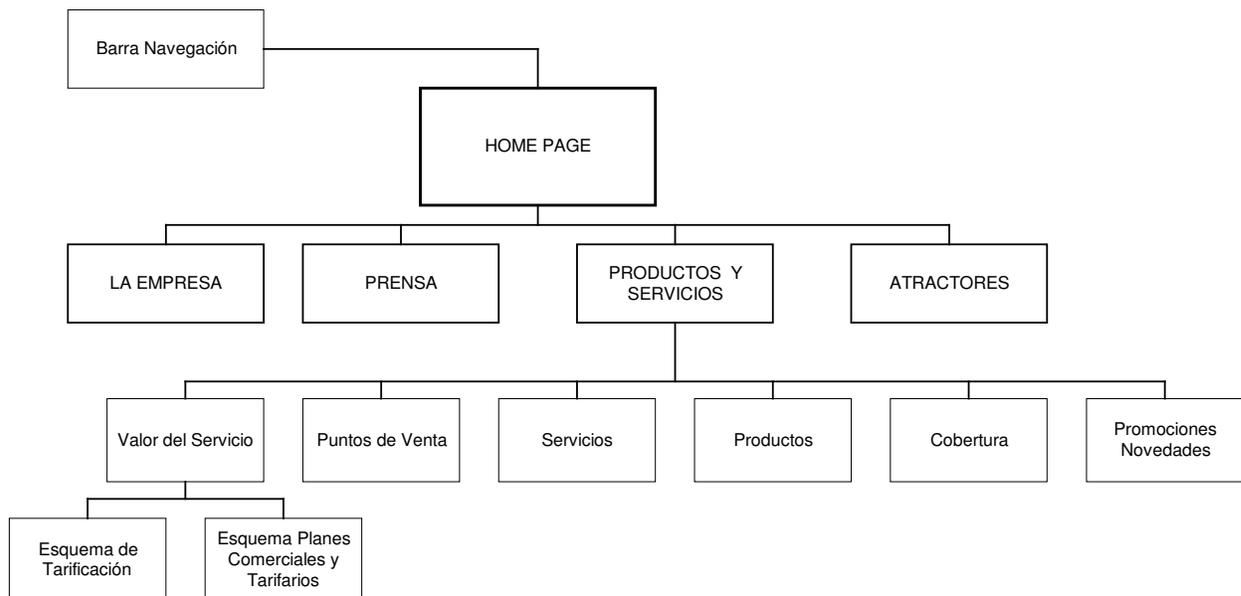
### Contenido

Esta etapa se crea o adapta todo el material que se desea publicar en la Red. Para ello, se puede tomar material ya existente (folletos, documentos, información institucional) que deberá ser convertida para Internet (digitalizado, mejorado, reducido), o bien crear material nuevo que acompañe el estilo elegido para el sitio.

Usualmente, el grupo de trabajo definirá la estructura general del sitio y asignará responsabilidad a un determinado departamento sobre determinadas secciones.

Los aspectos generales del sitio (Home Page, barras de navegación, formas de contacto, formularios, gráfica) se definirán por consenso del grupo y son responsabilidad del coordinador o Webmaster (responsable operativo del sitio, interno o externo).

Ejemplo de una estructura general:



El hecho de que las diferentes áreas del sitio figuren ordenadas en una cierta jerarquía no significa que los contenidos estén organizados sólo de esta manera.

El uso del hipertexto como base estructural y funcional permite que cierto material que está dentro de cierta área, también “esté” disponible desde otros lugares del sitio.

A su vez, las áreas principales deberían estar disponibles siempre en una “barra global de navegación” tal que para saltar de un lugar a otro del sitio no fueran necesarios mas de dos clicks.

El responsable de cada sector será quién deberá recopilar el material de su área, deberá organizarlo y prepararlo para el sitio.

Del material a colocar debe tenerse en cuenta: la organización de los contenidos, el lenguaje que se utiliza, como se lo ilustra, la coherencia con el resto del sitio, etc.

### ***Aprobación***

Una vez generado el material, y autorizado por el responsable de cada área (que puede no ser el miembro del equipo de publicación), el material se prepara para colocar en el sitio.

El sitio Web ya está listo, pero aún no está visible en la Web. En este momento, el directorio o los responsables de la organización deben revisar todo el material y aprobarlo para su publicación. Es en este momento cuando se realizan los ajustes finales de los textos, gráfica, etc.

**Antes de poder publicar todo el material es necesario prestar atención a ciertos factores: dónde será publicado el material (hosting, housing, etc.), quién se encargará de “subir” todo al servidor, algunos aspectos de seguridad y si se utilizará algún nombre de dominio (por ejemplo mi-empresa.com.ar).**

### ***Publicación***

Esta es la etapa más corta y simple del proyecto, si es que sean seguido las anteriores en forma correcta. Simplemente hay que copiar todo el material generado (páginas, gráficos, sonido, programas) a la Web para que pueda ser visitado por cualquier navegante.

### ***Actualización constante***

La primera versión del sitio ya está en línea. Puede que haya sido un éxito, o que los objetivos y la audiencia planteados no hayan sido correctos. Esta es la etapa de corrección, donde se puede modificar el contenido.

En base a los comentarios de los visitantes, las opciones de otros miembros de la compañía, y los registros de accesos al sitio (estadísticas) puede obtenerse información acerca de qué tan bien se están cumpliendo los objetivos iniciales.

A partir de estos elementos comienza una nueva etapa de evolución del sitio: se corrigen los errores, se reacomoda la información dentro de la estructura del sitio, se cambian datos, se agregan nuevas secciones.

**En forma periódica es recomendable hacer un “lavado de cara” al sitio web, cambiando no sólo la gráfica sino también la organización de la información.**