SOMOS TU
PARTNER
DIGITAL

GUÍA DE CONTENIDOS

Cómo preparar los contenidos de tu nueva web

ANTES DE EMPEZAR

Los contenidos son lo que más suele retrasar un proyecto web.

Esta guía te explica qué vas a necesitar preparar —textos, imágenes e identidad de marca— y cómo hacerlo para que el diseño avance sin esperas.

TEXTOS

Qué vas a necesitar	Todos los textos que incluirá la web. Los usaremos desde la etapa de diseño. Una vez lanzada la web podrás cambiar textos y fotos tú mismo siempre que quieras. Por eso, para el diseño no hace falta que estén perfectos hasta la última coma. Lo importante es que tengan definidos el mensaje y la extensión.
Formato	Un Word o un Google Doc con todos los textos, ordenados por página. **Evita escribir los títulos en mayúsculas.** Por accesibilidad, los contenidos se cargan en mayúsculas y minúsculas; si un título debe verse en mayúsculas, lo resolvemos por código. ✅ Quiénes somos ❌ QUIÉNES SOMOS

COPYWRITING: consejos para textos que funcionan

Conoce a tu audiencia y objetivo:

Antes de redactar cualquier contenido, es fundamental comprender a quién te diriges. Investiga a tu audiencia y descubre sus necesidades, deseos y preocupaciones.

Destaca los beneficios:

En lugar de centrarte en las características de tu producto o servicio, enfócate en los beneficios que ofrece. Explica cómo tu oferta puede resolver problemas o mejorar la vida de tus usuarios. Utiliza ejemplos concretos y casos de éxito para respaldar tus afirmaciones.

Utiliza un lenguaje claro y conciso:

Los usuarios de internet tienden a escanear el contenido en lugar de leerlo detenidamente. Por lo tanto, es importante utilizar frases cortas y párrafos breves. Utiliza títulos y viñetas para resaltar información importante y facilitar la lectura. Evita los “muros de texto”.

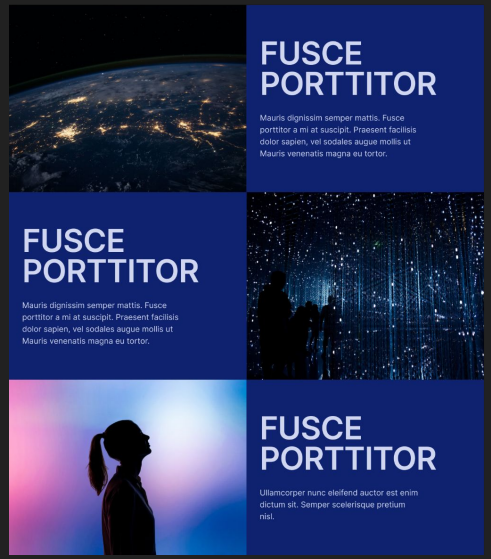
Crea llamadas a la acción (CTA) convincentes:

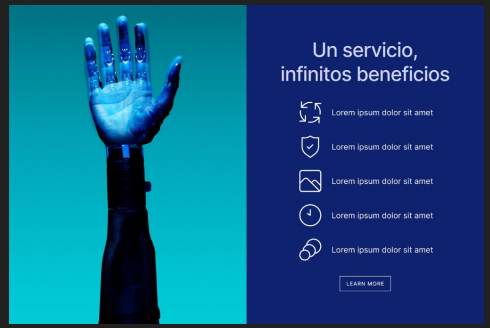
Incita a tus visitantes a realizar una acción específica, ya sea comprar un producto, registrarse en tu boletín de noticias o completar un formulario. Utiliza verbos de acción y palabras persuasivas para motivar a tus usuarios a tomar medidas.

Optimiza para SEO:

Redacta al menos 300 palabras por página. Incluye palabras clave relevantes y úsalas en tus títulos. Esto ayudará a que tu web sea más visible en los buscadores y atraiga tráfico cualificado.

EJEMPLOS





Títulos cortos y concisos.

Textos atractivos con palabras clave destacadas.

Textos separados en párrafos breves.

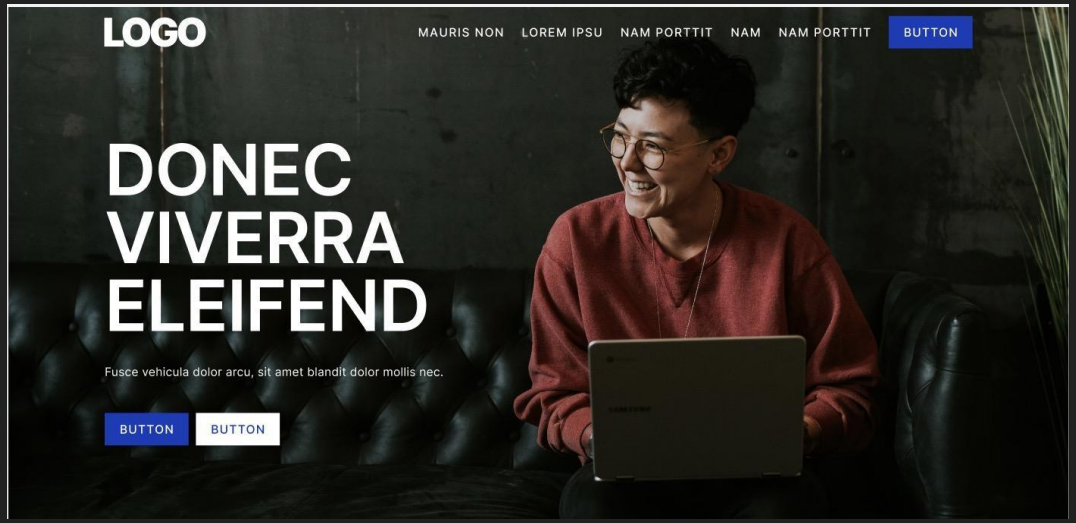
Evitar “muros de texto”.

IMÁGENES

Qué vas a necesitar	Las imágenes que incluirá la web. Para la etapa de diseño basta con las principales. Antes de terminar la programación necesitaremos el resto.
Ejemplos	• 1 imagen grande para la cabecera, formato rectangular • 1 imagen del interior del negocio/empresa • 1 imagen del exterior del negocio/empresa • 1 imagen por cada servicio o producto • Tamaño: la mejor calidad que tengas. Ya las ajustamos nosotros.
Formato	Usaremos sobre todo imágenes horizontales y cuadradas para acompañar los textos. ⚠️ Para que la web cargue rápido, envía las fotos en JPG. Usa PNG solo cuando la imagen tenga transparencia.

IMAGEN DE CABECERA

La foto de cabecera de la home será la foto más importante. Es lo primero que verán los visitantes.
Durante la etapa de diseño crearemos una cabecera adaptada a tu proyecto.
Estas son algunas de las opciones que mejor funcionan.

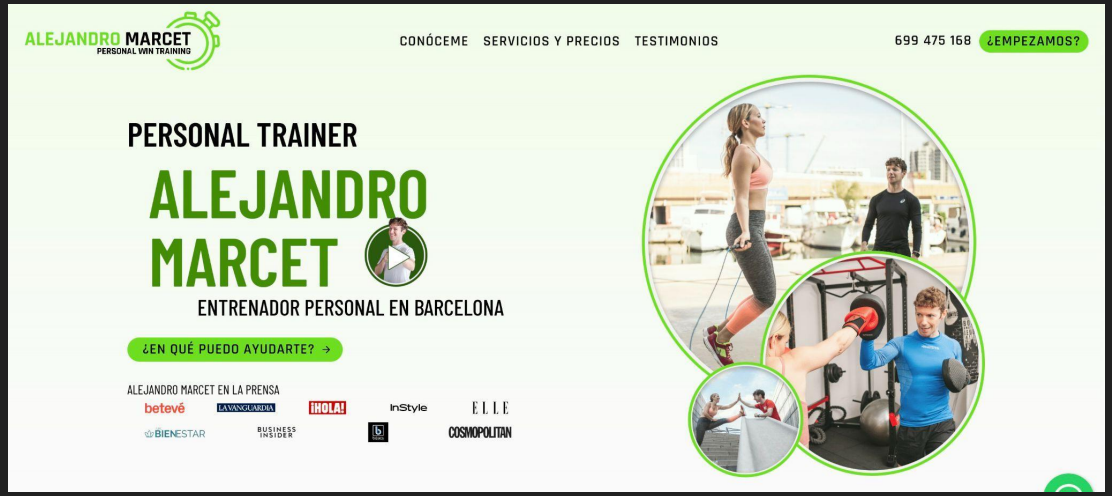


Una cabecera clásica sería esta:

Si vas a hacer fotos nuevas, que el fotógrafo tenga en cuenta:

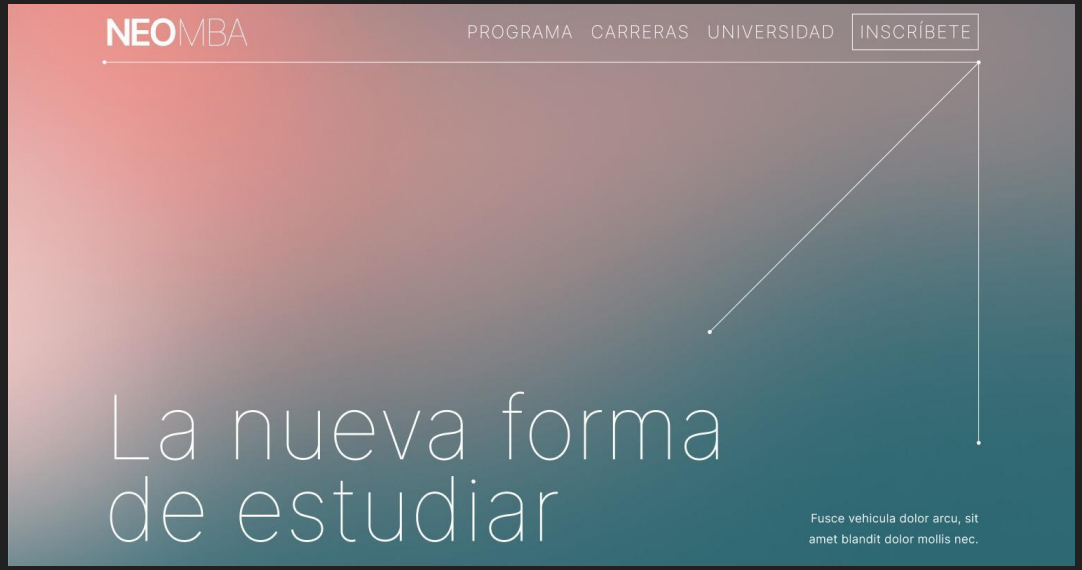
- espacio vacío a un lado para que entre el texto
- dirección de mirada
- fondo oscuro que contraste con texto blanco o fondo claro para texto oscuro. También podemos añadir un degradado en el diseño para lograr ese contraste.

IMAGEN DE CABECERA



Si no tienes una foto grande, o necesitas varias para mostrar tu servicio o producto, otra buena opción es usar 2 o 3 fotos más pequeñas con el texto sobre un fondo limpio.

IMAGEN DE CABECERA



Hay casos en los que no hace falta foto en la cabecera. Aunque en la mayoría de sectores una buena imagen ayuda mucho a captar la atención.

VÍDEO DE CABECERA

El fondo de la cabecera también puede ser un vídeo.

FORMATO

MP4, compresión H264
duración: 30 segundos
edición: muy dinámica, planos de 2-3 segundos máximo
sin audio.

Además del vídeo de fondo, puede haber un botón de “play” para ver un vídeo más largo y con audio, tipo “reel”.

Vídeos en otros lugares de la web

YouTube, Vimeo o archivos .mp4

IDENTIDAD CORPORATIVA

Qué vas a necesitar

Logo	Formato vectorial: Illustrator, PDF o SVG. Si no lo tienes, PNG con fondo transparente.
Tipografía	La tipografía corporativa, si la marca tiene una definida. Si no, te proponemos una durante la etapa de diseño.
Paleta de colores	Los colores de la marca con su código (hex).
Manual de estilo	Si existe, el manual de estilo de la marca.

¿EMPEZAMOS?

Cuando tengas los contenidos preparados, escríbenos y ponemos fecha a tu proyecto.

Reserva una videollamada

info@vueloiv.com

www.vueloiv.com