

# diagnóstico **WEB**

---



COACH**2**COACH

El primer servicio de Diseño Web con Coaching.  
Nos centramos en los resultados.

Protegido. Por favor, si quieres compartir este documento, consulta las condiciones aquí [Atribución No Comercial Sin Derivar](#)



## IMPORTANTE: LEE ESTO ANTES

---

Tu web es importante. Cualquiera que sea el fin de tener una presencia en internet, seguro que prefieres que sea **visible, mejor que invisible**. Posiblemente hayas concebido tu web como un canal de venta adicional, como medio alternativo de **adquirir clientes** o con el objetivo de mostrar lo que haces o fomentar tu marca personal.

En cualquier caso, tu web es importante y necesita tener éxito, es decir, **lograr el resultado** que te hayas propuesto para ella, sea cual sea.

Creo en el poder de internet y creo que todo el mundo puede convertir su web en un generador de **ingresos**, pero lleva su tiempo y esfuerzo.

El éxito, en cualquier ámbito de la vida, no llega por casualidad ni por cuestión de suerte. Para que llegue, lo más importante es tener el objetivo claro, el resultado que queremos obtener. Si no sabemos lo que queremos lograr con exactitud, difícilmente lo conseguiremos. Después hay que seguir unos pasos, una **hoja de ruta**. El éxito de tu web comienza por su visibilidad. Si no es **visible**, es imposible que tenga éxito. A menos, claro, que solamente quieras tu sitio web como una especie de carta de presentación, de tarjeta de visita, o de vitrina de exhibición que mostrar a una audiencia con la que ya has tenido contacto.

Para adquirir algo de visibilidad es necesario, primero, que el diseño web desde su **base sea correcto**. Esto incluye una serie de parámetros de configuración, **usabilidad** (lo fácil con que los usuarios y Google se mueven dentro del sitio), **estructura** (la organización jerárquica del contenido), **funcionalidad** (si cumple su función, el objetivo) y **apariencia**. Si se cometen errores (tanto por acción como por omisión) en estas bases fundamentales del diseño web, difícilmente se obtendrá esa visibilidad necesaria y, por tanto, el éxito de la web estará condenado. Sería como construir **sin cimientos** o sobre cimientos con graves deficiencias que propiciarán su **derrumbe**.

Seguramente ya tengas una web. De lo contrario, no desearías realizar un diagnóstico. Voy a ayudarte a **detectar** algunos errores de diseño web para que puedas **corregirlos** y así **mejorar** algo esos cimientos.

El siguiente test de diagnóstico es totalmente gratuito y tiene el fin de que puedas realizar personalmente una evaluación general de tu diseño web en WordPress y así detectar si tu sitio está en unas **condiciones mínimas** para su buen posicionamiento desde la base. Aun con todo, el SEO y el diseño web no son ciencias exactas y existen muchas áreas grises, además de aspectos discutibles y otros en los que las opiniones de los expertos son muy variadas e incluso contradictorias. No obstante, he diseñado este test con lo más básico en cuenta, para que te pongas **en marcha** y darte una **base más eficiente** en tu diseño web.

Si deseas un diagnóstico detallado, en Coach2Coach ofrecemos el [servicio diseño web audit](#), mediante el cual analizamos más en pormenorizadamente tu diseño web y su rendimiento. Te presentaremos un informe minucioso acerca de los **aspectos críticos que impiden la captación de clientes** desde tu página web desde el punto de vista de configuración, estratégico, de estructura, de usabilidad y de apariencia. Si quieres contratar este servicio y nos envías el test hecho, obtendrás un 10% de descuento.

Te aconsejo que imprimas el documento.

## Requisitos previos para realizar este test de diagnóstico

1. Tu sitio web ha de estar **diseñado en WordPress**.
2. El **dominio** de tu web ha de ser **propio, no gratuito** (<http://dominio.es> vs <http://dominio.wordpress.com>).
3. Has de tener acceso a tu escritorio de WordPress y su gestión (se accede mediante **claves** de usuario y contraseña, añadiendo `/wp-admin` después de tu dominio). Si no cuentas con estas claves, te recomiendo leer el post [Razones para no diseñar tu web en Wix](#). En él, además de las desventajas de diseñar en plataformas como la que se menciona en el título, explico las **desventajas** de que terceros gestionen nuestras páginas web.

## Puntuación y Resultado

Asigna 1 punto a cada respuesta afirmativa a las 10 preguntas que vienen a continuación y súmalas. El resultado será como en un examen: del 1 al 4, suspenso. 5 suficiente justo. De 6 en adelante, aprobado con más o menos éxito.

He intentado hacer las preguntas y aclaraciones de la forma más sencilla posible, pese a la complejidad de algunos temas, como los [enlaces internos](#) o las [palabras clave](#). Cualquier duda, puedes ponerte en contacto con Coach2Coach o consultar en el blog sobre todos los temas mencionados.

## Actúa

De poco sirve descubrir una deficiencia si no se corrige después. Si el resultado que obtienes no es satisfactorio para ti, **actúa**. No te sientas sobrecogido/a por la puntuación ni trates de buscar culpables. De lo que se trata es de **poner remedio**, no de encontrar la fuente de los errores. Tienes un apartado para que anotes las próximas acciones a realizar para **mejorar tu diseño web**.

## AUTO-DIAGNÓSTICO DISEÑO WEB

Fecha realización:

En primer lugar, has de tener claros tres puntos, todos ellos de identificación:

1. Identifica tu(s) objetivo(s). El **objetivo** que persigues con tu sitio web. Puede ser que clientes potenciales contacten contigo, o suscripciones a tu blog, o realizar venta directa... Pregúntate: *¿cuál es la razón última por la que tengo un sitio web? ¿Conseguir clientes? ¿Conseguir tráfico? ¿Generar ingresos pasivos?* En mi post [SEO check: vamos a comprobar el SEO de tu web](#), puedes ver más info al respecto. Además, ese post es complementario a esta auto-evaluación o auto-diagnóstico.
2. Identifica tu audiencia tipo, cliente potencial, público objetivo. *¿Qué segmento específico del mercado es mi **audiencia** objetiva? Es decir, ¿a quién quiero dirigirme concretamente?* Si tu respuesta es “a todo el mundo”, vamos mal. Cuanto más delimites tu nicho de mercado, **mejores resultados obtendrás**. He escrito mucho al respecto. Este es uno de los posts más completos: [El nicho de mercado: qué es, por qué es necesario identificarlo y cómo hacerlo](#).
3. Identifica tus palabras clave. *¿Cuál es mi **palabra clave** principal? ¿Las secundarias? ¿Las otras palabras clave?* El 99% de los usuarios o gestores de su propia web **no han identificado correctamente** sus palabras clave, ni siquiera la principal. Esto ocurre porque al tratar de identificarlas, solemos hacerlo desde nuestra propia perspectiva, poniendo el **énfasis** en nosotros y nuestro negocio, en lugar de en nuestro cliente potencial. Nos preguntamos: *“a qué me dedico, qué hago, por qué términos quiero que me encuentren”*. Sin embargo, esta **no es** la perspectiva desde la que identificar nuestras palabras clave, sino que deberíamos hacernos preguntas usando la óptica de nuestro cliente potencial, intentando así **resolver su problema o satisfacer su necesidad**. Por ejemplo, nuestra pregunta para detectar algunas palabras clave sería algo así: *“cuando mi cliente potencial tiene este problema que yo puedo solucionar, o necesidad que puedo satisfacer, ¿qué pone él o ella en Google?”*. En el siguiente post te lo explico más detalladamente: [Palabras clave: ¿qué es eso?](#) Y al final del test también te doy algunas directrices más en el apartado *Conclusiones*.

Si realizas ese ejercicio de reflexión y decides contratar alguno de los [Planes de Diseño Web](#) con Coach2Coach para un re-diseño completo de tu sitio, te vamos a hacer un **5% de descuento** adicional sobre las promociones vigentes si existe alguna. No olvides enviarnos el ejercicio y solicitar el descuento a su debido tiempo.

## Top 5 Puntos a resolver

---

Emplea esta parrilla después de analizar los 10 puntos, para resaltar las **cuestiones más acuciantes** que requiere la mejora del rendimiento de tu web.

	Punto a resolver	Resolución o acción para resolver	Fecha límite resolución
1			
2			
3			
4			
5			

1	¿Tu dominio tiene más de un año de antigüedad?	La edad del dominio influye en el posicionamiento. Cuanto más antiguo lleva registrado, más <b>legítima</b> es la web. Esto es lo que interpretan los motores de búsqueda como Google o Bing.
2	¿Tu web cuenta con un blog dentro de la misma?	La presencia de <b>contenido dinámico</b> (frecuentemente actualizado) hace que los buscadores como Google visiten tu web con más frecuencia que si solamente hay contenido estático. Esto beneficia al <b>posicionamiento web</b> . De paso, aclarar que tener un blog independiente de tu web, aunque apunte (esté redireccionado) a ella, no aporta ningún beneficio.
3	¿Tu web tiene como página de Inicio una página estática, es decir, que no sea la página de entradas del blog?	En WordPress existe la posibilidad de poner una página de inicio estática o una página de Inicio que muestra las entradas del blog. En líneas generales, es preferible que diseñes tu web con una página de Inicio estática. Puedes así utilizarla como presentación o introducción a tus servicios o productos, es <b>como la portada de una revista</b> . Además, así desde esta página de Inicio estática puedes ( <u>debes</u> ) poner enlaces a las páginas más relevantes de la web, cosa que no puedes hacer desde una página de entradas.
4	¿Absolutamente ningún párrafo de los textos a lo largo de la web y el blog son copiados y pegados de otra u otras páginas web?	El contenido no original, copiado de otras webs es <b>penalizado por Google</b> . Incluso dentro de tu propia web, o si tienes otras, Google te penalizaría si copias contenidos. Los textos han de ser de tu propia creación y originales, nunca copiados ni de la tuya propia.
5	¿Tu web cuenta con una página de contacto y un formulario de contacto?	La página de contacto es esencial en un sitio web. Es necesario indicar todos los <b>datos</b> posibles mediante los que contactar con su gestor o su dueño, para hacer consultas, solicitar más información, etc. Muchas de las <b>ventas o colaboraciones estratégicas</b> que puedes llegar a conseguir pasan por la página de contacto. A su vez, dentro de la misma, ha de existir un formulario y evitar indicar el email de contacto en texto plano. De lo contrario los <b>robots maliciosos</b> pueden adueñarse de tu dirección de correo electrónico para enviar <b>spam</b> en tu nombre. Por tanto es imprescindible un formulario de contacto, generalmente, dentro de la página "contacto".

6	¿Tu web cuenta con enlaces internos en TODAS las páginas estáticas?	La página de Inicio es la <b>más visitada por Google</b> y otros buscadores. Sus programas visitan las webs para intentar comprender de qué tratan y así poder clasificarlas y posicionarlas. Los enlaces internos entre páginas son imprescindibles para que los buscadores puedan realizar esa labor. Si no hay <b>enlaces internos</b> en tu página de Inicio, el programa se da la vuelta y se va, en lugar de proseguir camino hacia otras páginas mediante los enlaces.
7	¿Publicas contenido regular y frecuentemente?	Tener un blog (pregunta 3) desnutrido no sirve de nada. Para que Google y los buscadores te visiten regularmente, es necesario <b>escribir</b> regular y frecuentemente. Lo recomendable es entre una y tres publicaciones a la semana. Mínimo un post cada 15 días.
8	¿Tienen tus posts iconos para compartir en las redes sociales?	Google mide parte de la relevancia de tu web a partir de tu <b>popularidad</b> en las redes sociales. Cada vez que publicas un post, deberías compartirlo en las redes y adaptar tu web para que otros que lo lean también puedan hacerlo. Nadie va a compartir tus posts si no se lo pones en bandeja.
9	¿Tienen todas las imágenes de tu web el atributo 'alt'?	Si no añades el atributo 'alt' de las imágenes, Google no es capaz de leerlas. Has de utilizarlo para <b>maximizar el potencial</b> de tus palabra clave concreta en esa página o entrada.
10	Entra en <i>Ajustes&gt;Enlaces Permanentes</i> . ¿Está seleccionada la opción "Nombre entrada"?	Los Enlaces Permanentes son los que aseguran que las URLs de todas tus páginas sean comprensibles para un humano y también para Google ( <b>amigables</b> ). Si no tienes seleccionada esta opción, es posible que tus páginas, en lugar de aparecer así: <a href="http://coach2coach.es/que-diseno-web-me-conviene/">http://coach2coach.es/que-diseno-web-me-conviene/</a> una URL amigable y comprensible, podrían aparecer así <a href="http://undominiocualquiera.com/56282-ad-88?/2015/12">http://undominiocualquiera.com/56282-ad-88?/2015/12</a>

Preguntas respondidas afirmativamente:

Puntuación total:

## Conclusiones

En definitiva, una web no se convierte en visible por **arte de magia** ni se posiciona sola. Hay que ayudarla, **creando las condiciones** necesarias para lograrlo.

Lo más seguro es que quieras que cuando alguien teclea en el cajetín de Google ese “problema” que tu servicio o producto puede resolver, **tu página web aparezca** lo más arriba posible. Eso es ser visible.

Pero **no te engañes**, lo importante no es aparecer por las palabras que **tú crees** son las correctas. Aquí volvemos al tema de ponerse en el lugar del cliente potencial e identificar las palabras clave desde SU perspectiva, no desde la nuestra.

Porque lo importante es saber si esas palabras realmente tienen **suficientes búsquedas en Google**. Es decir, por ejemplo, si yo he posicionado mi web en **primera posición para**

- “*coach para jóvenes*”,
- “*coach vocacional*” y
- “*coaching universitarios*”,

pero **nadie busca esos términos, no me sirve da nada** en absoluto. Sin embargo, si pienso en la necesidad **de mi cliente** potencial, además encontraré otros términos importantes que describan la necesidad, el problema o la solución, como

- “*orientación profesional*”,
- “*orientación vocacional*”,
- “*orientación post universitaria*”, o incluso
- “*no sé qué carrera escoger*”,
- “*he terminado la carrera y no sé qué hacer*”, o, más concreta aún,
- “*he terminado derecho y no sé qué hacer*”, o
- “*qué hacer después de terminar la carrera*” ..., etc.

Quienes están preocupados por lo anterior, quienes **necesitan soluciones**, seguramente no teclearán en Google tu especialidad, el coaching vocacional, sino que buscarán cosas similares a los ejemplos. Si eres tú quien aparece entre las primeras posiciones, es muy probable que pinchen para entrar en tu web. Así **consigues dos cosas**:

1. **llegar** a tus clientes potenciales y
2. **fomentar** la propagación y popularización, ahora sí, del “nombre” o concepto de tu especialidad, que es el coaching vocacional.

El siguiente paso es tener un diseño web que anime a esos clientes en potencia a **contactar contigo** para que les digas cómo puedes ayudarles más. En este test te he mostrado 10 factores fundamentales para conseguir que ese diseño web **empiece a ser más eficiente**. En el anexo que viene a continuación enumero **algunos otros factores importantísimos** que deberías analizar.

## Anexo

Los 10 puntos anteriores son algunos de los más **básicos** a la hora de diagnosticar si el diseño web de tu página se aproxima a unos estándares mínimos para el buen **desempeño** de su función y posicionamiento. No obstante, hay numerosos elementos adicionales que también están afectando a ese rendimiento y por tanto, a los **resultados** que obtienes de tu diseño web. Por ejemplo:

- página de inicio que cumpla con requisitos generales de **diseño web efectivo**
- uso de **llamadas** a la acción (elementos para animar al usuario a que haga algo)
- títulos, descripción, **estructura** de las páginas; palabras clave
- **velocidad** de carga (una web lenta no aparece en las primeras posiciones de Google)
- *Deep linking* (**enlaces internos** entre páginas y posts esenciales para identificación de Google)
- **textos ancla**
- el envío del **mapa** de tu sitio a Google,
- el uso adecuado de los archivos de **robot.txt**,
- integrar **Google Analytics y Google Search Console** (antes llamado *Google Webmaster Tools*),
- incluir herramientas de **conversión** (formularios de suscripción en unos casos, carritos de la compra, etc.),
- **consistencia** de formatos,
- prevención de **keyword stuffing** (palabras clave mencionadas en exceso)
- títulos y meta descripciones en páginas estáticas y prevención de su **duplicidad**
- **keyword mapping** (inclusión de palabras clave individuales en cada página)
- uso adecuado de **etiquetas H1** (prevención de duplicidad)
- **contenido** de calidad y actualizado o siempre vigente y su nivel de **legibilidad**
- etc.

La lista de factores que influyen directamente sobre el posicionamiento y rendimiento de una página web es mucho más larga.

El servicio [diseño web audit](#), totalmente personalizado, hace todo lo anterior por ti, analizando la totalidad de tu diseño web, diagnosticando errores y **corrigiéndolos**, siempre y cuando tengan remedio, sean de nuestra competencia y nos des permiso para ello, como los que puedan afectar al contenido, la estructura y la estética de la web.

*Si quieres un diagnóstico detallado y corrección de tu diseño web, solicítalo poniéndote en [contacto](#) con nosotras, indicando “diagnóstico” o “audit diseño web” o similares en el Asunto.*