

Las nuevas reglas de la supervivencia

20 de mayo de 1996, por Roxana Bassi

<http://www.roxanabassi.com.ar>

Tu organización decidió abrir su site en la World Wide Web. Contrataron al mejor equipo desarrollador en hipermedia, adecuaron su política de marketing para este nuevo medio, invirtieron cientos de horas de investigación para dar a luz a tu sitio en la web. Luego publicaron las páginas ansiosamente, hicieron las pruebas de conexión, y creíste que todo estaba listo: ya estaban presentes en Internet!

Sin embargo los días pasan y el contador de accesos marca menos de 200 -y ya ingresaron varias veces de todos los sectores de la empresa, además de todos tus amigos que llevaste a un cybercafe -. Desesperado, el responsable del sitio incrementa a mano (disimuladamente) el contador. Y nada. Nadie viene a visitar tu página. ¿Es ésta tu situación? No te sientas solo, le sucede a muchos, y puede deberse a

algunas fallas en la planificación de tu presencia en la Web. Veamos.

Para aquellos que vienen de otros medios que no son el cyberspace, es necesario aprender las reglas de juego de nuevo. ¿Quieres saber cuál es el único objetivo a cumplir para asegurarse el éxito en la web?. Si claro, es lograr que un visitante venga a verte una vez, pero especialmente que vuelva. Este punto lo comprendieron muy bien quienes diseñaron sites como Clarín (<http://www.clarin.com.ar>) o The Spot (<http://www.thespot.com>).

En Argentina ya hay más de 400 páginas de la Web. Por ahora, la mayoría son bastante visitadas, tiene que ver con la novedad. Pero en el mundo hay varios cientos de miles de sitios, y la lucha por la supremacía es feroz.

Los diseñadores gráficos y publicitarios que desconocen el mundo Internet, se enfrentan a un universo extraño que no se comporta como los medios habituales en los que estas empresas conocen bien las reglas de supervivencia. Pero no te desanimes, porque una vez sorteados los primeros escollos

puede que descubras en Internet un medio con características únicas de contacto con los seres humanos al otro lado de la pantalla.

Lo primero que hay que tomar en cuenta es que Internet nació y creció en un ámbito académico, y recién en estos dos últimos años se abrió a la participación activa de empresas comerciales. El usuario Internet no es un usuario pasivo, mero receptor como en la TV o un medio gráfico callejero. El usuario de Internet elige ir a ver tu página, no está obligado a pasar por ella. Por lo tanto tu página debe llamar la atención, ofrecer algún servicio útil - gratis -, y alguna diversión. No hagas como tantas empresas argentinas, cuya página se limita a información institucional y listo, como si a mucha gente le interesara ver el logo de tu empresa y nada más.

El segundo elemento que debés tener en cuenta al diseñar tus páginas es la interactividad: tendrás que lograr que tu visitante se vea motivado a pensar, tomar decisiones, participar y aprender recorriendo tus páginas.

La tercera clave es el Feedback: ofrecer un canal rápido de comunicación entre el visitante y los responsables de la página. Esto te permitirá saber qué es lo que la gente quiere ver, que les gusta más -y que les molesta más-. Y es importante que respondas todos y cada uno de los e-mails que te envíe un visitante, porque seguramente él retorne para ver si llevaste a cabo sus sugerencias.

Si tus páginas están bien diseñadas para el medio - tienen buen hipertexto y gráfica - son rápidas de acceder, claras en su organización y brindan gratuitamente algún servicio útil, entonces están listas para competir en el mundo Internet.

Solo falta algo.. difundir la existencia de tu sitio!

Bien, para eso hay muchas cosas que podés hacer, entre ellas agregar tu dirección de web en las etiquetas de tus productos, en tus publicidad por otros medios, en las tarjetas personales de los miembros de la organización, en un mailing a tus clientes o proveedores, comentarlas en los newsgroups que traten de tu tema y todo otro medio que se te ocurra (Jamás en un mail global a todas las direcciones de mail que encuentres, porque podrías encontrarte con que los

usuarios enojados tienen a veces formas desagradables de vengarse).

El último paso, una vez que el sitio esté listo y funcionando, será agregar tu página a los “search engines” o índices de búsqueda, para que quien haga una búsqueda por la Web en base a ciertas palabras claves relacionadas, encuentre tus páginas. Para una sugerencia de lugares a los que enviar tus datos, fijate en http://www.yahoo.com/computers/world_wide_web/announcement_services.

Ahora sí, si tu sitio cumple con los requisitos que citamos, es el momento de ver como el contador de accesos va incrementándose día a día.

Pero el trabajo no terminó ahí. Ahora entra en juego la Evolución: tus páginas deberán crecer y modificarse con la velocidad necesaria, deberás encontrar nuevas formas de atraer y retener a estos vagabundos inquietos y exigentes que somos los usuarios de la Web.

Roxana Bassi

rox@arda.com.ar <http://www.roxanabassi.com.ar>