

## **¿Qué información debe tener tu sitio y cada cuándo publicar?**

**Autor:** Cursos Vinculando — [¿Cómo citar este artículo?](#)

Nuestra pareja de emprendedores ya tiene un excelente dominio relacionado a su actividad cafetalera y años de experiencia vendiendo el grano, así que ahora se están preguntando qué información debe tener su sitio web y cada cuándo deben publicar, pues saben que un sitio web exitoso no es aquel que se publica y queda “listo” sin cambiarlo o actualizarlo, sino que buscadores como Google mandan más visitantes a los sitios que publican información con frecuencia.

**Tip:** Es muy posible que tus competidores No sepan que deben publicar con cierta frecuencia en sus sitios web, así que puedes aprovechar esto en tu beneficio para ir ganando más y más visitantes a lo largo del tiempo. En esta lección te diremos qué y cuándo publicar.

### **Planeación de las publicaciones en tu sitio para asegurar el éxito**

Un sitio web destinado a un negocio debe cumplir con dos propósitos básicos: por un lado transmitir la información que para ti sea importante, ya sea para comprar tus productos o para contratar tus servicios. Por otro lado, debe evitar poner información superflua que distraiga a los posibles clientes.

El balance entre poner información relevante y quitar distracciones hará que una página sea más útil para los objetivos de tu negocio.

Para saber qué información es más relevante y qué no lo es, habrá que poner atención en el comportamiento de los usuarios de acuerdo a los cambios que se vayan realizando dentro del sitio a lo largo del tiempo.

En este sentido, todo lo que se ponga en una página es susceptible de ser modificado, mejorado, cambiado, borrado, etcétera hasta encontrar el balance específico de tu negocio y tu mercado meta, por lo que será importante que recuerdes esto:

**Un sitio web es un proceso y no un producto terminado.**

## ¿Qué contenidos es recomendable publicar?

Existen dos maneras de saber lo que puedes publicar para beneficiar a tu negocio. **La primera y más importante es escuchando lo que tus clientes anteriores y actuales te han planteado como preguntas, dudas y problemas.** Esta es una fuente invaluable de información que puedes aprovechar.

Para hacerlo, recuerda las preguntas más frecuentes que te han hecho y empieza a escribir **textos que tengan entre 600 y 800 palabras** donde expliques cada tema por separado y cómo solucionarlos de manera general.

Para el ejemplo de nuestra pareja de emprendedores, algunos de los artículos que podrían crear para los consumidores de café en taza serían como estos: “Cómo preparar la taza perfecta”; “Cuidados a la hora de almacenar y preparar café en grano”; “Recomendaciones para maridar tu comida favorita con distintos tipos de café”; etc.

Como ellos también venden café en grano, pueden redactar otro tipo de artículos para este grupo: “7 recomendaciones para hacer mezclas de café tostado”; “Características principales del café de Chiapas, Guerrero y Oaxaca”; “Cómo almacenar café verde y café tostado”; “El mejor inmobiliario para una cafetería”; etcétera.

A diferencia de este curso, donde te digo con detalle qué debes escribir, cuántas palabras y cada cuándo, en tus artículos es recomendable que des **soluciones reales pero no detalladas.**

Reales porque va a ser muy importante que tus clientes potenciales vean que sí conoces tu tema, pero no detalladas para que te llamen y contraten tus servicios. Como tu ya has pagado por este curso, aquí estás recibiendo los detalles específicos que necesitas ;)

La estrategia de usar 600 a 800 palabras por documento es usada actualmente (2013) por las principales empresas de Estados Unidos para redactar contenidos para sus clientes en todo el mundo. Ya habrás visto en mi currículum que yo trabajo con ellos y veo directamente que esto funciona, y así te lo recomiendo.

Aquí también es **muy importante que tu información sea original**, y no simplemente una copia de otros sitios, pues Google y los demás buscadores asociarán tu sitio con uno que simplemente copia lo que se publica en otros lugares. Al contrario, si publicas información inédita, los buscadores te responderán favorablemente.

La segunda manera de saber qué escribir, es usar una herramienta de medición del número de visitas a tu sitio y su comportamiento dentro de él. Estas herramientas se llaman "Web Analytics".

Existen muchas maneras de observar el comportamiento de los visitantes de tu sitio, pero la mayoría de estas herramientas de medición te dirán qué partes de tu sitio son más populares, dónde pasan más tiempo leyendo tus usuarios y qué información no les gusta.

Al realizar tu página web, pide a tu diseñador que incluya estas herramientas de medición, **de manera que cuentes con esta información desde ahora** y te ayude a saber qué mejorar, qué cambiar y qué quitar en tu sitio.

### ¿Cada cuándo se debe publicar?

No existe una frecuencia única para todo mundo. En vez de ello, mide con cuidado tus recursos de tiempo y procura publicar de manera constante.

Estas son algunas posibilidades para tu calendario editorial:

- Todos los martes y viernes;
- El lunes de cada semana;
- Una vez cada 15 días;
- Una vez al mes.

Nota cómo han sido acomodadas de mayor a menor frecuencia. En mi experiencia, no te recomiendo que publiques menos de una vez al mes, porque los buscadores van a darle preferencia a quienes publiquen más frecuentemente.

Si escribir no es lo tuyo, recuerda que también puedes publicar fotografías, video y audio, aunque de cualquier manera es recomendable que de vez en cuando publiques contenidos de texto, pues son los que buscadores como Google usan para conocer la temática de tu sitio y la originalidad de tus publicaciones.

Otra opción es que le pidas a alguien que redacte los textos por ti, o contrata a una persona que entre otras cosas escriba sobre estos temas y lo haga con corrección gramatical y ortográfica.