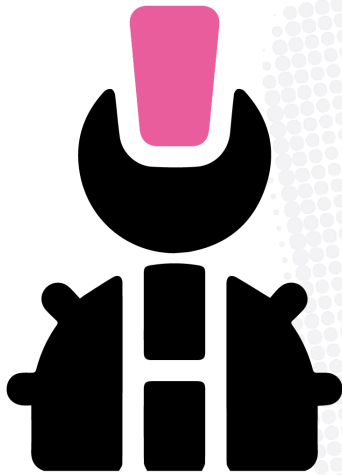




CARACTERÍSTICAS DE UNA LANDING PAGE EFICAZ

Una landing page debe ser relevante. Eso significa que tiene que ofrecerle a nuestro cliente la información que realmente le interesa y necesita saber. Pregúntate: ¿qué aspectos le importan más de nuestro servicio? ¿Cuáles son sus dudas o miedos? No queremos abrumarlos con datos innecesarios, como un buffet libre donde elige todo, pero acaba con un plato de espinacas que no quería. Si en el texto de la campaña ya hay un copy que destaca, ¡no lo repitas en la landing! En su lugar, usa un nuevo enfoque que explique más a fondo y amplíe la información.

Además, asegúrate de enviar al cliente a la página más relevante para la campaña. Eso es lo que llamamos "relevancia de página". Si hacemos una campaña para vender "piñas online", no tiene sentido llevarlos a la home de una frutería ni a una página de sandías. ¡Nada de desvíos! Llevarlos directamente a la página de venta del producto es clave para que no se pierdan por el camino y, lo más importante, para que generen conversiones.

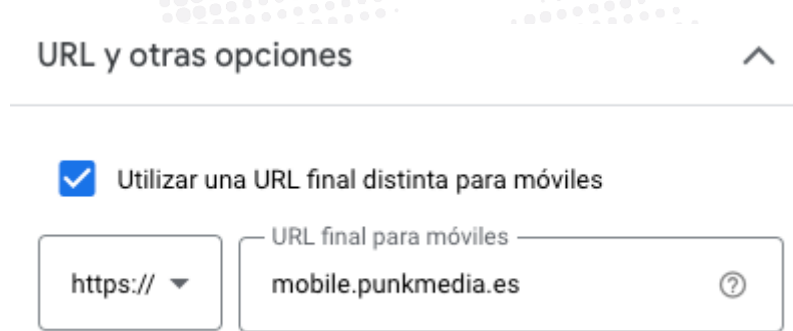
Evita puntos de fuga: Cada landing page debe tener un único objetivo, ya sea conseguir leads o vender un producto. Cualquier cosa que aleje al usuario de este objetivo es un distractor peligroso, como un gato en medio de una videoconferencia. Así que, despídete de pop-ups molestos, enlaces externos y botones de redes sociales. ¡Con lo que cuesta atraer usuarios, no los vamos a dejar escapar así como así!

Aplicación de la identidad de marca: Es esencial que los elementos visuales y el copy de la landing page refuercen la personalidad de la marca. Usa colores, tipografías y logotipos de manera coherente. Queremos que tu página sea tan reconocible como el logo de McDonald's, pero sin los anuncios de hamburguesas. El tono y el lenguaje del copy deben

alinearse con la voz de la marca. ¿Eres formal, cercana, divertida o técnica? Cada palabra cuenta para transmitir tu mensaje de forma clara y generar confianza.

Potenciar la visibilidad: El diseño web sigue tendencias. ¡No querrás que tu página se vea como un relicario de los 90! Asegúrate de que el diseño sea atractivo, moderno y adaptado a tu cliente ideal. Aquí es donde entra la experiencia de usuario (UX): un diseño intuitivo mejora la navegación y la percepción de la marca. No olvides destacar elementos clave como los CTAs y formularios con colores llamativos. ¡Que se noten más que un peinado de los 80!

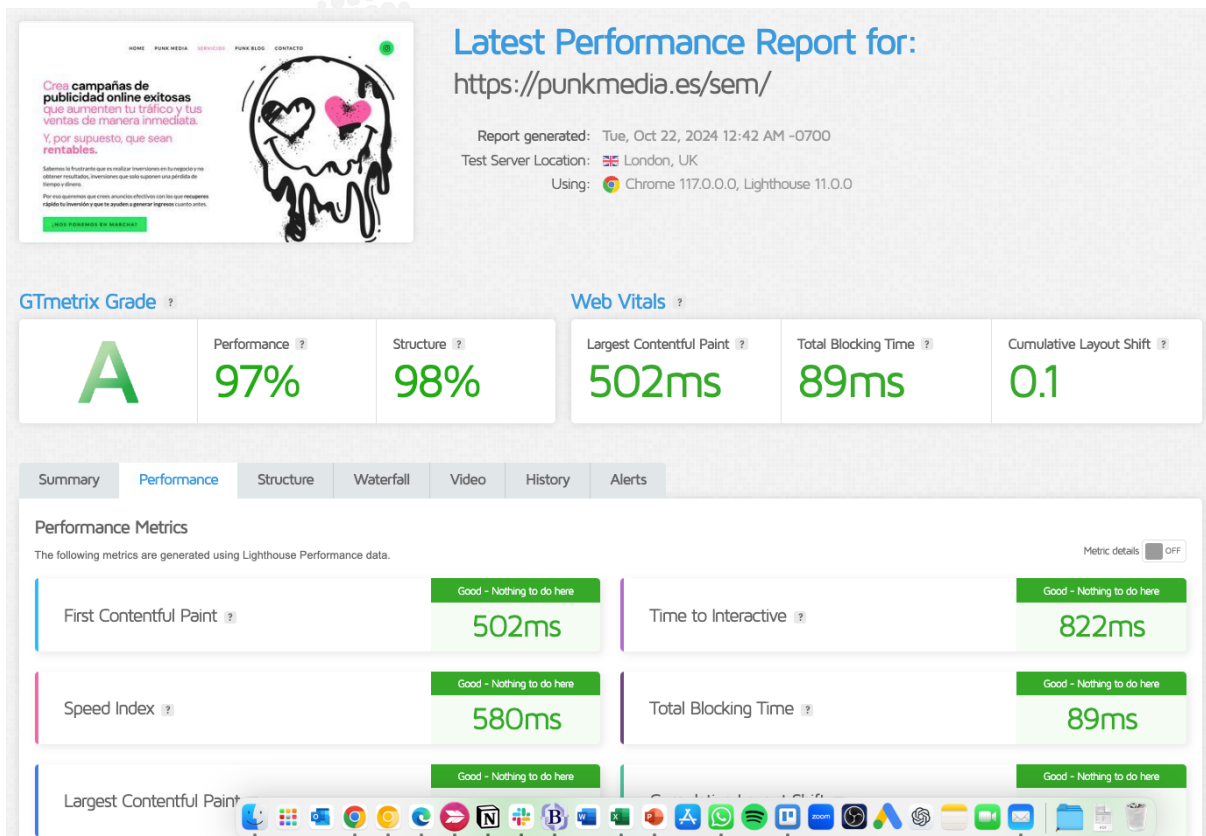
Adaptar a dispositivos móviles: La mayoría de las personas navegan desde sus móviles, así que pensar solo en escritorio es un gran error. Un enfoque “mobile first” es esencial. Si tu landing page no está optimizada para móviles, ¡puedes dar por perdido un porcentaje enorme de usuarios! Asegúrate de que cada usuario tenga una experiencia óptima, ya sea en un smartphone o en una tablet.



The screenshot shows a section titled "URL y otras opciones" with an upward arrow icon. Below the title, there is a checked checkbox labeled "Utilizar una URL final distinta para móviles". Underneath, there are two input fields. The first field contains "https://" with a dropdown arrow. The second field is labeled "URL final para móviles" and contains the text "mobile.punkmedia.es" with a question mark icon to its right.

Trabajar el interés del usuario: Para destacar tu propuesta, juega con elementos como urgencia, precio, calidad y exclusividad. La urgencia es clave: un “últimas unidades” puede hacer que un usuario actúe rápido (¡antes de que se lo lleve otro!). El precio tiene que ser atractivo, ¡nadie quiere sentirse estafado! La calidad genera confianza, y la exclusividad convierte un producto en un objeto de deseo. Estos elementos no solo enriquecen tu propuesta de valor, sino que también posicionan tu marca de forma efectiva en un mercado competitivo. ¡A ponerlos en práctica ya!

Velocidad de carga: La velocidad de carga es crucial. Cada segundo extra puede hacerte perder un 7% de conversiones. Si una página tarda en cargar, los usuarios abandonan más rápido que un niño en una clase de matemáticas. Google Ads y Meta Ads penalizan las páginas lentas, así que asegúrate de optimizar todo para que la velocidad de carga no sea un problema. Usa herramientas como GTMetrix o PageSpeed Insights para identificar qué está frenando tu página.



Aquí van algunos consejos para que tu landing page no se quede atrás:

01 Escoger el hosting adecuado

Un hosting lento, inadecuado o incorrectamente configurado puede ser el talón de Aquiles de cualquier sitio web. Si el servidor que aloja tu página web no es lo suficientemente rápido o potente, los tiempos de carga se verán afectados negativamente, lo que puede llevar a una alta tasa de rebote y a la pérdida de visitantes potenciales. Un hosting inadecuado también puede traducirse en tiempos de inactividad, afectando la disponibilidad de tu sitio cuando más lo necesitas.

Elegir el hosting correcto es fundamental para garantizar el rendimiento y la seguridad de tu sitio web. Primero, considera la velocidad y la fiabilidad del proveedor; un buen hosting debe ofrecer tiempos de carga rápidos y un alto porcentaje de tiempo de actividad (uptime) para asegurar que tu sitio esté disponible en todo momento.

La escalabilidad es otra característica clave; a medida que tu sitio crece, necesitarás un plan que pueda adaptarse a un aumento en el tráfico sin afectar el rendimiento. Además, asegúrate de que ofrezca soporte técnico confiable y accesible, preferiblemente 24/7, y que

esté disponible en castellano si no dominas bien el inglés. Esto es crucial para poder resolver cualquier problema que pueda surgir sin barreras lingüísticas.

También es importante que el hosting incluya características de seguridad robustas, como copias de seguridad automáticas, certificados SSL y protección contra malware.

Por último, revisa la facilidad de uso de su panel de control y la disponibilidad de herramientas de optimización, ya que esto te permitirá gestionar tu sitio de manera eficiente desde el principio. En resumen, un hosting adecuado debe ser rápido, escalable, seguro y fácil de manejar, además de ofrecer soporte en el idioma que te resulte más cómodo, para brindar la mejor experiencia tanto a ti como a tus usuarios.

Por otra parte, una configuración incorrecta del hosting, como una asignación insuficiente de recursos o la falta de optimización del entorno del servidor, puede causar cuellos de botella que ralentizan el rendimiento general. Para garantizar una experiencia de usuario fluida y satisfactoria, es fundamental elegir un proveedor de hosting confiable que ofrezca servidores rápidos y que esté adecuadamente configurado para manejar las necesidades específicas de tu sitio web.

02 Wordpress, plantillas y plugins

Las plantillas de Wordpress pesadas suelen incluir múltiples elementos gráficos, scripts y estilos que pueden ralentizar significativamente el tiempo de carga. Además, si una plantilla está mal diseñada o es demasiado compleja, puede hacer que el sitio web sea menos eficiente. Por ejemplo, si una plantilla carga demasiados scripts o imágenes innecesarias, eso puede traducirse en tiempos de carga más lentos y, por ende, en una mala experiencia de usuario. Así que debes poner atención al escoger tu plantilla en este sentido, y no fijarte solo en si el diseño es atractivo.

Por otro lado, el uso excesivo de plugins también puede ser un problema. Cada plugin adicional que instalamos puede requerir recursos del servidor, aumentar el número de solicitudes HTTP y, en última instancia, hacer que la página se vuelva más lenta.

Asimismo, puede que algunos de los plugins no estén optimizados, lo que significa que pueden cargar elementos de forma ineficiente, perjudicando la velocidad general del sitio. Por ello, al instalar un plugin, es importante fijarse en las valoraciones y el número de descargas del mismo, ya que estos indicadores suelen reflejar la satisfacción de otros usuarios y la fiabilidad del plugin. Además, prestar atención al tiempo transcurrido desde su última actualización es crucial; un plugin que no ha sido actualizado recientemente puede ser vulnerable a problemas de seguridad o no ser compatible con las versiones más recientes de WordPress.

En resumen, elegir plugins bien valorados, populares y actualizados regularmente es fundamental para mantener el rendimiento y la seguridad de tu sitio.

Una vez que has instalado los plugins en tu sitio web, es fundamental mantenerlos actualizados. Las actualizaciones de plugins no solo suelen incluir nuevas características y mejoras de rendimiento, sino que también son cruciales para la seguridad de tu sitio. Los desarrolladores lanzan actualizaciones para corregir vulnerabilidades que podrían ser explotadas por hackers y para garantizar la compatibilidad con las versiones más recientes de WordPress. Ignorar estas actualizaciones puede llevar a problemas de rendimiento, como tiempos de carga más lentos o incluso fallos en el funcionamiento de ciertas funciones del sitio.

Además, un plugin desactualizado puede causar conflictos con otros plugins o con el propio tema de tu web, lo que puede resultar en errores y una experiencia de usuario negativa. Por lo tanto, revisar y aplicar regularmente las actualizaciones de tus plugins es una práctica esencial para asegurar que tu sitio web funcione de manera óptima y se mantenga protegido contra amenazas potenciales.

Si un plugin específico está causando un impacto negativo en el rendimiento, Code Profiler puede ayudarte a identificarlo, lo que te permite buscar alternativas más eficientes o contactar al desarrollador para obtener soporte.

03 Configuración de la caché

La caché almacena copias de los archivos estáticos, como imágenes, CSS y JavaScript, en el navegador del usuario. Esto se traduce en que, en visitas posteriores, el navegador puede cargar estos archivos desde la caché en lugar de solicitarlos nuevamente al servidor, lo que reduce el tiempo de carga de la página.

Si trabajamos con Wordpress podemos utilizar plugins como WPRocket o W3 Total Cache para la configuración de la caché. Asimismo, existen servidores que cuentan con herramientas que nos ayudarán en la tarea.

04 Compresión GZIP

La compresión GZIP es una técnica crucial para optimizar la velocidad de carga de un sitio web. Mediante este sistema, se reduce el peso de los archivos al comprimirlos antes de ser enviados desde el servidor al navegador del usuario. Esto significa que los datos se envían en un formato más ligero, lo que acelera significativamente el tiempo de transferencia y mejora la experiencia del usuario. Al implementar la compresión GZIP, no solo se reduce el tiempo de carga de la página, sino que también se disminuye el uso de ancho de banda, lo que puede resultar en ahorros económicos, especialmente para sitios con alto tráfico.

Además, la mayoría de los navegadores modernos son compatibles con esta técnica, lo que facilita su implementación y garantiza que los visitantes disfruten de un acceso más rápido y eficiente a tu contenido.

05 **Capa de imagen en vídeos e iframes**

Los vídeos insertados en una web, especialmente a través de iframes (como los de YouTube o podcasts), pueden aumentar el peso de la página y generar solicitudes adicionales al servidor, ralentizando el tiempo de respuesta y el renderizado. Para evitar esto, se puede utilizar una técnica que simula el iframe con una imagen de previsualización. Así, el contenido del vídeo o iframe no se carga hasta que el usuario hace clic en la imagen, lo que mejora significativamente la velocidad de carga si el usuario decide no reproducir el contenido.

Herramientas de optimización como WP Rocket permiten implementar esta técnica de manera sencilla, cargando los vídeos solo cuando el usuario interactúa con ellos. Esto no solo reduce la carga inicial de la página, sino que también mejora la experiencia del usuario y el rendimiento general de la web.

06 **Redirecciones 301, 302...**

Cada redirección que añadimos obliga al navegador a hacer una nueva solicitud al servidor, lo que aumenta la latencia y ralentiza los tiempos de carga. ¡Ahora imagina tener una cadena de redirecciones! Es el caos. Por eso, es esencial asegurarse de que cuando el usuario hace clic en el anuncio, llega directamente a la página correcta sin pasar por redirecciones innecesarias.

En campañas de Google Ads, existen scripts que podemos programar para que nos envíen un correo cuando detectan redirecciones en las URLs de destino. Esto nos permite identificar rápidamente cualquier problema y realizar ajustes antes de que afecte al rendimiento de la campaña.

07 **Optimización del peso de las imágenes**

Las imágenes son uno de los principales culpables de que una página tarde en cargar, especialmente si se navega desde un dispositivo móvil. Aunque las imágenes de calidad

son fundamentales para una buena presentación visual, si su peso es excesivo, ralentizarán la velocidad de carga de la web.

Para evitar esto, antes de subir una imagen, es recomendable optimizar su tamaño usando herramientas como TinyPNG o Kraken.io, que reducen el peso sin apenas afectar la calidad. Si ya tienes imágenes subidas, puedes optimizarlas automáticamente con plugins para CMS como Imagify, Optimizador.io o Smush.it en WordPress.

Y, si queremos dar un paso extra, subamos las imágenes en formato WebP, el formato optimizado y preferido de Google, ideal para mejorar la velocidad de carga y rendimiento de la página.

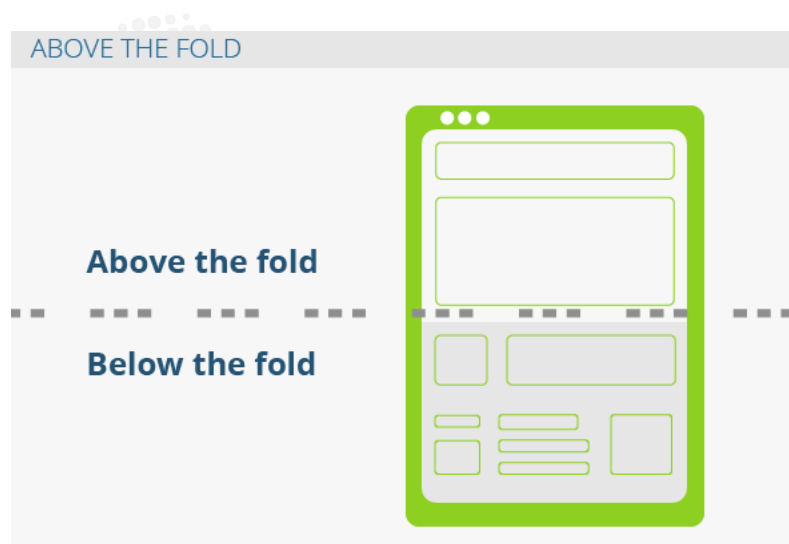
08 Optimización del tamaño de las imágenes

Cuando subimos una imagen a una página web, no solemos darle importancia a las medidas de la misma. Sin embargo, cuando una imagen tiene un tamaño mayor del necesario es común que su peso sea mayor, y puede ralentizar considerablemente la carga de la página. Esto sucede porque los navegadores necesitan descargar todos los recursos de la web, incluyendo las imágenes, antes de poder renderizarla (mostrarla) correctamente. Si las imágenes son más grandes de lo necesario, en dimensiones o peso, el tiempo de carga se incrementa.

Antes de subir imágenes a la web, debemos acostumbrarnos a adaptar el tamaño de estas al tamaño aproximado en el que se mostrarán en la página, sin excederse en las dimensiones. Así, optimizamos el tiempo de carga, asegurándonos de que la experiencia del usuario sea fluida.

09 Implementación del sistema “Lazy load”

Mediante este sistema, en lugar de cargarse todos los elementos de una página de inmediato al abrirla, únicamente se cargan aquellos que están visibles en la ventana del navegador del usuario (“above the fold”). Esto significa que los recursos que se encuentran fuera de la vista inicial (“below the fold”) no se cargarán hasta que el usuario haga scroll hacia abajo y los visualice.



Aplicar estas buenas prácticas no solo mejorará la eficiencia de tu web, sino que también generará confianza en tus visitantes, lo que puede traducirse en mayores conversiones y un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda. ¡Invierte el tiempo necesario en la optimización de tu sitio y verás cómo web se fortalece y se vuelve más competitiva!