

SOFIA

**“Pilares esenciales para entender a su
WEB y sus necesidades”**

Método de fácil comprensión para Autónomos y PYMES

SOFIA El Método

TÍTULO: El Método SOFIA

AUTOR: Luis Javier Ruiz Pérez

El método SOFIA

Para mi mujer María
y mi hijo Diego,
por su apoyo

Para mi madre Mercedes
por su lucha, por todo.
Y a mi familia,
y amigos...

NOTAS DE AUTOR

El Futuro empieza HOY...

...y sin duda uno debe levantarse cada día con esa premisa, si realmente quiere ser innovador, o al menos parecerlo. Por otra parte, es inevitable que aquello que ayer vimos como herramienta de futuro sea HOY derrotado por una invención superior, un objeto de deseo que deja tu inversión de ayer en algo perteneciente al pasado, y encima tienes que aprovecharlo el máximo de tiempo posible para rentabilizarlo. Y en esas andamos..., viviendo a una velocidad de vértigo, amoldando nuestras vidas a Internet porque no hay vuelta atrás, ya nadie dice “eso de Internet no sirve para nada”. Hoy todo el mundo sabe que el futuro pasa por la red, estés donde estés y, si estás deslocalizado, con mayor necesidad si cabe.... ¿o no...?. Pues lamentablemente no, gran parte de nuestros empresarios aún creen que no es así, y creo que es porque nadie se ha molestado en explicarlo. Esta es la razón principal que me ha llevado a crear este método de fácil comprensión de la web.

Aunque mi pasión por la producción web se remonta al año 1996, no es hasta 1999 cuando puedo comenzar a ganarme la vida desarrollando mis primeras páginas. Desde entonces y hasta ahora, las únicas acciones globales y populares conocidas llevadas a cabo por el gobierno de España en esta materia se limitan a la subvención de material informático y líneas ADSL. Pero sobre todo muchos cursos de diseño web a PYMES y empresarios autónomos, como si de repente alguien que hace un curso de 150 horas pudiera comprender siquiera cual sería la mejor portada para su Home Page. Y eso lo digo tan rotundamente porque en la elaboración de un completo

El método SOFIA

proyecto web convergen, al menos que recuerde a bote pronto, 5 sectores diferentes. Dicho lo cual, o estás especializado en diseño, programación en varios lenguajes, publicidad, periodismo, dirección de contenidos etc.. o va a ser que esa web corporativa va a tener poco de web, y la imagen de tu empresa poco de corporativa. No necesitamos enseñar a auto-confeccionar las necesidades sino a entender y dominar las ideas principales de las mismas, para saber DELEGAR con un mínimo de tranquilidad y confianza en la inversión realizada.

Los tiempos que vivimos en nuestro país en el momento de escribir este libro (Nov. 2011), sumergidos en una crisis a la que nadie parece encontrar una salida satisfactoria, se deben en gran parte a la incompetente adaptación de nuestra sociedad tradicional a la denominada sociedad digital. Si bien la adaptación de los estamentos públicos ya ha sido lenta y confusa, de poco nos sirve poder gestionar lo nuestro desde el sofá de nuestras casas si no hay nada que gestionar. Debemos FORMAR a los empresarios en la PRODUCCIÓN de su sitio en la web no en la ELABORACIÓN del mismo.

Por último, deseo indicar que procedo de una tierra que ha sido testigo de excepción del nacimiento de la información digital. A mediados de los años 80, en la ciudad de Ponferrada (El Bierzo - León) se editó con impresión digital el Semanario Bierzo 7, que pasa por ser uno de los primeros periódicos digitales del mundo y el primero realizado en España de estas características. Apple Inc. adquiría unidades regularmente para enviar a las rotativas más representativas del panorama mundial (Le Monde, NY Times, W. Post, La Nación etc..) y los bercianos disfrutábamos cada semana de un periódico envidiado a nivel mundial gracias a nuestro paisano Mario Tascón, quien ha sido para mí una referencia constante en mi búsqueda de innovación en la red.

Del mismo modo, quiero dar las gracias a mi tío Manuel Carlos Pérez, que me llevaba a las reuniones del Club Commodore cuando tenía 14 años, y me facilitó PC's hasta un 386. A partir del 486DX ya me los pude comprar yo...

El método SOFIA

pero quien sabe de lo que hablo también sabe que hay algunos años entre el Basic del Vic20 y el Windows 3.1 con “ratón”. La posibilidad de usar y conocer todas esas máquinas se la debo a él y, por tanto, emocionarme con ellas hasta llegar a la red también.

Un agradecimiento más para mis compañeros de FELE (Federación de Empresarios de León) y APEINTEL (Asociación de Profesionales de Informática y Nuevas tecnologías de León). De forma especial a Javier Morán por contar conmigo para representar en El Bierzo a los profesionales de la informática desde la asociación, y a David Abril por animarme a compartir con el mundo mi particular visión de la realidad digital en la empresa, y la solución que planteo a través del Método SOFIA.

Para terminar quiero pedirle a usted lector/a, que lea este libro de forma continuada sin tomar notas. Puede parecer que hay mucha información de otros sectores que no domina. Sin embargo, al final recordará los primeros argumentos y se convencerá de que esta es una base esencial que antes desconocía, y que le ayudará a creer en Internet, en su web y en sus inversiones en ella.

Luis Javier Ruiz

”Nací D.J. y así moriré si me lo permite, señora...”

INTRODUCCIÓN

- **WEB o no WEB** (That is the question)
- **Antecedentes:** ¿Quién hizo mi web y por qué...?
- **SOFIA:** 1er Método de fácil comprensión para la empresa

El método SOFIA

WEB o no WEB (That is the question)

Como comentaba en el prólogo de este libro, hoy todo el mundo sabe que el futuro pasa por la red, estés donde estés y, si estás deslocalizado, con mayor necesidad si cabe. Pero lamentablemente una gran parte de la población se niega a aceptarlo, porque realmente no ve en ello algo que ofrezca una respuesta rápida, dado que el pequeño comercio de su vecino tiene una web y no vende nada a través de la misma. Esta puede ser una razón...

Otra razón podría ser que, aparentemente, uno cree que su producto es imposible de vender a través de Internet. Y sin duda, no deben existir muchos productos que no hayan sido vendidos ya on line. En todo caso, no puedo decirles cómo tienen que enfocar su inversión en la red, porque uno no entiende de todos los sectores. Pero sí puedo decirles que si no se implican y se empeñan en no tener una presencia web es probable que su etapa de empresario tenga los días contados.

Si usted ha adquirido este libro para intentar convencerse de que debe hacer una web para su negocio o empresa ha elegido bien, porque si consulta el método SOFIA que presentaremos a continuación y comprende el funcionamiento y la creación de una web, entonces usted mismo se convencerá de ello. Principalmente porque sabrá por dónde empezar a gestionar su presupuesto.

Gran parte del sufrimiento económico que estamos padeciendo se debe en gran medida a la falta de clientes. No me refiero a clientes de web (que sí), me refiero a clientes en general. Es obvio que si uno tiene una relación diaria con las nuevas tecnologías acaba comprando productos fuera de su localización. La variable "precio" manda y hay productos que merece la pena NO adquirir en el comercio de la ciudad. Por la misma razón, no espero que mi vecino propietario de un comercio vaya a gastar un duro en mi tienda online, puesto que solo usa Internet para ocio y tiene miedo a usar sistemas

El método SOFIA

de pago online. Esta es otra razón ya contemplada por nuestros representantes TIC.

Parece lógico pensar, por tanto, que una buena forma de poner en marcha la rueda, y en movimiento el dinero, es que los empresarios invirtiesen en web y en conocimiento de la misma. Con ello los productores ganaríamos mucho dinero sí, pero lo podríamos gastar, por ejemplo, en el colmado de al lado (que ya tendría tienda on line y podríamos dejar la compra lista para ir a recogerla, aunque nos cobre un poco más que antes). Y el propietario del colmado a su vez, se convertiría en cliente web lo que abriría muchas perspectivas sobre la utilización que se hace alrededor de las TIC. El objetivo finalmente es atraer a un cliente que no merodea por el barrio, o por la ciudad, o por el país.

Podríamos pensar que el resto del mundo está vendiendo sus productos al precio que les da la gana porque tienen una magnífica estructura web, y nosotros tenemos unos productos fuera de serie pero estamos buscando clientes, porque no sabemos qué es eso del 2.0. El hecho de que nadie explique el 1.0 (porque está “caducado”) es razón suficiente para entender por qué estamos siempre los mismos en las ponencias TIC 2.0. Esta sí que es una buena razón

Como indicaba en el prólogo, mi opinión personal es que nadie se ha molestado en explicarlo. Esta es la razón principal que me ha llevado a crear este método de fácil comprensión de la web. Porque además de animar al novato o mejorar la perspectiva del usuario, es mi deber decirles a los gurús del 3.0 que se puede estar al día con relativa facilidad..., lo difícil es ser líderes por conseguir que los demás comprendan lo que tenemos entre manos, eso que nos empeñamos en decir que ya es el presente, no el futuro, sobre todo cuando la estabilidad financiera de todos está en juego.

Facebook, Twitter, Foursquare, Tuenti, Instagram, Google+, Linkedin etc.. son aplicaciones que están cambiando la forma de pensar de muchos sobre

El método SOFIA

las posibilidades de la web. Añadiremos que Steve Jobs (Gracias por siempre Steve) nos puso en la mano un celular referencia que hará la vida móvil, multiplicando las posibilidades y expandiendo los usos entre los más jóvenes de una manera vertiginosa, y con aplicaciones creadas por ellos mismos. Tanto es así, que es probable que tu abuelo no tenga ni idea de qué le hablas cuando le hablas... Esta es una fantástica razón para frenar de vez en cuando y reconsiderar cómo de mal estamos haciéndolo.

Aquí, en la sociedad digital para con los mayores, también existe un vacío de información y conocimiento digno de un Estado de pasotas. Conozco un proyecto en una ciudad española que ha creado una necesidad a los mayores de tal modo que salieron de las clases de informática sabiendo acceder, a duras penas, a su cuenta de Gmail y navegar en Google. Ahora ellos mismos han aprendido a escanear sus fotos preferidas, embargados por la “1ª emoción de las redes sociales” y hasta altas horas de la noche, para compartir el pasado a través de fotografías que guardaban con amor y cariño. Es algo simple, pero al tiempo es algo grande y un ejemplo de que no estamos usando con cabeza nuestros recursos desde las instituciones para facilitar la comprensión y adaptación de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de la sociedad. Esa adaptación a los usos traerá consigo la inevitable necesidad de crear cada día más servicios locales en la Red.

¿Me va a decir todavía que no tiene que tener una presencia en la web?. Voy a ponerle un ejemplo práctico pero interesante, que quizás le ayude a adentrarse con mayor interés y pasión en la lectura de este libro:

“...Tengo un amigo al que le gustan mucho los zapatos “Camper” (marca española conocida internacionalmente) y sabe perfectamente el modelo, color y talla que quiere pues como decimos es un seguidor de la marca. Aparentemente, una zapatería es uno de los peores negocios para disponer producto online, dado que estamos acostumbrados a probarlo antes de comprarlo. Sin embargo, en cuanto al producto en cuestión que le interesa a mi amigo, estamos hablando de unos zapatos que cuestan lo mismo en El

El método SOFIA

Corte Inglés, en una Tienda Camper o en una zapatería que trabaje la marca en su localidad.

Ahora vamos a añadir la necesidad, mi amigo vive en los alrededores de la ciudad y cuando viene al centro, dos veces por semana, tiene que realizar un montón de recados. Razón por la cual, si una de las zapaterías de la ciudad tiene una presencia web, aunque no disponga de un servicio automatizado de pagos on line es probable que tenga diferentes opciones de contacto, y que mi amigo opte por resolver su compra antes incluso de viajar la ciudad, con lo que solamente tendría que ir a recogerla.

Por otra parte, el pequeño empresario que solo se decidió a crear una presencia web para tener un mínimo de su negocio y marca en la red – o porque hay que estar ahí...- ahora ve como su inversión comienza a ser rentable. Ha encontrado un cliente objetivo más cerca de lo que pensaba y ahora puede estar planteándose realizar cambios e inversiones en este tipo de aspectos que pueden hacer que su web de zapatos (“incomprensiblemente”) sea rentable y se autofinancie, e incluso aporte beneficios a medio plazo.

Me gusta este ejemplo porque hace pensar a todos a quienes se lo planteo, lo del calzado en el sector en el que me muevo suena chocante, a bote pronto extraño para todos los ponentes y profesionales con quien lo comparto. No obstante, siempre consigo una sonrisa como respuesta y algún comentario positivo al respecto. Un profesional del calzado descendiente de comerciantes del mismo sector me dijo en una ocasión: “es una buena manera de hacerlo entender..., acabo de aprender a vender zapatos otra vez”. Bueno, en realidad, cuando las personas alejadas a Internet empiezan a entender las posibilidades de la web y su adaptación a la Sociedad 2.0 siempre encuentran fórmulas para vender su producto “de otra manera”, no es culpa mía... ;-)

Me gusta emplear marcas españolas porque en mi país hay mucha capacidad e inquietud (a diferencia de lo que nos hacen ver políticos y

El método SOFIA

empresarios fracasados que han llevado a España esta situación de recesión), faltan **inversores** que sepan **delegar**. Por eso espero que el Método **SOFIA** también ayude a los empresarios a comprender la red para que se decidan a invertir y delegar en nuestros ciudadanos, yo no los he encontrado mejores en ningún lugar de la red mundial (amor de tierra pero muy cercano a la realidad). La inversión futura rentable pasa por empresas implicadas de lleno en la red. En todo caso, créanme, apenas hay nada que no se venda por Internet HOY..., y nada habrá que no se venda por Internet en muy poco espacio de tiempo. Siempre en menos tiempo de lo que pensamos, pues todo va siempre más rápido de lo imaginable.

Recuerda:

- ¿Web o no WEB....?. **¡Web es la cuestión!**
- **Delegar** desde un mínimo conocimiento para minimizar riesgos
- Alguien cercano puede ayudarle a entenderlo, pero **SOFIA**

El método SOFIA

Antecedentes: ¿Quién hizo mi web y por qué...?

Ya hemos superado la primera barrera hace años, ya tenemos nuestra web porque somos unos tipos muy modernos y estamos siempre a la última. De hecho, la gente que se ocupó de nuestra página web son unos tipos muy modernos e innovadores también. Y en esas estamos..., que no vendemos nada por nuestra web: Ni vendemos imagen de marca, ni vendemos producto alguno e incluso a veces creo que una presencia así puede ir en contra de nuestra buena imagen al cliente, pues el comercio funciona a las mil maravillas..., y la web denota falta de visitas y efectividad.

Para un autónomo o pequeño empresario es difícil saber a quién acudir a encargarse de la producción de su sitio web. Solo hay que ver la cantidad de lugares donde puede hacerse con una: Tiendas de informática, empresas de publicidad, de comunicación, de telefonía, de transportes (MRW), imprentas (espere que se enteren los bancos) etc... Quién no tiene un pariente en la familia que “domina” la informática y se ha hecho un “curso de diseño de páginas web” de esos que comentábamos al principio, y que tanto han impulsado estamentos, instituciones, consistorios etc.. Y como es realmente difícil saber por dónde empezar, por ello no les culpo, “creo que empezaremos por el pariente, que si la caga al menos sabemos a quién echarle la bronca...” xD.

Una vez más, el Método SOFIA le proporciona la información mínima necesaria para saber por dónde empezar y qué exigir. Esas dudas no serían tales si tuviese en cuenta que en la confección de un proyecto web confluyen numerosos sectores, cuanto más amplio es el proyecto más sectores y especializaciones deben participar en el mismo. Podríamos decir que los mínimos necesarios serían el Diseño, la Programación y el Posicionamiento SEO (Ahora ofertado desde la publicidad, antes solo desde la informática). En realidad, el posicionamiento es algo que tanto programadores como

El método SOFIA

diseñadores han tenido que mamar, incluso antes de que la publicidad se interesase de lleno por Internet y sus recursos, se limitaban a colocar banners y hacer microsites en Flash (tecnología que se prevé que desaparezca en breve). Pero con solo tener en cuenta estos tres elementos ya podemos deducir que:

– En una Tienda de Informática hay programadores pero... ¿y el diseño... ?.

El primer impacto

– En una imprenta tendrán una experiencia innata en diseño pero ¿qué hay de la herramienta, la programación, etc...?. *La utilidad*

– En una empresa de transportes lo que les interesa, en principio, es que tu producto se envíe a través de ellos. Si les interesa que vendas mucho pero les dará igual en qué pensaba usted cuando creó su marca, probablemente con todo el cariño y mimo posible. Cualquier sistema de auto-configuración en base a plantillas repetitivas es un error, no se recomienda a ninguna empresa.

– En las papelerías, mejor siga haciendo las invitaciones de comunión. A no ser que usted sea de los que se hace sus tarjetas con al impresora en casa.

– Lo de su pariente, creo que ya lo habrá desestimado usted mismo. ¿Tiene experiencia dilatada y contrastada en programación web o diseño?.

Etc....

Recientemente, gracias a la expansión del 2.0 y las redes sociales, las empresas de publicidad y comunicación se han acercado más a nuestra labor y cometidos, más incluso que las propias tiendas de informática, de las que hemos dependido en gran medida a la hora de captar clientes web. Las agencias de comunicación acostumbran a subcontratar producto porque conocen la necesidad de entablar sinergias con otros sectores. Están acostumbrados, por tanto, a delegar y trabajar en equipo, pero también a buscar su “necesidad” y luego aplicar las herramientas y acciones

El método SOFIA

correspondientes. En principio, es la mejor recomendación que yo podría hacerle, lo cual no significa que sea sinónimo de éxito. De hecho, el éxito puede venir producido de cualquiera de los otros comercios del descarte. Lo que importa es que usted entienda la sinergia sectorial existente y que tenga una ligera idea de las posibilidades según las necesidades, que conocerá en breve.

"La Web es un puzzle con piezas de diferentes sectores. El éxito depende de muchos..."

No se asuste con todas estas posibilidades que hemos planteado anteriormente, al fin y al cabo es una buena noticia. Si su web no rinde como usted quisiera quizás solo haya que dirigir nuestros esfuerzos a una parte, no a toda la web. Este es otro error común, después de un fracaso en la respuesta, decidir cambiar de empresa y contratar una nueva web completa. Es una buena manera de volver locos a los clientes y de entorpecer la posibilidad de fidelización. Esto último, la fidelización, es lo que está haciendo cambiar la red en estos momentos, pues las empresas están invirtiendo mucho en ello gracias al éxito de las redes sociales. Pero eso viene después, mucho después de pensar en crear y/o modificar la web.

Como punto final a la breve descripción de esta sinergia sectorial, voy a poner un ejemplo de cómo lo desarrollaría particularmente si dispusiera de medios para crear una infraestructura web a medida, sin reparar en gastos, la estructura de trabajo mínima que elegiría sería probablemente similar a esta:



El método SOFIA

SOFIA

**“Pilares esenciales para entender a su
WEB y sus necesidades”**

Método de fácil comprensión para Autónomos y PYMES

SOFIA El Método

El método SOFIA

El método SOFIA pretende explicar de manera sencilla de qué está compuesta una web, o qué factores hay que tener en cuenta para tener un mínimo de control sobre lo que se está haciendo con la web de su empresa. Son cinco *mandamientos* que deberá tener en cuenta y cumplir lo mejor posible, de ello depende el éxito de su sitio web. Estos cinco conceptos deben ser analizados en el orden que se exponen, y puestos en práctica del mismo modo. Si no se presta atención a cualquiera de ellos el resto deja de tener sentido y la acción web deja de ser completa, incluso puede acarrear consecuencias negativas.

Los cinco *mandamientos* del método SOFIA son:

SUGERENTE – Diseño + Innovación

ORDENADA - Limpieza + Contenido

FÁCIL - Usabilidad + Programación

IMAGEN - Promoción + Consolidación

ATENCIÓN - Servicio Postventa Definido

El método SOFIA

SOFIA - SUGERENTE Diseño + Innovación

Ya estamos delante del ordenador y vamos a buscar un producto que nos encanta, y que deseamos comprar por Internet de forma inmediata. Introducimos la palabras mágicas GOOGLE.COM y aparece ante nosotros el buscador referencia desde que Internet es Internet (en los inicios de Internet eran Mosaic y Ole.es en España). Concentrémonos en dos o tres palabras claves para encontrarlas y ZAS!!, aparecen los resultados en la pantalla, 20 enlaces y otros patrocinados tienen la culpa. Vamos a empezar a abrir páginas, lo cual nos va a resultar una tarea un tanto pesada, razón por la cual es poco frecuente que pasemos de la tercera página de resultados. Es por ello que el *posicionamiento* es vital.

De todos estos resultados habremos seleccionado dos o tres páginas web que disponen de nuestro producto, pero que lo muestran de una forma especial que nos llama la atención, que diferencia a esa web de las otras por su *diseño* y presentación.

Conseguir un buen ***posicionamiento*** es **sugerir** su producto al navegante que busca adquirirlo o información relacionada con el mismo. Al mismo tiempo, dotar a su presencia web de un ***diseño*** profesional le ayudará a pasar con éxito este primer asalto.

En cuanto a la innovación, identificar las herramientas más adecuadas suele ser la mejor opción. Los profesionales que trabajan produciendo web siempre están buscando nuevos elementos que cambian de manera innovadora las formas de presentar los contenidos, o de interactuar con el navegador. Como ejemplo de lo que digo, en el año 2011 en el que nos encontramos, podríamos elegir trabajar nuestra herramienta combinando dos lenguajes como HTML5 y AJAX para conseguir efectos similares a lo que pueda aportar el conocido Action Script de Flash (Casi todos los periódicos incluyen sus videos en Flash, Youtube por ejemplo). Existen muchos microsites que están

El método SOFIA

confeccionados en Flash de Macromedia (ahora de Adobe) y que no servirán de mucho en un futuro cercano. Quizás los directores de contenidos y hemerotecas no contaban con ello, de hecho quién podía hacerlo. La realidad es que cualquier dispositivo móvil que lleve iOS de Apple no puede ejecutar archivos con extensión .swf de Flash (si no está pirateado, claro) y eso está ayudando bastante a prescindir de cualquier opción anterior.

Resumen:

Posicionamiento: Si nos buscan, hay que estar.

Diseño: Si nos encuentran debemos convencer.

El método SOFIA

SOFIA - ORDENADA Limpieza + Contenido

El primer impacto, tras encontrar nuestra web y seleccionarla por su presentación y diseño, es el que denote **limpieza**. Yo llamo limpieza a lo siguiente:

- Huir de los fondos oscuros dando protagonismo al producto. Una web de tipo “portal” ó una tienda virtual deben ser diseñadas con fondos claros.
- A la presentación clara del contenido, con una tipografía que invite a la lectura, imágenes maquetadas en concordancia con la explicación de sus detalles etc..

Sobre el **contenido** hay que decir, en primer lugar, que cantidad no siempre es calidad. Hay portales con miles de referencias en los cuales uno nunca encuentra lo que necesita. Es preferible identificar la información que mejor define a su producto y publicar un catálogo con una selección de referencias que estimule la venta y empuje al visitante a conocer más sobre nuestros productos y nuestra empresa. Jerarquizar el contenido, subdividir en familias pero en 3 clicks llegar al producto deseado.

Resumen:

Limpieza: El primer impacto de forma clara y dinámica.

Contenido: Seleccionar nuestra oferta y disponerla en 3 clicks

El método SOFIA

SOFIA - FÁCIL Usabilidad + Programación

Lo primero que un cliente web espera encontrar al llegar a una web no es su producto exactamente (sería casualidad que un banner en la home lo dispusiese justo cuando entrase). Lo primordial es encontrar rápidamente un modo de dar con lo que busco, y en este sentido hay que distinguir una vez más diversos tipos de usuarios, por ejemplo, por edad.

Presentar los contenidos de forma amigable sobre una herramienta intuitiva es un concepto ya consolidado en la web y denominado “Usabilidad”. El artífice de dicha definición es Jacob Nielsen, una de las personas que más han influido en el desarrollo de la web.

La “Usabilidad”, hacer un sitio web más “usable”, puede afectar a diferentes aspectos. Por ejemplo, elegir la presentación ideal para nuestro tipo de sitio es un buen primer paso para comprender la usabilidad. Si tenemos un despacho de abogados parece propio presentar los contenidos en una web tipo “tarjeta”, donde se suele apostar más por el diseño que por la automatización de procesos, dado que suele ser contenido presencial o una sencilla presentación corporativa. Sin embargo, si lo que queremos hacer es una tienda “on line” con muchas referencias, es probable que nos decantemos por un sitio con una presentación de contenidos en columnas ó tipo portal.

Pero aún hay más, porque según el tipo de diseño que le demos a nuestra web, o dependiendo también de la cantidad de información a presentar, elegiremos una u otra tipografía. Un tipo de letra que sea usable debe ser lo suficientemente grande como para que una persona mayor, por ejemplo, pueda leerla con facilidad. Del mismo modo, debe ser lo suficientemente pequeña como para compartir interfaz con el diseño general. Los botones de los menús deben cumplir el mismo objetivo si quieren ser usables, y si

El método SOFIA

además nuestro deseo es que sea universalmente usable deberíamos pensar en dos aspectos adicionales. El primero es que la programación sea compatible con la mayor parte de los navegadores del y adaptar los enlaces e información visual a las necesidades de las personas discapacitadas, personas ciegas principalmente.

En la “usabilidad” también intervienen otros aspectos como la forma de presentar el contenido, de titularlo, colocarlo en el sitio adecuado en la interfaz. Cuanto más amplio es el proyecto y más personas pueden intervenir en él, más importancia debe considerarse a este concepto que no debe olvidar, pues es una de las parte más importantes y que más afectan al resultado final.

También parece lógico comentar sobre lo que es “usable” y no, que una web debe ser una HERRAMIENTA SÓLIDA que no genere errores una vez instalada y testeada. Su programación debería estar perfectamente detallada en su código fuente, para que otros puedan retomar su posible ampliación. Esto es importante, porque existe la costumbre de cambiar totalmente una página web al cabo de un tiempo, y eso no denota mucha previsión a la hora de crearla anteriormente. Por tanto, a la hora de crear nuestra página web además debemos exigir que sea una HERRAMIENTA ESCALABLE que, partiendo de una base bien definida, se pueda ampliar sin afectar a su solidez, pero aprovechando al máximo los recursos ya creados y sobre los que se ha invertido un capital de importancia con anterioridad. No siempre es así, pero sí en la mayoría de los casos.

Resumen:

USABILIDAD: Adaptada a todos se llega a todo de forma intuitiva
Programación: Herramienta SOLIDA y ESCALABLE.

El método SOFIA

SOFIA - IMAGEN Promoción + Consolidación

Tener una web puede ser como tener un negocio en Internet, y esto a su vez puede parecerse a tener un comercio en tu barrio o ciudad. Nada más lejos de la realidad, por tu local comercial pasan equis miles de personas al día (puedes solicitar en tu ayuntamiento una estadística al uso o encargar un estudio de mercado para tener una idea). Sin embargo, por tu web no pasará nadie que no sea invitado de algún modo. Desde la tarjetas de visita de su empresa, pasando por las promociones que esta considere, en todos los sitios que uno pueda debe incluir su dirección web para que su página o comercio electrónico sea visitado. Inaugurar su web con un evento social ayuda a consolidar su marca y a conocer su nuevo producto o herramienta disponible para sus clientes o seguidores.

Nacer, crecer y

Nacer: Nada más nacer se hace necesario invertir en posicionamiento en buscadores, posicionamiento web u Optimizador de motores de búsqueda (SEO por sus siglas en inglés, de *Search Engine Optimization*) que es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los principales buscadores. También en medios tradicionales, la publicidad 1.0 existe y es efectiva (Radio, prensa, publicaciones locales, etc...). Hoy se hace también necesario “ser social” desde un primer momento.

Creecer: Para crecer hay que atender la herramienta que hemos creado, para ello conviene haber contemplado un guión de actuación para intentar cumplir ciertos objetivos en cuanto a usuarios, visitas etc... Esto se consigue, hoy más que nunca, manteniendo un continuo contacto con sus usuarios a través de Boletines, encuestas, noticias de actualidad, etc...

El método SOFIA

No hace mucho tiempo los periódicos nacionales presentaban gran cantidad de contenidos sin opción de que el usuario interactuase con ellos. No se podía opinar en las noticias, los foros eran cerrados casi unos tras otros debido a la NO ATENCION de los mismos, ningún medio contemplaba tener a una persona pendiente de lo que pudieran opinar sus clientes (tiene gracia ¿no?). Y lo llamábamos información libre... Ahora todo eso ha cambiado con la llegada de las redes sociales: Facebook, Twitter, Tuenti, Foursquare, Instagram, Google+ y otras muchas alternativas han revolucionado de nuevo la Red en lo que se ha denominado la web 2.0.

Ahora los propios medios se ocupan de tener una “FanPage” para obtener seguidores en **Facebook**, a los que poder hacer llegar sus mensaje y noticias, en la red social más popular de todas. Luego está **Twitter**, que pasa por ser la “herramienta social” más interesante bajo mi punto de vista, con la cual puedes crear motores de búsqueda realmente eficientes y potentes para obtener resultados nunca antes imaginables.

En **Tuenti** está la gente joven, pero también un público objetivo muy importantes, por ejemplo entre 18 y 28 años hay decenas de miles. Una vez escribí un “tuit” que decía: “Las elecciones se pierden en Twitter pero se ganan en Tuenti”. Creo que los entendieron bastantes Social Media Manager y Coaching que me siguen e hicieron RT de esta afirmación, pero dudo que el gabinete de prensa de algún partido político lo haya cogido. Hay también quien opina que Tuenti desaparecerá en España, como lo ha hecho recientemente en Alemania. Desde luego que, la inestabilidad económica y financiera actual puede con cualquier cosa pero yo creo en Tuenti España, si me lo permiten.

Las herramientas de *geolocalización* están siendo ya ofrecidas en todas las plataformas anteriores, pero los primeros en crear algo sólido y único en ese sentido fueron **FourSquare**. Esta red social está en plena ebullición y sigue sumando seguidores a velocidad de vértigo. Existe otra alternativa que es

El método SOFIA

Gowalla, pero ha sido adquirida por Facebook 48 horas antes de que yo comenzara a escribir estas líneas. Lo que le decía..., va todo muy rápido.

Para terminar quiero hacer una mención especial a **Google+**, que ha nacido hace unos meses y promete ser una referencia indiscutible en el futuro próximo, bien es cierto que por el potencial del propio buscador y las múltiples opciones que ofrece, y que posiciona mejor que si están alojadas en “herramientas rivales”. Pero sobre todo, quiero mencionar de forma muy especial la App **Instagram** que pasa por ser la revolución del 2011 y confío plenamente en que será una de las más importantes aplicaciones de los próximos años. El tiempo dirá si tengo razón o he metido la pata. Debo reconocer que no suelo apostar.

En definitiva, **FIDELIZAR** al usuario y hacer la red de tu negocio más amplia cuanto más produces, y viceversa.

Morir: Aún prestando atención a todos los detalles comentados al más alto nivel se puede morir. Hay que ser conscientes de que el proceso no puede ser inmediato porque primero debemos darnos a conocer, una vez conseguido **a lo mejor vendemos**. Cuando comencemos a hacerlo todavía nos queda ir mejorando la atención al cliente y conseguir su fidelización para mantenerlo pendiente de la marca a través de boletines, ofertas etc...

El método SOFIA

SOFIA - **A**TENCION Servicios Posventa Definido

Como decía anteriormente, conviene contemplar un guión de actuación para intentar cumplir ciertos objetivos en cuanto a usuarios, visitas etc.. Del mismo modo, es lógico comprender que antes de comenzar a realizar un sitio web uno debe tener claro CÓMO va a hacer las cosas:

CÓMO ofrecerá su producto

CÓMO piensa cobrarlo

CÓMO lo servirá

CÓMO será el servicio post-venta (Condiciones generales, Devoluciones, contactos, reclamaciones etc..)

El **servicio de venta** debe ser lo mejor posible. El Packaging o embalaje de productos, la logística, el servicio de pagos... Que todo ello funcione a la perfección es de vital importancia. La combinación de sistemas como un Call Center con los servicios de una web pasa por ser una eficiente herramienta en el presente y creo que se generalizará en un futuro. Alguien venderá nuestros productos por nosotros, los cuales consultará desde nuestra web para servirlos al cliente interesado. Otra apuesta personal más para quedar como un “aspirante a gurú”...

El **servicio posventa** debe ser claro y la ley obliga a detallarlo en el aviso legal, siempre que no lo esté ya contemplado en la propia ley de comercio y/o comercio electrónico. La atención al cliente ante sus dudas o consideraciones es importantísima para conseguir/afianzar la fidelidad de nuestros usuarios.

El método SOFIA

SOFIA - **GAME OVER** Para terminar

Para terminar, me gustaría resaltar las posibilidades de la **Cloud Computing** o “Nube Tecnológica”. La conectividad desde el móvil está permitiendo elevar el número de usuarios “en la Nube”, persona como usted y yo que están permanentemente conectadas a través de las herramientas sociales antes mencionadas, y gracias a los Smartphones que están cambiando la forma de trabajar de todas las empresas del planeta. Una mención especial en este sentido debe ser para Steve Jobs, quien ha revolucionado la forma de actuar del ser humano una vez más con el iPhone y el iPad. Debería saber que el iPad fue antes que el iPhone, aunque Apple decidiera posteriormente comenzar por lanzar el iPhone primero. Esto hace que me pregunte si el iCloud y todas las nuevas posibilidades que esta “conectividad total” entre dispositivos ofrece, y que Apple va desgranando, ya estaban previstas. Y lo que es aún más emocionante, qué nos ha dejado preparado para un futuro inmediato Steve Jobs antes de su muerte... Pasarán décadas hasta que haya otro como él, sin duda...

RT @sscmmedia: Hay tres manzanas que han cambiado el rumbo de la humanidad: La de Eva, la de Newton y la de Apple...

Espero que habiendo leído el Método SOFIA haya comprendido mejor cómo está, o debería estar, formada su web. Si dispone de un equipo humano o un departamento de Internet en su empresa, sabrá hacia dónde le dirigen y entenderá qué pretenden las personas a las que delega la explotación de sus recursos en la red. Si no vende se preguntará por qué, pero no dirá nunca más “Internet no sirve para nada” porque, además de no ser cierto es todo lo contrario. Se convencerá usted mismo de que no estar en la red es “no estar”

El método SOFIA

literalmente hablando, y que cuanto antes empieza a construir y dotar de solidez a su presencia en la Red antes logrará consolidar su marca dentro y fuera de su zona geográfica de influencia.

Muchas gracias por acompañarme en este viaje. Quizás sea el único que pueda permitirme...

A todos los que lucharon contra corriente,
a los que creyeron en la red a finales de los 90.
A los que construyeron sin ayuda de la docencia,
autodidactas que inventaron la Internet española.
Ellos programan el presente mientras los docentes se
empeñan en dar lecciones caducas de App's en desuso.
Es la altura a la que ha estado y está este país y sus
centros universitarios en este sentido.

Yo creo en las personas, no en los títulos.