

# ” 5 Etapas para crear un Sitio Web Exitoso

Tener tu sitio web online, generar usuarios interesados que consuman su contenido y lograr ventas para conseguir tus objetivos de negocio puede ser un camino complejo, costoso y lento, salvo que tengas en claro algunas recomendaciones y consejos a la hora de tomar las decisiones en tu negocio digital.

En nuestros más de 18 años de vida ayudando a emprendedores, pymes y organizaciones a registrar su dominio, crear su sitio web y brindarles web hosting, hemos visto nacer y desarrollarse a decenas de miles de negocios digitales. Por eso es que, decidimos crear el siguiente ebook que te ayudará a a hacer más fácil tu camino.

Plantearemos el ebook en 5 etapas, directo al punto:

- 1. Elige un dominio**
- 2. Elige un web hosting**
- 3. Crea un sitio web**
- 4. Genera tráfico y ventas**
- 5. Sigue aprendiendo**

*Creado por*  
**neolo**

*Última actualización: Septiembre, 2019*

# 1. Elige un Dominio

El **dominio** es el nombre mediante el cual los usuarios de Internet pueden encontrar tu sitio web.

El dominio es tan importante como el nombre de una persona o la marca de una organización.

Como el dominio será el nombre de tu proyecto en Internet, es recomendable que sea el mismo nombre de tu emprendimiento o la entidad que representas.

Las buenas prácticas señalan que el dominio deberá ser:

- Fácil de escribir y memorizar.
- Lo más corto posible.
- Sin guiones.
- Con una extensión .com, .org, .net o eventualmente con la terminación del país en el que desarrollas tu actividad (.es, .com.ar, .com.br, .cl, .com.mx, .co, etc).

Los dominios se contratan en empresas de web hosting como mínimo anualmente y tienen un precio que puede variar (pero no demasiado) de un proveedor a otro.

Los dominios gratis no existen, muchos proveedores de web hosting inventan promociones de “dominios gratuitos” con la excusa de aumentar sus ventas, pero la realidad, es que siempre es conveniente pagar por un dominio. Recuerda, es muy importante, que quede registrado a tu nombre.

Si tu dominio incluye una palabra clave relacionada con tu actividad, será beneficioso para aparecer en los buscadores en **SEO**, y además será más probable que encuentres un nombre disponible.

Si tu mercado se encuentra en un país determinado, por ejemplo en México, entonces es conveniente que dispongas del dominio .mx y .com.mx.

Si tu perspectiva de negocio digital implica un crecimiento global, entonces el .com es una buena opción.

Si tu negocio estará presente en varios países, puedes comenzar con un dominio .com y emplear distintos directorios (o subdominios) para cada país, por ejemplo: mx.tudominio.com para México, cl.tudominio.com para Chile.

A futuro será importante que registres tu dominio en cada país, no lo recomendamos al inicio porque puede ser costoso, pero servirá para que nadie más obtenga tu nombre de dominio en los países donde te interesa contar con presencia.

En cuanto a las nuevas extensiones de dominio como .tech .latam .spain .europe .top, etc, dado que la gran mayoría de las personas no las reconocen, te

aconsejamos sólo usarlas si tu público son usuarios avanzados de tecnología, de lo contrario, siempre aconsejamos que utilices extensiones de dominio reconocidas.

Si el dominio que deseas no está disponible, puedes buscar alternativas, tómate tu tiempo.

También podrás comprar nombres de dominio en marketplaces (mercados) que permiten compra y venta de dominios que ya se encuentren con dueños y se aseguran que la transacción sea segura. No aconsejamos que realices una compra de dominio que ya tenga titular por fuera de estas plataformas (ejemplo: Sedo).

## 2. Elige un Web Hosting

El **hosting** es el conjunto de servidores, redes y servicios web que lograrán que tu sitio web y tus correos electrónicos funcionen las 24 horas desde cualquier parte del mundo.

De forma simple, un hosting es el espacio en donde almacenas los archivos que contengan a tu sitio web, y además te facilite el servicio de correo electrónico para que puedas enviar y recibir emails con tu propio dominio.

Existen cientos de empresas de web hosting en todo el mundo, además de miles de revendedores. Lo importante es que el servicio funcione la mayor cantidad posible del tiempo y que la empresa tenga una gran trayectoria en el mercado.

Gracias a que cada vez hay más conectividad y de mayor calidad, ya no importa la ubicación física de los

servidores. De hecho, muchos proveedores de hosting ofrecen también el servicio de **content delivery network**, que consiste en una red de servidores en varios países del mundo, donde tu sitio web estará replicado y será cargado según el país desde donde ingrese el visitante.

El **hosting** más utilizado es **el hosting compartido**, es decir, aquél en donde varios sitios web están alojados en el mismo servidor. Esta es, probablemente, la mejor opción para tu sitio web, dado que es la opción más económica y no tendrás que preocuparte por administrar el hosting (memoria, espacio en disco, recursos, actualizaciones de servidor), sino sólo de tu sitio web.

Es importante que consideres que **el mínimo de espacio de almacenamiento aconsejable para contratar un web hosting es de 1 GB**, dado que en ese

espacio también se almacenarán tus emails, bases de datos, etc.

Muchos proveedores, como **Neolo**, proveen servicio de web hosting con espacio ilimitado.

Cada vez que alguien visualiza tu sitio web, se transfiere una cantidad determinada de información desde el servidor de web hosting hacia la computadora del visitante web. Si multiplicamos la cantidad de visitantes recibidos en un mes por el tamaño de la información transferida, obtendremos la transferencia total. En promedio, un sitio web nuevo no suele consumir más que 1 GB de transferencia mensual, sin embargo, **recomendamos que tu web hosting te provea al menos 10 GB de transferencia**, para asegurarte que nunca te quedes con el sitio web fuera de línea por haber recibido muchas visitas.

### **Cuentas de correo con dominio propio**

Es fundamental que el web hosting te permita crear todas las cuentas de correo que necesites, tanto en

**POP3** (para que las puedas utilizar en tu aplicación de correo como Mail, Outlook, o el que desees), **IMAP** (para que puedas descargar los correos a tu computadora/ordenador y dispositivo móvil pero que mantenga una copia en el webmail) y **Webmail** (para que puedas acceder vía web a recibir y enviar correos).

En este sentido, será fundamental que no uses una cuenta de correo de Hotmail, Yahoo o de Gmail para tu negocio, siempre será mejor que uses **correos con tu propio dominio**, por ejemplo [juan@tunegocio.com](mailto:juan@tunegocio.com) o [maria@tunegocio.com](mailto:maria@tunegocio.com) porque brindan más profesionalismo, son más seguras y además son un canal de publicidad.

### **Puntos más importantes para elegir un web hosting**

- **Soporte técnico rápido:** Asegúrate que respondan rápido tus consultas. Si para ventas tardan varias horas en responder, imaginarás cuánto demorarán si algún día hay un problema técnico.

- **Reembolso de dinero:** Es preferible elegir proveedores que te brinden garantía de moneyback de al menos 30 días para que puedas probar el servicio.
- **Trayectoria:** Es conveniente elegir proveedores que se encuentren hace varios años en el mercado.
- **Opiniones:** Al igual que cuando reservas un hotel o un restaurante, busca opiniones de clientes para conocer otras experiencias antes de realizar una contratación de un hosting.
- **SSL:** Al contratar tu web hosting, será fundamental (como el agua) que lo adquieras con un certificado para que tu sitio web funcione con HTTPS que brindará más seguridad entre el servidor de web hosting y el dispositivo de tus usuarios. Además, te garantizarás que no aparezca un aviso de "no seguro" en el navegador de tus usuarios. Generar confianza sirve para

lograr más ventas.

- **Panel de control amigable:** Un buen panel de control, como **cPanel**, te brinda velocidad y facilidad de uso. Algunos web hosting que deciden no invertir en buenos paneles de control hacen que sus usuarios no puedan gestionar fácil y rápido sus sitios web.
- **Empresa constituida:** Te brindará mayor confianza y seguridad elegir un web hosting que exista como empresa legalmente constituida.

## 3. Crea un Sitio Web

**Crear un sitio web** es un proyecto que requiere una cierta inversión de tiempo y planificación, pero una vez desarrollado la mayor parte del trabajo estará hecho y sólo deberás actualizarlo cuando sea necesario.

### **Un sitio web eficaz es aquél que:**

- Es simple de navegar
- Está al día con las últimas tecnologías en programación y diseño web.
- Funciona rápido y es puede visualizarse desde cualquier tipo de navegador (principalmente Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer) y toda gama de dispositivo (computadora, laptop, smartphone y tablet).

Antes de diseñar tu sitio web, deberás tener en cuenta que es importante que cargue en menos de 3 segundos. De lo contrario, **por cada segundo adicional de tiempo de carga, perderás un 10% de visitantes.**

También será fundamental que cuente con HTTPS -es decir, se muestre un certificado seguro junto al nombre de dominio- y que también sea responsivo, en otras palabras, que funcione y se adapte a la pantalla del dispositivo desde el cual se lo está visualizando.

Te sugerimos que realices búsquedas en Google, consultes las webs de tus competidores y escuches a expertos de UX (User Experience). Es importante su opinión del sitio web de tus colegas porque el tuyo deberá contar con todo lo positivo de tus competidores y, no tener sus errores.

Es muy importante que tu sitio web emplee la identidad de marca con la que cuenta tu logo y tus redes sociales.

Si el canal de búsquedas orgánicas –es decir, buscadores como Google– será un canal de comunicación y ventas importante para tu sitio web, te aconsejamos antes que nada, que realices una investigación de palabras clave con un profesional **SEO** (Search Engine Optimization) quien te señalará cómo deberán llamarse las **páginas internas o secciones de tu sitio web**.

Te sugerimos que el sitio web esté desarrollado en lenguaje de programación **PHP** con bases de datos **MySQL** además **HTML, JavaScript** y **CSS** porque son los más utilizados. Si algún día decides buscar otro desarrollador web para actualizar tu sitio, no tendrás mayores inconvenientes en encontrarlo.

Crea también **contenido de calidad** que aporte valor a tu audiencia, de esta forma será mucho más posible que los usuarios decidan consultar tu sitio web, compartirlo y regresar.

Un sitio web nunca se termina, siempre podrás ampliarlo y continuar mejorándolo.

**neolo**

## **Herramientas digitales para implementar en tu sitio web**

Recuerda también instalar **herramientas para medir la performance de los usuarios** en tu sitio web, algunas de ellas son Google Analytics y Google Search Console. Si harás **publicidad en plataformas de redes sociales** no olvides instalar desde el día 1 los **“píxeles”** –pequeñas porciones de código HTML– en todas las páginas internas de tu sitio web para poder alcanzar con publicidad a los usuarios que visitaron tu web, y también a otros usuarios que tengan perfiles digitales similares a quienes ya hayan visitado tu web.

Una vez creado tu sitio web, existen muy buenas **herramientas para medir la velocidad de carga y la prolijidad del código de programación de tu sitio**.

Sugerimos que analices tu web con ellas y le compartas a tu desarrollador web los resultados para que pueda mejorarla:

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es>



<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/feature/testmysite>

En concreto, **las opciones para crear tu sitio web son las siguientes:**

### **3.1 Creador web online: Hazlo tu mismo**

El [creador web](#) es una aplicación online que te permitirá elegir un diseño, modificarlo con las imágenes y textos que desees y luego crear las páginas internas para tu sitio web. Toda la confección de tu sitio web será online y la puedes hacer tú mismo o con ayuda de un profesional digital enviándole el material. Es la forma más económica y rápida de tener tu sitio web en Internet.



**Es muy importante que el creador web sea responsive**, es decir, que el sitio web generado por la aplicación sea compatible para ser visualizado desde computadoras de escritorio, notebooks, netbooks, tablets y smartphones y también que puedas exportar el sitio hacia otro proveedor en caso que lo desees.

En el caso que decidas **crear tu sitio web con un site builder** -creador de páginas web-, consulta si el día de mañana puedes cambiar de proveedor y llevarte contigo tu sitio web. En la mayoría de los casos eso no es posible, así que te sugerimos evitar creadores web que no te aseguren total independencia.

## WordPress

**El creador web por excelencia es WordPress**, muchos proveedores de web hosting lo brindan bajo la modalidad "instalación con 1 clic" y te permitirán gestionar toda la creación de tu sitio web de forma rápida y eficiente. Además, más del 30% de todos los sitios web de Internet funcionan con esta plataforma que es gratuita y muy intuitiva, además podrás acceder a un repositorio de decenas de miles de diseños para crear tu web.

Recuerda siempre utilizar **WordPress.org** con el [proveedor de web hosting](#) que elijas y no



WordPress.com porque es más caro y no tendrás acceso total al código de tu sitio ni de tu hosting.

En el podcast sobre WordPress de Pulsión Digital, puedes escuchar [la entrevista a Ximena Vinitzca](#), experta en desarrollo web en WordPress.

### 3.2 Desarrollador web

Otra alternativa es que contrates a un profesional del diseño y la programación web. Lógicamente, son más caros que un creador web online, y es conveniente que también entienda sobre UX pero podrás tener un sitio desarrollado a medida, según tus necesidades.

Recomendamos que le entregues por escrito todas las necesidades a tu diseñador (brief) y que no hagas cambios hasta que finalice el trabajo.

Asimismo, será importante que configures fechas de entrega de avances y de finalización bien determinadas para evitar atrasos. Configura los pagos únicamente contra la entrega de los resultados.

Cabe aclarar, que podrás contratar un desarrollador web que cree tu sitio web con un creador web como WordPress. En muchos casos, esta es la opción más elegida.

### 3.3 Plantillas web

Las plantillas web son diseños enlatados y estandarizados cuya posibilidad de personalización es limitada. Sin embargo, son una opción más económica que trabajar junto a un desarrollador web. Es una opción sólo recomendada si eres un usuario avanzado.

Si conoces el manejo de aplicaciones como **Dreamweaver** y otras, y si los lenguajes de **HTML/CSS/AJAX** no son una complicación para ti o prefieres utilizar **WordPress**, otro gestor de contenidos web e instalar una plantilla web, entonces no dudes en visitar a [Template Monster](https://www.template-monster.com/) -u otro mercado de plantillas web- para elegir el diseño que desees y seguir adelante tu mismo con la creación de tu sitio web.

## 4. Genera tráfico y ventas

El objetivo principal de un sitio web es el de recibir usuarios interesados en aquello que tu marca tiene para ofrecer, y que luego realicen una acción determinada. Es decir, que se 'conviertan', por ejemplo, en clientes.

El **marketing digital** es la disciplina que se encarga de lograr tus objetivos de negocio. Por ejemplo, conseguir reconocimiento de tu marca, o adquirir usuarios que se conviertan en clientes de tus productos y/o servicios.

El **sitio web**, es un canal propio y de máxima independencia, a diferencia de las **redes sociales** que son medios compartidos con grandes empresas (como Instagram, o Twitter).

Sin embargo, todos estos activos digitales -tus redes sociales y tu sitio web- son puntos de contacto entre tu audiencia y tu marca.

A continuación te mostraremos algunas posibilidades para dar a conocer tu sitio web. Te sugerimos que las conozcas y decidas una o dos para avanzar.

### 4.1 SEO

El **SEO** (Search Engine Optimization) es la disciplina que sirve para mejorar el posicionamiento de un sitio web en los buscadores, trabaja en la adquisición de usuarios para aumentar el tráfico.

Una buena implementación de SEO conlleva mucho tiempo de trabajo pero no tendrás que pagar por cada usuario que recibas, y además, **los usuarios confían más en los resultados SEO u orgánicos que en los patrocinados.**

En **SEO**, lo más importante será que tu sitio web cargue rápido, que el contenido sea extenso y de calidad y que

fundamentalmente esté preparado para brindar una excelente experiencia a tus usuarios.

Existen en general, **4 etapas para llevar adelante un Plan SEO:**


1. **Investigación de palabras clave (keywords):**  
Estudia las palabras que se emplean en los buscadores para encontrar los contenidos, productos y servicios que tu marca tiene para ofrecer. Es muy importante este paso porque determinará todas las etapas posteriores. Para esta etapa te sugerimos que utilices la plataforma de **Google Ads > Planificador de palabras clave**, para encontrar exactamente las palabras clave, los volúmenes de búsqueda y la dificultad para posicionarse.
2. **Optimización On Site:** Crea páginas exclusivas con contenido relacionado a las palabras clave que has elegido en la "Investigación de palabras clave". Si utilizas **WordPress** (para gestionar tu sitio web) recuerda instalar el **plugin SEO by**

**Yoast. Este plugin**, te ayudará a elegir las cabeceras -los títulos y subtítulos de los contenidos-, los title y description ( las previsualizaciones que aparecen en los resultados de Google) y la frecuencia de repetición de las palabras clave (algunos expertos señalan que deben estar en torno al 2%, otros dicen que no hay que prestarle atención) También te indicará si debes añadir imágenes -que deberán ser livianas y contar con las etiquetas correspondientes-, videos, además de negritas, cursivas y subrayados para enriquecer el contenido. En definitiva, lo importante será que tu **contenido** cautive al usuario, que sea único (no copiado) extenso, y de calidad.

3. **Construcción de links:** Los links desde sitios web de calidad de terceros hacia el propio son unos de los factores más importantes porque cada link tiene el valor de un voto. Pero algunos links valen más que otros -por ejemplo si linkea a tu sitio web una web relacionada con tu temática, será más valioso- o si te linkea un sitio web que es muy

reconocido en la industria, también será valioso. En cambio si te linkea un sitio web que linkea a cualquier sitio sin restricción, no será valioso. En cualquier caso, lo más importante es que tu contenido sea de suficiente calidad como para que otros decidan enlazarlo. **Colabora también con contenidos en sitios web de terceros para lograr que linkeen a tu sitio web.**

4. **Reportes:** Es importante que sigas determinados indicadores de desempeño para conocer cómo progresa tu **estrategia SEO**. Por ejemplo, con **Google Search Console** podrás saber en qué posición se encuentra tu sitio web para determinadas palabras clave, cuántos clics recibe, y cuántas veces se lo ha visualizado sin recibir clics. Conocer estas métricas te permitirán continuar mejorando tu sitio web para recibir cada vez más clics, y seguir subiendo en las posiciones.

Recuerda, que **el SEO nunca se termina**. Te sugerimos escuchar  el [siguiente episodio del podcast de Pulsión Digital sobre SEO y Link Building](#) y además

visitar los siguientes sitios web sobre SEO:  
[www.moz.com](http://www.moz.com) [www.searchenginejournal.com](http://www.searchenginejournal.com)  
[ww.40defiebre.com](http://ww.40defiebre.com)



## 4.2 Pauta digital: Google Ads + Facebook Ads

Otra modalidad para llevar visitas calificadas hacia tu sitio web es a través de **campañas publicitarias** como las de **Google Ads** y **Facebook Ads**.

En este tipo de campañas, podrás comenzar a recibir visitantes en tu sitio web de forma inmediata, en sólo un par de horas, pero tendrás que pagar por cada usuario que realice un clic en los anuncios. Es importante que determines correctamente cuánto puedes invertir para obtener cada nuevo cliente en el sitio web de tu negocio.

Será fundamental también, determinar correctamente cuál es el perfil de tu cliente: la edad, las palabras clave con las que busca tus productos o servicios, en dónde vive, etc. para sólo mostrarle tus publicidades a ese segmento específico del público.

Cada **campaña** que crees, deberás definir un objetivo: ¿La creas para generar conocimiento de tu marca en una audiencia determinada? ¿Es para lograr datos de contacto de una audiencia que posiblemente conozca

tu marca pero aún no esté preparada para comprar? ¿Es para venderle productos y servicios a una audiencia que está lista para comprar? Este tipo de objetivos se definen en base al embudo de conversión -también llamado **digital marketing funnel**-.

Cuanto más optimizado esté el embudo de conversión, lograr cada venta te costará menos dinero.

Recuerda conocer algunas métricas básicas de tu negocio digital, te ayudarán a que la inversión en pauta publicitaria te genere retorno de inversión positivo.

### ¿Qué significa cada término?

- **CAC = Customer Acquisition Cost** es el costo que tendrás por adquirir cada cliente. A medida que tu audiencia conoce tu marca y la valora positivamente, tu costo por adquirir un cliente será más bajo.
- **LTV = Lifetime Value** es el dinero que te aporta cada cliente mientras viva como cliente.
- **CPC = Costo por Clic** es el dinero que deberás invertir para lograr 1 clic en tus anuncios y llevar a los usuarios a tu sitio web.

- **Conversión:** Es, en general, cuando un usuario se convierte en cliente.

**Es muy importante que el CAC sea menor al LTV**, si lo logras -independientemente del CPC-, posiblemente tengas un buen negocio gracias a tu estrategia de pauta publicitaria en **Google Ads** y **Facebook Ads**.

Puedes implementar tu mismo las campañas de pauta publicitaria pero será importante que antes te capacites porque sino, es muy posible que pierdas dinero. Te sugerimos siempre que contrates a una **agencia digital** o un **profesional digital** para llevar adelante las campañas.

Las campañas publicitarias se realizan desde las siguientes plataformas:

- <https://www.google.com/ads>
- <https://www.facebook.com/ads>
- <https://ads.twitter.com>





### 4.3 Social media

*El 90% de los usuarios de Internet, utiliza redes sociales a diario y consume contenidos orgánicos -además de pagos, como hemos visto en el punto anterior-.*

Hasta hoy, Facebook cuenta con más de 2 mil millones de usuarios activos, Instagram con 900 millones, LinkedIn 650 millones y Twitter con 330 millones a nivel mundial.



**neolo**

Por eso, sugerimos que crees todos los perfiles de redes sociales relacionados con tu dominio web. Intenta que sea el mismo usuario para todas las redes para que tu audiencia recuerde siempre tu marca.

#### **iNo esperes más!**

Ingresa y registra ahora la página o usuario de negocio de tu marca:

- [Twitter](#)
- [Páginas de Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [Páginas de LinkedIn](#)

#### **Estrategia de contenidos para redes sociales**

Es muy importante que planifiques una estrategia de publicación de contenido en redes sociales, los pasos recomendados son los siguientes:



**Define el perfil de tu audiencia:** Edad, dónde vive, cuáles son sus actividades, nivel de estudios, tono comunicacional con el que prefieren contactarse con una marca como la tuya, redes sociales que utiliza, horarios en que las utiliza, etc.



Adapta la presencia en redes sociales a la misma identidad de marca que tu sitio web y tu logo. Debe haber una unidad de criterio de **comunicación de marca**.



**Crea un calendario de contenidos:** Es muy importante que cuentes con al menos una planificación de publicaciones con 30 días de antelación.



**Interactúa con los usuarios** y responde lo más rápido y eficientemente que puedas.




**Aporta valor en las redes**, no realices sólo publicaciones publicitarias.

Si es posible, delega la gestión de tus redes sociales en un profesional, o al menos la **planificación de contenidos**. Si no deseas delegarla, entonces estudia sobre cómo obtener el máximo rendimiento de cada red social. Cada tanto continúan lanzando nuevas funcionalidades y la diferencia entre una buena gestión de las mismas y una promedio, es la diferencia entre que tu marca sea reconocida y consigas buen nivel de ventas, a que no lo logres.

### **Roles de un Social Media Manager y de un Community Manager**

Considera también, que en general, un **social media manager es el responsable de diseñar la estrategia y la supervisión de los contenidos**, sin embargo el **community manager será el encargado de realizar las publicaciones, la moderación de los comentarios y la interacción con la audiencia**. En algunos casos, un profesional digital puede cumplir ambos roles.

Si quieres seguir aprendiendo sobre social media, te recomendamos  el episodio del podcast **Pulsión Digital: “[Negocios: ¿Cómo dar los primeros pasos en redes sociales?](#)”** en la entrevista a Sofía Alicio de la agencia Adesso Social Media.

## 4.4 Email Marketing

Si hay algo seguro es que todas las personas que utilizan Internet, tienen una cuenta de correo electrónico. Es el sistema de comunicación entre computadoras más antiguo y no se ha modificado -aunque sí ha mejorado y se ha puesto más estricto con la diferenciación de spam y correos de calidad- por eso, el email seguirá funcionando por varios años más sólo para aquellos que lo gestionen profesionalmente.

*Por eso, es muy importante que logres llegar a la bandeja de entrada de las personas interesadas en aquello que ofreces en tu sitio web.*

*Considera que sobre tu lista de contactos, lograrás una apertura estimada el 20% en tus envíos.*

Existen dos formas básicas de lograr llevar adelante **estrategias de email marketing**:

- **Newsletter:** Planifica, diseña y envía contenidos semanal, quincenal o mensualmente para tu

audiencia. Asegúrate que sean contenidos de valor además de ofrecer tus productos y servicios. Solicita a tu audiencia, a través de tu sitio web y redes sociales, que se suscriban al newsletter.

- **Automation:** Crear reglas de automatización permitirá que se envíen correos electrónicos secuenciales a tu audiencia. Por ejemplo, podrías crear un contenido de valor -como un ebook 😊- y entregarlo por email a cambio de la dirección de correo electrónico. También podrías crear un curso online o enviar una cadena de tips o recomendaciones sobre la actividad de tu negocio digital.

En todos estos casos, deberás utilizar una **herramienta profesional de email marketing** y planificar muy bien los contenidos de los correos para que sean de interés de tu audiencia, que estén diseñados para ser visualizados en todos los dispositivos y clientes de correo y también que lleguen a la bandeja de entrada a horarios donde es más probable que tus receptores los lean.

Este tipo de comunicaciones nutrirán a tu audiencia y permitirán que avancen en el **funnel**, primero reconociendo tu marca, luego considerando comprarte algún servicio, posteriormente siendo tu cliente y por último, recomendando tus servicios.

Considera también compartir la lista de correo electrónico de tus suscriptores con tu agencia de publicidad digital para alcanzar a esos usuarios a través de plataformas pagas -como **Google Ads** o **Facebook** e **Instagram Ads**-.

*Nunca compres listas de terceros ni realices envío de spam. Es mejor llevar una estrategia de email marketing paso a paso y lentamente, pero con un crecimiento orgánico y real que te permita mantener una reputación sobre tu dominio, tu marca y tu sitio web.*

Continúa aprendiendo sobre email marketing en [este episodio del podcast Pulsión Digital](#).

## 5. Sigue aprendiendo

Si hay algo que nunca debemos abandonar, y menos aún en el mundo digital, es el continuar aprendiendo y mejorando.

Las plataformas y las técnicas de comunicación digital se perfeccionan y mejoran día a día, a cada instante aparecen nuevos competidores y el mundo digital nunca se detiene.

Si este ebook te pareció interesante, no olvides compartirlo con tus amigos y conocidos.

También, sigamos en contacto a través de nuestras redes sociales, donde publicamos contenidos de interés para que lleves tu sitio web al siguiente nivel:

- <https://www.instagram.com/neolodotcom>
- <https://www.twitter.com/neolo>
- <https://www.linkedin.com/company/423424/>
- <https://www.neolo.com/blog/>

- [Newsletter de Neolo](#): Un email semanal con contenidos, artículos y tips de comunicación y marketing digital.

Suscríbete, a través de [Spotify](#) o [Apple Podcast](#), al podcast de **Pulsión Digital**.

## Conclusiones

Lograr **presencia digital de tu marca en Internet** es mucho más que registrar un dominio, elegir un hosting y crear una web. Como hemos visto en este ebook, cada instancia conlleva particularidades que merecen ser tenidas en cuenta para ahorrar tiempo y dinero.

El **mundo digital** avanza a pasos agigantados, y es imposible que un profesional digital conozca todas las plataformas y herramientas disponibles en el mercado, por eso te sugerimos que tengas en cuenta los puntos más importantes mencionados en este ebook y que comiences tu mismo con cada una de las etapas que puedas llevar adelante pero también, que no dudes en pedir ayuda cuando la necesites.

Invertir en tus activos digitales es una de las mejores decisiones que puedes tomar porque todo lo que hagas perdurará en el mundo online, y cuanto antes comiences será mejor para diferenciarte de tus competidores y sacarles ventaja.

**neolo**

Lo importante es que realices todas las preguntas y dudas que tengas y que sigas estudiando y aprendiendo sobre cada uno de los espacios digitales, además de elegir proveedores de confianza para tu marca.

Ante cualquier duda o pregunta, ingresa a nuestra web. Te contestaremos a la brevedad. [www.neolo.com](http://www.neolo.com)

# neolo

Neolo es un proveedor de dominios, web hosting, certificados SSL, anti malware y muchos servicios más.

En Neolo encontrarás todas las herramientas que necesitas para crear y alojar tu página web.

Desde hace más de 18 años, ayudamos a más de 10.000 emprendedores, pymes y organizaciones de 50 países a poder registrar su dominio y alojamos sus páginas web en nuestros servidores.

Nuestro equipo de atención al cliente es humano, trabaja de manera remota y está disponible las 24 horas los 365 días del año para ayudarte a potenciar tu negocio digital.



[Neolohosting](#)



[neolo](#)



[Neolodotcom](#)



[neolo.com](#)

neolo