

25 consejos para tener una buena imagen de





Acerca de SEOptimer

SEOptimer es la mejor herramienta de auditoría de posicionamiento en buscadores de internet para realizar análisis detallados de posicionamiento en buscadores. SEOptimer comprueba más de 100 puntos de datos de páginas web y proporciona recomendaciones claras y factibles sobre las medidas que puede tomar para mejorar su presencia en internet y su clasificación en los motores de búsqueda.

La herramienta de seguimiento de palabras clave de SEOptimer es idónea para controlar el volumen de búsqueda de palabras clave y para monitorizar las clasificaciones de las mismas. El rastreador de posicionamiento en buscadores también es capaz de encontrar problemas de posicionamiento en buscadores ocultos en cualquier página web.

SEOptimer es ideal para propietarios, diseñadores de páginas web y agencias digitales que desean mejorar sus páginas web o las de sus clientes.

- ✓ **Ahorre tiempo** – algunas agencias dedican cientos de horas de trabajo manual realizando auditorías de páginas web que pueden automatizarse en segundos.
- ✓ **Presente informes atractivos** – impresione a sus clientes actuales y futuros con informes profesionales que parecen hechos a mano.
- ✓ **Consiga más clientes** – convierta su página web en un imán para los clientes. Utilice informes PDF de marca blanca y la herramienta de auditoría integrable para adquirir más clientes directamente desde su sitio web.

The screenshot shows a professional audit report for a website. At the top, it displays the agency's logo ('Your Agency'), the website being audited ('website.com'), and a 'Resumen' (Summary) section. The summary highlights a 'Nota A' (Grade A) and a 'Mejor para que un usuario' (Best for user) rating. It also mentions '25 otros recursos' (25 other resources) and a 'Nota B' (Grade B) for velocidad (speed). The main report is titled 'Informe web para website.com' and includes a detailed analysis of the site's SEO, Usabilidad (Usability), Rendimiento (Performance), Social, Seguridad (Security), and Mobile (Mobile). It features a 'Resultados de la auditoría de website.com' section with a circular progress bar and a 'Resultados de SEO' section with a pie chart showing file sizes. The report concludes with a 'Resumen' (Summary) and a 'Facebook Conectado' (Facebook Connected) note.

“

La **imagen de marca** de una empresa es la percepción en la mente de los consumidores de la misma, y la **identidad visual** es la manifestación física de la marca, es decir, la cara visible.

Según sea nuestra identidad corporativa transmitiremos unas cosas u otras a nuestros clientes y potenciales clientes, y no basta con tener un logotipo o unos colores definidos.

Hoy en día la presencia online es muchas veces la primera que conocemos, por eso, es de suma importancia tener una identidad gráfica clara y aplicarla en todos los medios en los que estemos, ya sean los tradicionales, como una tarjeta de visita, o los más actuales, como un perfil en Twitter.

Por todo esto, aquí os damos 25 sencillos consejos para construir vuestra imagen de marca:



1

Mírate en el espejo



El primer paso es saber **quién eres, qué valores quieras transmitir, cuáles son tus puntos fuertes, y cómo quieras que los demás te perciban.**



Piensa y define

2



Debes tener claro **qué quieres conseguir y a quién pretendes llegar.** Si tienes claras tus metas, y tu target, tendrás una gran parte del camino recorrido.

3 Conviértete en espía

Analiza lo que hace tu competencia y cómo lo hace. Esto te servirá como orientación para empezar y te ayudará a hacer algo que te diferencie.



Los colores tienen la capacidad de provocar emociones en quienes los ven, así que úsalos como herramienta para hacer sentir a tu público objetivo lo que quieras que sientan por ti y por tu negocio.

4 Colorea la información

4

5

Elige cómo dices lo que dices

Las diferentes familias tipográficas que existen también pueden transmitir más allá de los que pone en los textos en los que se utilizan. **Elige las fuentes que por su diseño transmitan los valores que quieras** que se asocien a tu empresa.



La **imagen** o icono que va en un logo puede ser de gran ayuda, tanto **para que te recuerden**, como para que se identifique más fácilmente a **qué se dedica tu empresa**.

Una imagen vale más que mil palabras

6

7

A la moda pero sin pasarse



Estar a la última y tener un diseño moderno es además de bueno, recomendable, pero tampoco hay que pasarse puesto que lo que **nos interesa es conseguir un diseño duradero además de moderno**.



Con la elección de colores, tipografía e ícono del logo no basta, además **debe** ser escalable, para **poder usarlo en cualquier soporte**, y debe funcionar también en negativo y escala de grises.



Elige un logo adecuado en su conjunto

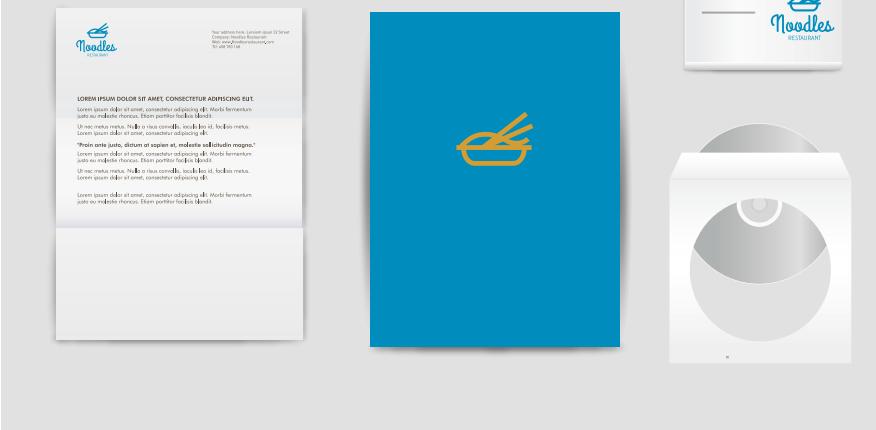
8

9

Crea papelería corporativa



Tener tarjetas de visita y papelería corporativas no sólo es bueno por estética, son elementos que **harán que nos perciban como una empresa seria y profesional**.



Es el momento de **identificar nuestras necesidades online** y dejar claro si **necesitamos una “tarjeta de visita” en la web**, con lo que nos valdría una web estática, **o** si por el contrario lo que necesitamos es una web que poder actualizar frecuentemente y **que crezca con nosotros**, con lo que optaríamos por una web con CMS.

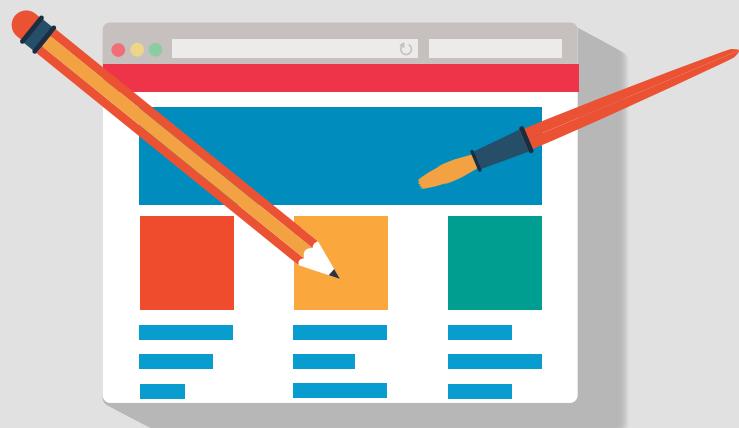
Necesitas una web,
pero... ¿cuál?

10

11

Haz tu web que sea corporativa

Debemos **tener en cuenta la identidad corporativa** que hemos definido y **aplicarla también a nuestra web**, así, según entre en ella un usuario, podrá asociarla a nuestra empresa nada más verla.



De la sencillez de manejo y navegación que tenga nuestra web, **dependerá que nuestros visitantes se queden**, o que por el contrario abandonen nuestro sitio sin haber visto lo que nos interesaba que vieran.

 Si es fácil, es mejor **12**

13

Fácil y... ¡sencillo!

No le compliques la vida a tus usuarios, haz una página de contacto que muestre diferentes vías para que te contacten, y los formularios, con los campos requeridos justos y necesarios, no te pases preguntando...



Hoy en día no se concibe un buen diseño web separado de una buena experiencia de usuario, y para que nuestra UX sea buena siempre, debemos tener una **página de error 404 que explique que no se ha encontrado la página y que facilite opciones** de búsqueda y navegación a nuestros usuarios.

Si algo sale mal, explícalo

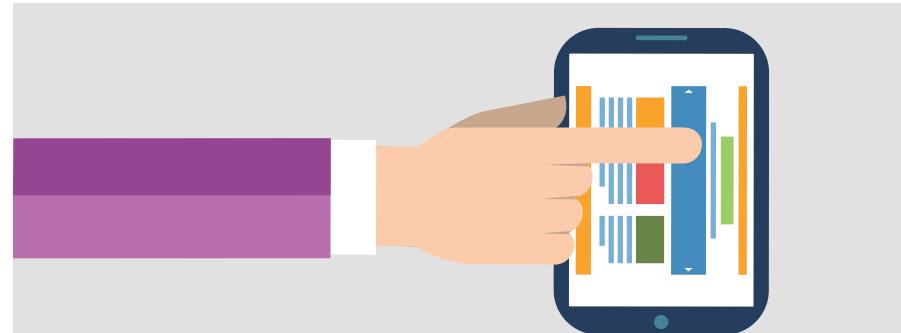
14

15

Recuerda en que época estamos



El diseño web ha evolucionado mucho en los últimos años y **nuestra web no puede verse obsoleta**, así que por mucho que te gusten las animaciones y sonidos, olvídate de usar flash, diseños congelados con scroll horizontal, páginas splash que salen antes de llegar a nuestro inicio...



Más de 14 millones de usuarios acceden a Internet a través de dispositivos móviles, así que imagina las posibilidades que hay de que alguien entre en tu web desde uno de ellos... Mejor ser responsive y hacer que nuestra web se vea bien, se vea desde donde se vea.



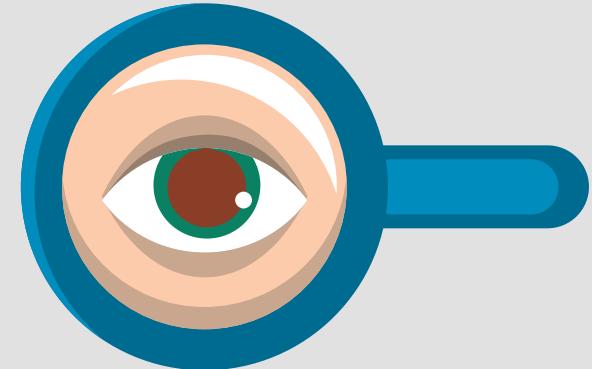
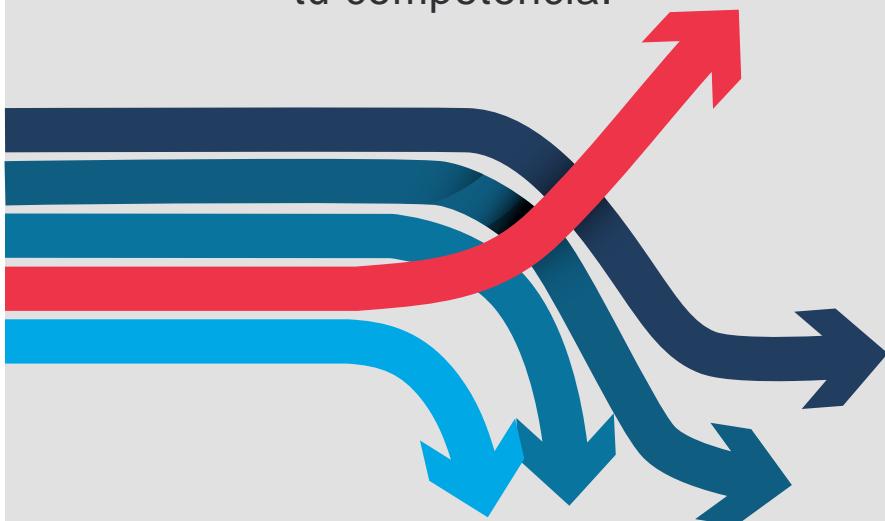
Muévete con tus potenciales clientes

16

17

Diferénciate

Todos tenemos puntos débiles y puntos fuertes, y por suerte, no todos tenemos los mismos. **Busca tu punto fuerte y enfatízalo** para sobresalir de entre toda tu competencia.



Pon especial atención a los detalles y cuídalos. Pon mimo en cada botón de tu web, o en los estados hover al pasar por encima con el ratón. Esas pequeñas cosas **harán de tu web una web de calidad**.



En los detalles
está la diferencia

18

19

Si el contenido es el rey, que tu web sea su castillo

Cuantos más **contenidos** generemos siguiendo la estética corporativa definida, más **mejorará nuestra imagen** de marca, más conocidos nos haremos, y además más beneficios SEO tendremos. Y todo almacenado en **un blog corporativo que de vida a nuestra web**.



Las ilustraciones y las tipografías hechas a mano hacen que las marcas conecten más con sus usuarios. Utilízalas en tus contenidos y crea una conexión duradera con tu público objetivo.



Conecta con tu público

20

21

Comparte tus conocimientos



Toda ocasión es buena para aplicar **nuestra estética corporativa** y difundirla. Creando infografías, ebooks, vídeos o cualquier otro tipo de contenidos que lleve impresa nuestra estética, nos afianzará como marca, y además experta, en nuestro sector.



Una **web con blog corporativo y buenos contenidos, pero sin botones para compartir en redes sociales, es un desperdicio**. Además, ya que es casi obligatorio tener perfiles en los diferentes medios sociales, facilita que te encuentren en ellos poniendo enlaces desde la web.



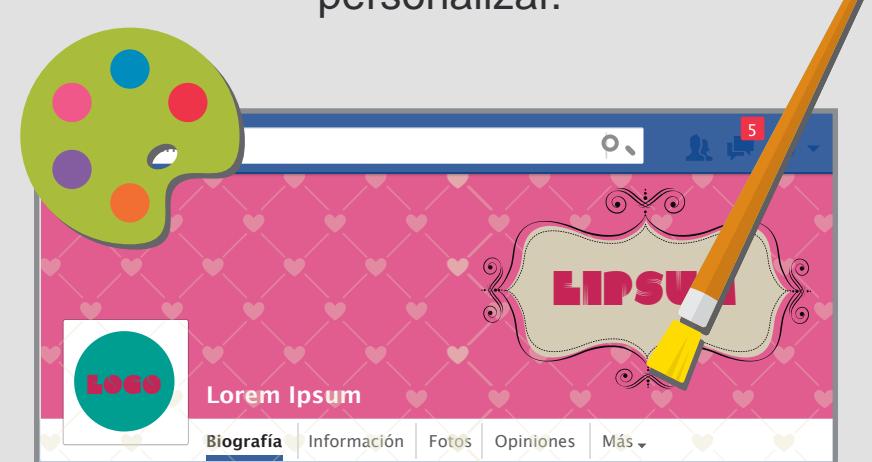
Sé social

22

23

Y ya que vas a estar,
mejor estar bien

Aprovecha lo que cada red social te ofrece y **personaliza los diferentes perfiles con tu estética corporativa**. Que no haya ni un sólo sitio en el que tengas presencia que se quede sin personalizar.



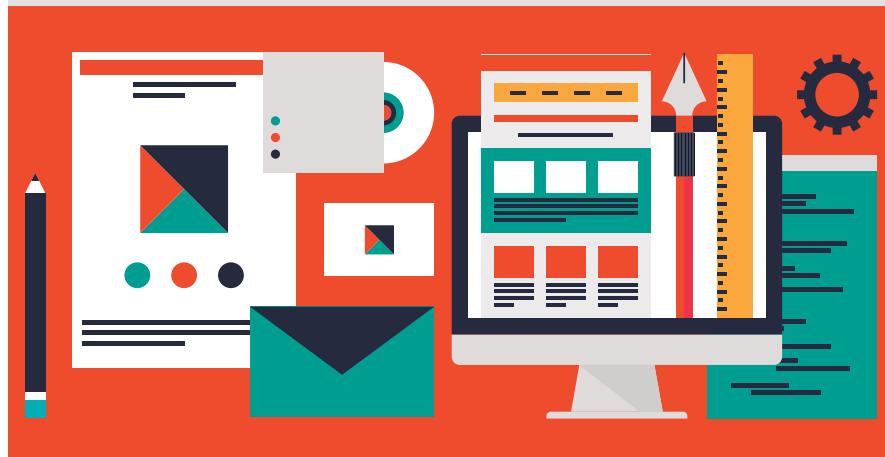
Hay muchas formas de conseguirlo, como **hablar sobre el equipo** humano que hay detrás, ponerle cara, o comportarte de forma humana recordando y felicitando fechas señaladas como la Navidad. Y qué mejor forma de hacerlo que **con una campaña de email marketing que puedes personalizar** y diseñar con tu estética corporativa.

Humaniza tu marca

24

25 Sé consistente

En resumen, **lleva tu identidad corporativa contigo a cualquier sitio y soporte**. Siempre que puedas, aplícalo y no la descuides ni olvides, ya sea online u offline.



Ahorre un 10 %
en cualquier plan SEOptimer
con el código de cupón:

ebook

 /seoptimer

 /seoptimer

 /company/seoptimer

 /user/seoptimer

 /seoptimer_com

 www.seoptimer.com/blog

www.seoptimer.com

support@seoptimer.com