

# Las 8 claves para transitar el sinuoso camino hacia la nueva web corporativa

● POR GABRIELA ROCHA, GERENTA DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO COMERCIAL DE FERRERE

**D**esde hace unos meses me encuentro en el proceso de rediseño del sitio *web* de la firma en la que trabajo. Al pensar en este arduo camino la metáfora que me viene a la mente es que renovar la *web* es a las empresas lo que las mudanzas son a las personas: según se dice, de los momentos más estresantes de la vida. Siguiendo este paralelismo, comparto algunos aprendizajes para aquellos que están por emprender un camino similar.

## 1) ¿Por qué cambiar?

Cuando se elige un nuevo lugar donde vivir siempre se tiene un objetivo. Posiblemente la familia se amplió y la casa anterior quedó chica, los ingresos del hogar se modificaron para bien o para mal, el barrio ya no es lo que era o el núcleo se convertirá en propietario de su primera vivienda, entre una larga lista de posibilidades. Con el gran insumo de energía y dinero que implica una mudanza, pareciera claro que las familias se plantean los porqués y los analizan de antemano.

Al pensar en una nueva *web*, sin embargo, muchas veces las em-

presas no tienen claro cuál es el objetivo de este cambio. ¿Simplemente se trata de *aggiornar* el sitio anterior? ¿Será un cambio de diseño, tecnología o arquitectura? ¿La necesidad de renovación tiene que ver con la manera en que se comunica la firma? ¿La *web* actual no permite mostrar las líneas de servicios tal cual están concebidas hoy?

Es recomendable conversar de estos temas exhaustivamente entre las diferentes áreas de la empresa para luego brindar directivas claras a los proveedores.

## 2) Acortar camino

Antes de pensar en el nuevo hogar son muy útiles las revistas especializadas o mirar con atención cómo resolvieron problemas similares algunos amigos. De modo similar, previo a definir la manera de presentarse en Internet resulta un buen ejercicio ver qué está haciendo la competencia e incluso empresas de otros rubros, para obtener buenos insumos.

## 3) Jugar en equipo

El empaquetado, traslado y puesta en orden de las pertenencias

de una familia entera en el nuevo espacio no son tareas que se resuelven de un día para el otro ni suelen hacerse en soledad. De la misma manera, el camino hacia la nueva *web* corporativa indispensablemente deberá tener un líder de proyecto, pero será necesario contar con la colaboración de personas de diversos sectores, que aporten su visión, sus reparos acerca del sitio actual e incluso contenidos.

## 4) No la complique

Pocos piensan que su casa debe ser como un laberinto o toman decisiones como colocar el baño al lado de la cocina. De manera similar debería considerarse que el sitio *web* no debería incluir un manual de uso: cuanto más fácil de navegar, menos clics se deba realizar para acceder a la información y más claros se presenten los contenidos, más se estará acercando al objetivo de ser uno de los principales canales de comunicación de la firma.

## 5) Menos es más

El ser humano es por naturaleza coleccionista y hay quienes lo canalizan como un lindo *hobby*. Sin embargo, otros despuntan el



vicio acumulando objetos en el hogar y, cuando pasaron ya varios años de la última mudanza, surgen las preguntas de desespero: ¿De dónde saqué todo esto? ¿Para qué sirve? Lo más inteligente suele ser cortar de raíz: las cajas que no se abrieron durante los últimos dos años contienen elementos que ya nadie siquiera recuerda, por lo cual lo mejor será deshacerse de ellas.

En la realidad de la empresa, con el paso del tiempo la *web* puede recibir parches y servicios que se sumaron o textos adicionales a la historia, entre otros. Sin embargo, la premisa “menos es más” toma cada vez más fuerza: el consumidor no tiene tiempo de leer textos eternos, por lo cual todo lo que no sea fundamental debería ser considerado innecesario y, por lo tanto, descartado. En este proceso, es bueno que la agencia de Marketing digital que está asesorando a la empresa la ayude a pensar en el SEO (Search Engine Optimization) del sitio. Entre otros aspectos, se definirá cómo deben ser los textos y qué palabras utilizar para que Google lo posicione mejor de manera orgánica.

## 6) El dónde importa

Luego del arduo trabajo de ponerse de acuerdo y llegar al sitio soñado resulta crucial considerar la inversión que se realizará en el *hosting*. El mejor sitio en un

*hosting* económico puede llevar a una navegación lenta, empeorando la experiencia de los usuarios. Sería como construir la casa y no pensar en el barrio.

## 7) Ojo con el abandono

Así como las viviendas requieren de un mantenimiento continuo, el sitio *web* no puede realizarse y volver a pensar en él en el momento de tener que volver a renovarlo. Habrá temas tecnológicos que los especialistas deberán ir monitoreando, chequear por ejemplo que se adapta a los dispositivos móviles que van surgiendo. Asimismo, resulta fundamental contar con un plan de gestión de los contenidos dinámicos, para que cuando los usuarios ingresen se enteren de las últimas novedades de la firma, y no sientan que es un lugar abandonado, con contenidos que no se actualizan hace años.

## 8) Haga om

Como todos los cambios, el estrés de transitarlos puede llevar a perder el foco de lo positivo que conllevan. No se debe perder la visión de que en poco tiempo se estará feliz en una casa más linda o funcional, u ofreciendo un sitio que se adecua a la nueva realidad y necesidades del público y de la empresa.

**Dedicación,  
Espíritu innovador,  
Buen trato.**

**INDUMEX**

Haz cambio a tu favor

CASA CENTRAL: 915161577  
TELS.: 915161577, [www.indumex.com](http://www.indumex.com)