

Mas allá de la Grafica el Design desde la perspectiva del Marketing Digital

El **objetivo mínimo de cualquier sitio web** y su actividad colateral de marketing online es describir el perfil de la empresa y exhibir sus productos y/o servicios resaltando su valor y características más importantes.

Casi siempre las empresas y profesionales esperan que sus sitios web no sean únicamente una ventana para los visitantes, sino que también obtengan **contactos, clientes potenciales** y, en el sector del eCommerce, **ventas online**. A partir de esto es evidente que crear un sitio web es desde el principio una labor de marketing que va más allá de los aspectos formales.

Enfocarse en los elementos gráficos solamente en términos de impacto visual en los usuarios es un **error común** que se nota cuando se analizan los sitios web de muchas empresas.

El **diseño gráfico** de un sitio web es de hecho solo uno de los factores que afectan el resultado final. Para que la actividad online de la empresa funcione, alcanzando los objetivos empresariales, es aconsejable apelar a un **concepto de design** que permita abarcar los valores de funcionalidad, ergonomía, usabilidad, comunicación y psicología: todos aspectos que hacen una gran diferencia cuando se trata de incentivar al usuario a actuar según nuestras expectativas.

Por lo tanto, **convertir visitantes en usuarios activos** es un desafío que requiere una combinación de pericias diferentes. Un proyecto donde estrategia de marketing y diseño web operan juntos hacia el objetivo de la empresa.

Para evitar frustrar inversiones en optimización SEO y publicidad online, el diseño de un sitio web se debería planificar incluyendo los siguientes aspectos:

- **tecnología y desarrollo web** (elección del servidor, plataforma y base de datos, códigos, etc.);
- **gráfica** (colores, tipografía, fotografías e imágenes, distribución de los elementos informativos, etc.);
- **accesibilidad y usabilidad** (funcionalidad, sistema de navegación, acceso a la información, tiempo de carga de las páginas, arquitectura de la información y organización del contenido);
- **textos y copywriting** (calidad de contenidos, claridad comunicativa);
- **SEO** (una técnica de marketing online enfocada en optimizar sitios web para [mejorar el posicionamiento en los buscadores](#)).

Como **productos de comunicación e instrumentos de marketing digital**, los sitios web deben ser tratados como tareas complejas cuyo valor gráfico y estético representa solamente uno de los muchos aspectos para tomar en consideración.

Entre las cinco áreas identificadas anteriormente, el *design* incluye: gráfica y

accesibilidad/usabilidad. Para una empresa, pensar y planear según las mejores prácticas de diseño web (design) significa actuar con un enfoque más sofisticado y completo al marketing de sitios web.

El design, en su sentido más amplio, es el facilitador de la era digital - es un proceso que crea orden a partir del caos - que vuelve la tecnología usable para los negocios. Design significa ser bueno, no solo verse bien. — Clement Mok

Los desarrolladores, diseñadores gráficos, copywriters y expertos de marketing digital necesitan hacer un **esfuerzo colectivo** para que un sitio web sea un proyecto exitoso. La tarea principal de un [consultor de marketing online](#), antes de cualquier campaña de marketing online, es apoyar al director del equipo o proyecto para ayudarlos a recalibrar sus esfuerzos desde una perspectiva integral.

Los resultados finales dependerán en gran parte de cómo se gestiona este proceso.