



¿Cómo optimizar tu sitio web para móviles?

Las claves que necesitas para poder lograrlo

Ebook Gratis



ÍNDICE DE CONTENIDOS

ALGUNAS ESTADÍSTICAS

04

06

OPTIMIZAR PARA MÓVILES

CLAVE 1

Entre más responsive mejor.

07

09

CLAVE 2

Tener claro el objetivo.

CLAVE 3

Contar con un diseño
simplificado.

10

11

CLAVE 4

Mejorar la velocidad.

CLAVE 5

Uso de datos.

13

14

CLAVE 6

¡Usabilidad!

CLAVE 7

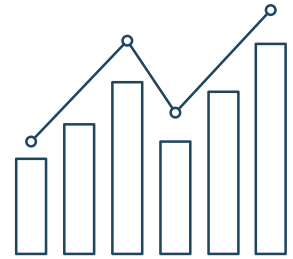
Personalización y localización.

16

ÍNDICE DE CONTENIDOS

_____	18	CLAVE 8 Combate el abandono de carrito.
CLAVE 9 Aprovechar las redes sociales.	19	_____
_____	20	CLAVE 10 Alineación omnicanal
CLAVE 11 Usar herramientas de comprobación	21	_____
_____	23	CONCLUSIONES

¿POR QUÉ OPTIMIZAR TU SITIO WEB PARA MÓVILES? ALGUNAS ESTADÍSTICAS



Como sabemos, actualmente, es vital que cualquier sitio web esté optimizado para móviles, bajo la premisa “mobile friendly” e, incluso, “mobile first”; ¿Pero qué sustenta esta aseveración? Veamos algunas estadísticas:

65%

A partir del 2016 el uso de Internet en móviles y tablets superó el uso de desktops y alrededor del 65% del tiempo dedicado a la comunicación digital es a través de móviles.

+72%

Más del 72% de los usuarios en todo el mundo acceden a Internet a través de móviles, por lo que aproximadamente el 75% de personas usuarias prefiere un sitio web adaptado para ellas.

¿Y EN CUANTO AL BUYER'S JOURNEY Y LA COMPRA PER SE?



9 de cada 10 buscadores han tomado medidas como resultado de una búsqueda en smartphones.

Teniendo así que alrededor del 70% de usuarios de dispositivos móviles indican que es más probable que culminen la compra si el sitio es mobile friendly ¿Razones? Las mismas que sustentan a mucho del marketing actual: personalización, comodidad y calidad del contenido.

95%

El 95% de usuarios móviles buscan información local y un gran porcentaje de ellos están listos para comprar, aumentando el número de búsquedas de opciones de compras B2B a través de estos dispositivos.

+50%

Más del 50% de las búsquedas de Google se originan desde dispositivos móviles y, en este sentido, el 85% de usuarios de smartphones los consultan cuando deben tomar una decisión de compra.

La necesidad de optimizar para móviles



Ahora bien, ya nos quedó claro: la demanda actual, prácticamente, nos obliga a optimizar cualquier sitio web o, en todo caso, a crear una app.

Pero, entonces, ¿Qué claves habrá que seguir para lograrlo? Sigue leyendo para que conozcas cada una, desde la etapas de planeación y estrategia hasta la ejecución y supervisión de las mismas.



01

ENTRE MÁS RESPONSIVE, MEJOR

Aunque el enfoque “mobile friendly” también es muy valioso y útil, las cuestiones del escalamiento y el enfoque en imagen pueden no ser tan buenas para todos los diferentes sitios, por lo que el diseño responsive será aún más “seguro”, debido a que:

ENTRE MÁS RESPONSIVE, MEJOR



DISEÑO

Está diseñado con las distintas apariencias que tendrá para cada tipo de pantalla, es decir, para escritorio y para tablets o smartphones.



OPTIMIZACIÓN

Existen mejores niveles de optimización para motores de búsqueda, aumento de conversión, redirección de códigos y mejor derivación de tráfico.



USABILIDAD



Apuesta totalmente por la usabilidad incluyendo todo los links y botones que funcionarán de forma específica y adecuada.



FACILIDAD

Hay mayor facilidad para actualizar el sitio.

E, incluso, Google premia a las web responsive desde hace varios años por su compatibilidad multidispositivo.

02

TENER CLARO EL OBJETIVO

Si bien, lo anterior es muy importante, para optimizar también lo será el contar con un objetivo claro para nuestro sitio web, teniendo que hacernos algunas de las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiero que haga mi cliente/usuario?
- ¿Quiero que compre un producto o servicio o deseo que se realice otra acción (por ejemplo recolectar data)?
- ¿Cuál es la mejor forma de lograrlo?



Y con estas respuestas, ahora sí, centrarse en el diseño que motive a la consecución de dichas metas.

03

CONTAR CON UN DISEÑO SIMPLIFICADO

¿Algo muy básico pero que es vital para la optimización? Un diseño con formato sencillo que se pueda ver desde cualquier lugar, considerando:

- **Elección de opción gráfica correcta:** Determinando anchos y dimensiones de acuerdo con los dispositivos.
- **Contenido:** Versión simplificada con búsqueda sencilla de información clave.
- **Eliminación:** De elementos o ventanas emergentes y flash (Google incluso lo penaliza).
- **Tipo de esquemas o microdatos:** En HTML a fin de estructurar como aparece en las SERP, además de darle mayor contexto para aumentar el reconocimiento.
- **Velocidad:** Asegurar una conexión rápida mediante la simplificación de contenido, reducción de códigos y características que pueda ralentizar el tiempo de carga.

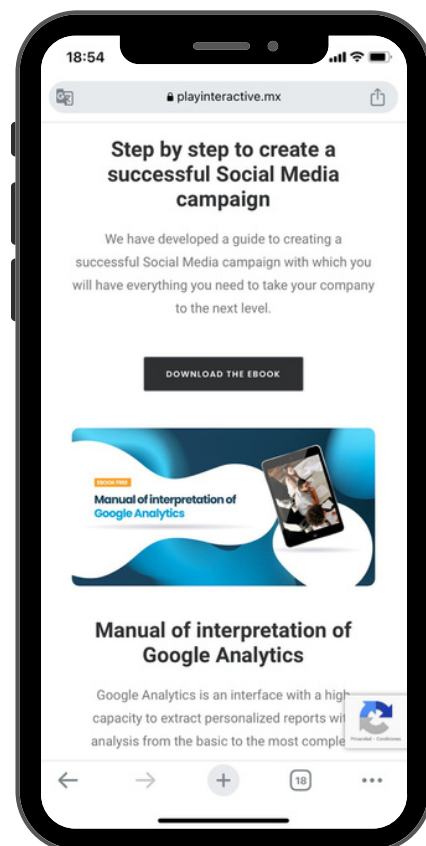
Y, claro, optimizar de acuerdo con las necesidades específicas de la persona usuaria.

04 MEJORAR LA VELOCIDAD

Ahora bien, centrándonos en el último punto de la clave anterior, es muy importante recalcar que la velocidad es un factor decisivo que afectará la tasa de rebote y el propio SEO de la página y, si consideramos que más del 40% de las personas usuarias la abandonarán si tarda más de 3 segundos en cargarse, será importante tomar en consideración algunos de estos puntos:

01 Optimizar imágenes:

No es recomendable subir imágenes en HD de más de 3000 x 2000 píxeles, además de que es importante usar herramientas como ImageOptim, Squoosh o complementos de WordPress como WP Smush.



02 Conseguir un mejor hosting web:

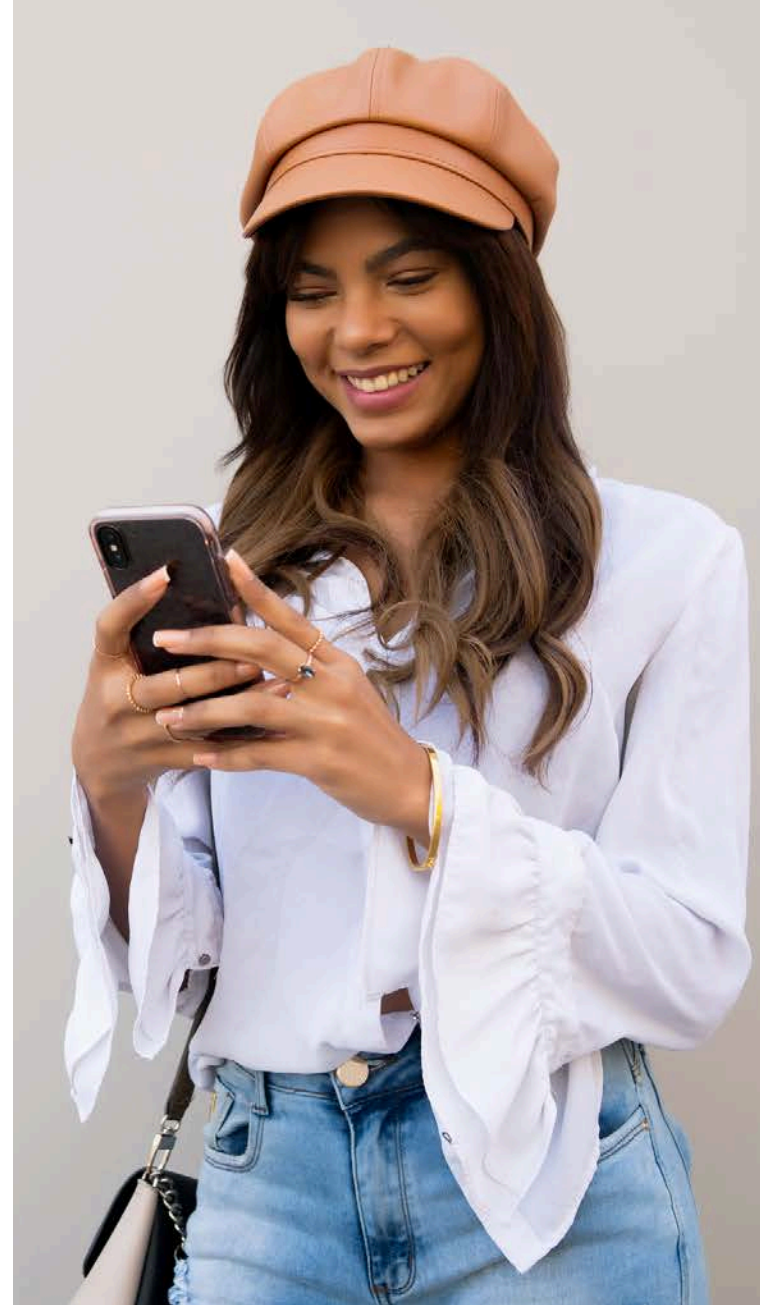
una inversión que se paga sola.

03 Reducir código:

En JavaScript y CSS, pues el navegador tendrá que cargar menos archivos. Igualmente, usar complementos como WP Rocket o plataformas de automatización automática como Cloudflare.

04 Usar almacenamiento caché:

El cual indicará al navegador que los elementos de la página no cambian con frecuencia.



Y, por último, trata de reducir los redireccionamientos, pues aunque pueden llegar a ofrecer una buena experiencia de usuario, entre más haya, también habrá menos velocidad.

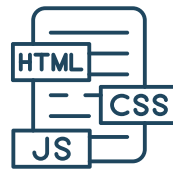
05

USO DE DATOS

Y, siguiendo con los aspectos técnicos, recuerda también:



Usar datos estructurados que sean los mismos en ambas versiones: móvil y desktop, pues los buscadores pueden confundirse.



No bloquear elementos JavaScript, HTML y CSS pues será más difícil acceder al sitio por mal posicionamiento.

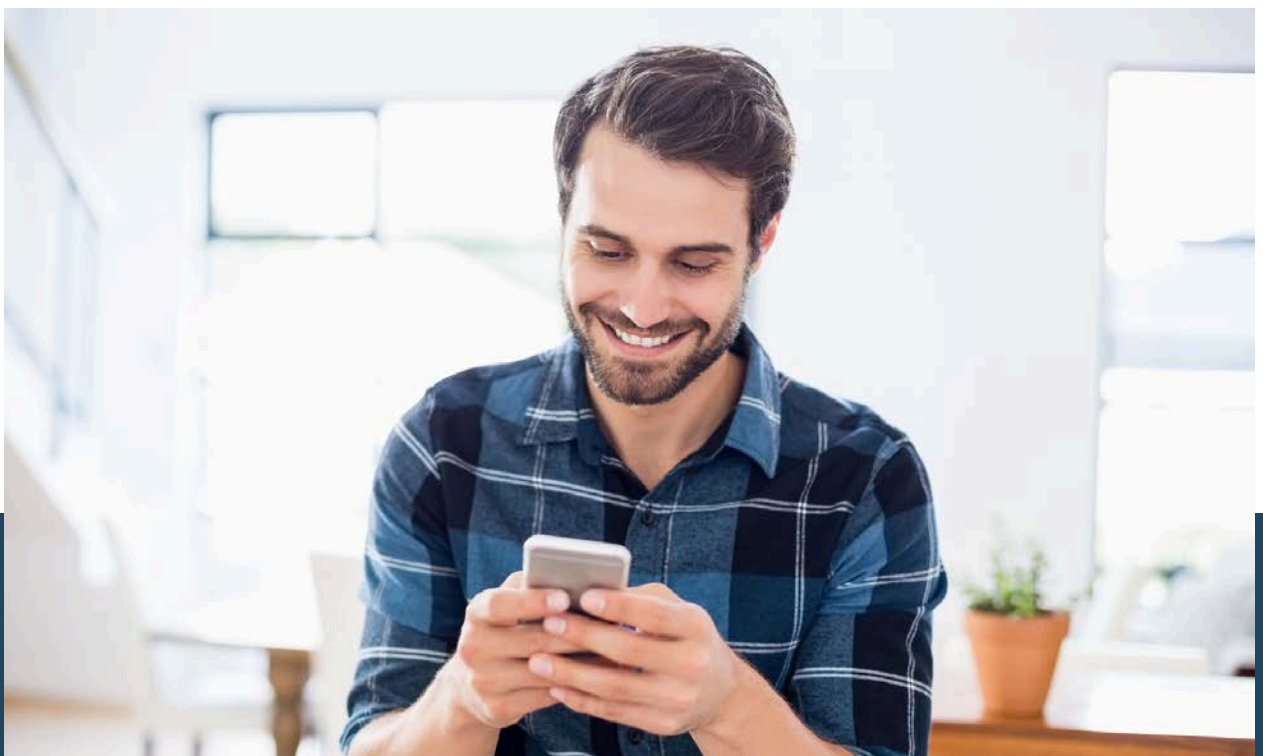
¿Cómo saber si estás bloqueando recursos de forma fácil? Consulta en Google Search Console para descubrirlo.

06

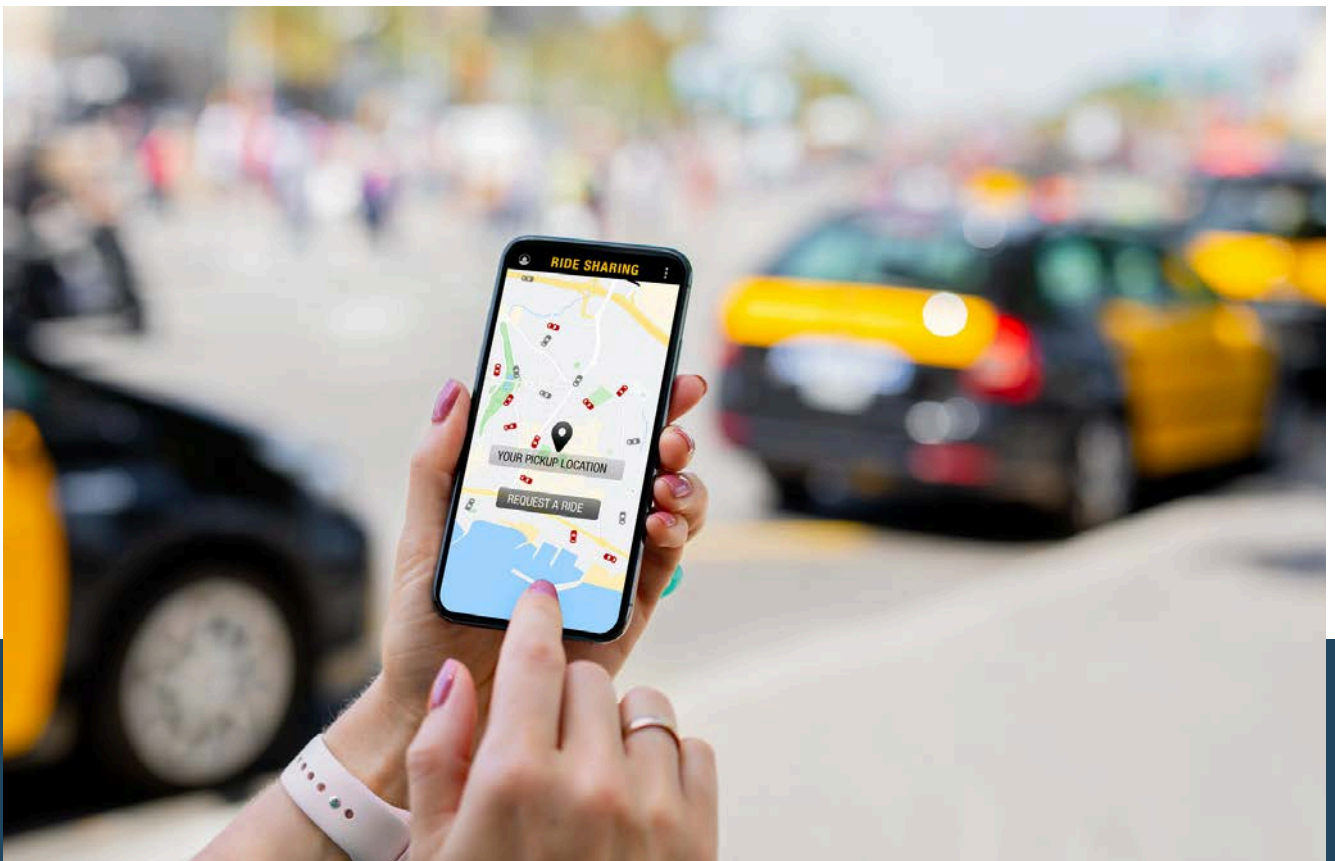
¡USABILIDAD!

¿Otro esencial para optimizar tu página web?
¡Centrarse en la usabilidad! Y ¿Cómo hacerlo? Pues siguiendo estos puntos:

- Adaptación y/o diseño exacto de información, botones, títulos, descripciones y campos, dándole importancia a los tamaños, las distancias y a la configuración de los espacios, considerando que la navegación se debe poder hacer con un sólo dedo.



- **Incluir diseño táctil:** A través de menús desplegados (que reduzcan o eliminen la necesidad de escribir), cambios de colores, resaltados de texto y señales visuales.
- **Búsqueda localizada:** Incluyendo tu dirección (y hasta mapas) en áreas clave del sitio web, tal y como son el pie de página o la metadescripción.



Recuerda que las personas que usan dispositivos, por lo regular, no tendrán la disponibilidad o facilidad de navegar como en una desktop, así que siempre debemos tener eso en mente al diseñar una web multiplataforma.



07

PERSONALIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN

Por supuesto, la personalización debe ser otra clave para la optimización, pues los sitios web y sus apps, deben contar con el nivel de personalización y localización más alto que se pueda, incluyendo:

PERSONALIZACIÓN Y LOCALIZACIÓN



Experiencia única de acuerdo con búsquedas o compras previas.



Ubicación de la audiencia en tiempo real, a fin de emitir posibles recomendaciones de acuerdo con su entorno físico.



Acercándonos cada vez más a un futuro que utilice, todo el tiempo, georreferencias y señalizaciones para el aprovechamiento inmediato.

08

COMBATE EL ABANDONO DE CARRITO

Para optimizar un sitio móvil también habrá que enfocarnos en reducir el llamado “churn rate”, cosa no tan sencilla y más considerando que alrededor del 70% de los carritos de compras se abandonan antes de completar la venta. No obstante, algunas de estas recomendaciones pueden ayudar:

01 Simplificar los pasos de compra al máximo, incluyendo botones de auto llenado y guardado de datos (tanto de la compra, como personales y de pago).

02 Poner en marcha una campaña de email marketing que incentive la compra posterior o que incluya enlaces a productos o promociones especiales y personalizados.

Recordemos, muchas personas usuarias ven ofertas mientras navegan en sus dispositivos en tiempos libres cortos, así que, habrá que darles opciones para concluir las compras con holgura.



09

APROVECHAR LAS REDES SOCIALES

Otro consejo más: Nunca olvides que tu sitio web estará intrínsecamente relacionado con tus redes sociales, así que, integra su promoción en todas las que utilices. Eso sí, asegúrate de que:

- Incluyan URLs móviles.
- Tengan enlaces en el sitio web a las redes sociales.

Tip extra: Explota Instagram, pues es una red donde la promoción es muy fácil, además de que su interacción es hasta 10 veces mayor que en Facebook y 84 veces mayor que en Twitter.

10 **ALINEACIÓN OMNICANAL**

Cada vez más personas usuarias interactúan con las marcas a través de diversos canales, desde físicos, hasta digitales; así que, para optimizar la experiencia también habrá que pensar en una omnicanalidad que contemple:

01 Una única experiencia que se alinee en look&feel, funcionalidad y diseño.

02 Fluidez de un paso a otro, e incluso, entre escenarios digitales y físicos.



Recordando que esto no implica que no pueda haber diferencias, pues a pesar de que el diseño debe ser lo más responsive posible, también debe ser altamente relacional.



11

USAR HERRAMIENTAS DE COMPROBACIÓN

Finalmente, 2 herramientas para revisar el grado de movilidad de los sitios:

- **Prueba de optimización para móviles de Google:** Solo ingresa a este [enlace](#) y coloca la URL o código de tu sitio web para que se haga la inspección.
- **Métricas web principales:** Es importante monitorear en tu sitio web estos 3 elementos que garantizan la experiencia del usuario y el ranking de la página:

01 Largest contentful paint (LCP):

Tiempo de carga de contenido a partir del elemento más grande que se ve sin hacer scroll down. Un tiempo menor a 2.5 segundos es considerado bueno por Google.

02 First input delay (FID):

Responsividad de la página o el tiempo que hay entre una acción hecha por la persona usuaria (como un click) y la respuesta del navegador. Más de 0.1 es calificado por Google como lento.

03 Cumulative layout shift (CLS):

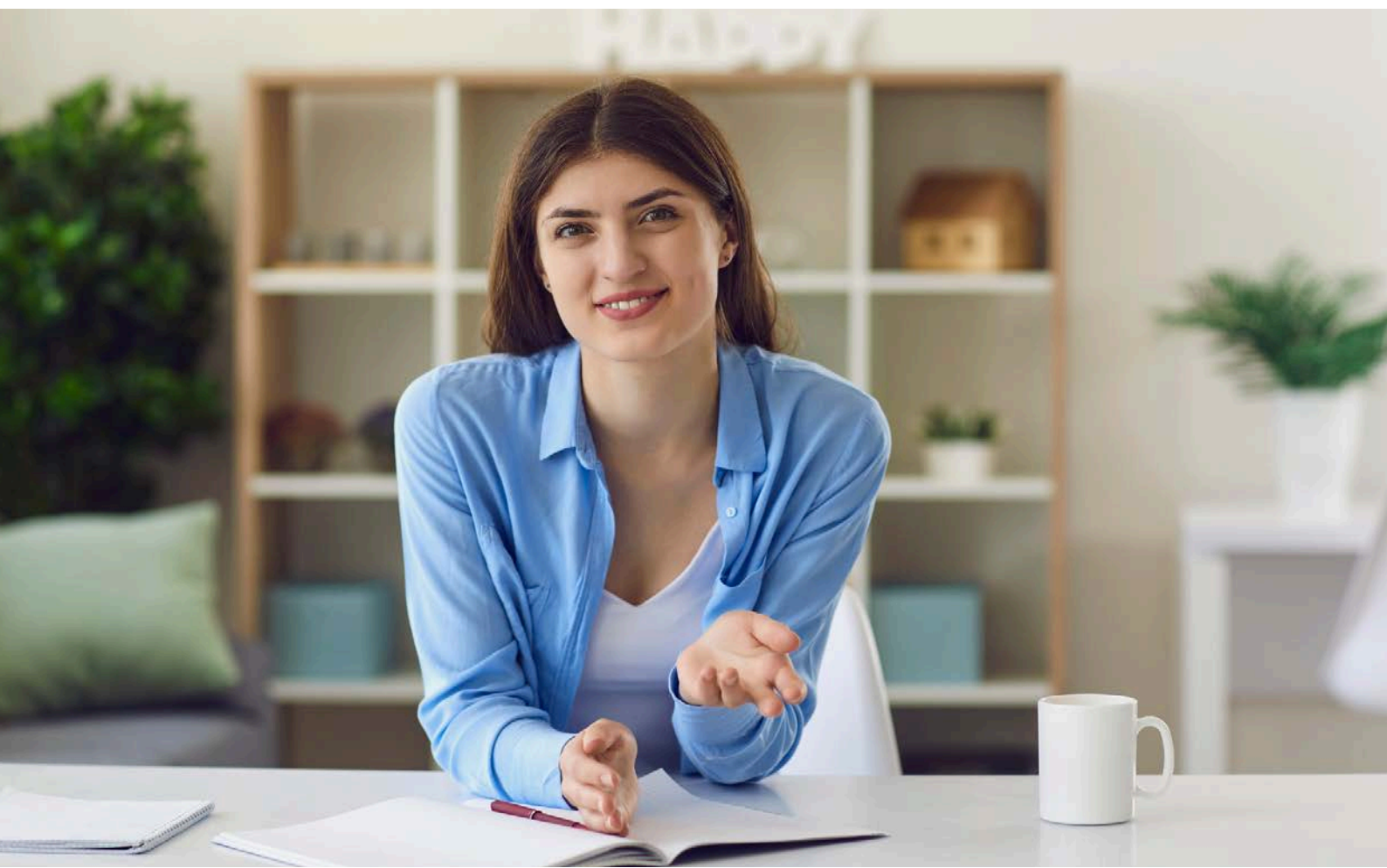
Estabilidad visual, es decir, las ocasiones en que los elementos se mueven a medida que se cargan. Tiempos mayores a 0.1 son calificados como favorables por Google.

Nota importante: Google comenzará a implementar estas puntuaciones a todos los sitios, así que se trata de un elemento vital a atender para que no se afecten las posiciones en los rankings.

CONCLUSIONES

Sin duda, todas las marcas con presencia digital y sin importar su tamaño, deben de tener una estrategia de optimización móvil para sus sitios web, pues es un hecho que no estará en nuestras manos determinar en qué tipo de dispositivo nos visualizarán.

Así que, como vimos, no sólo se trata de reducir y escalar, sino más bien, de analizar las propias necesidades (y la de nuestros clientes) para así realizar un diseño completo para cada dispositivo y plataforma. Una inversión que se pagará con creces.



HABLEMOS

Inicia tu Proyecto



Contacto

hola@playinteractive.mx



Prueba tu sitio

[web en segundos](#)



Conoce más sobre

[Play.interactive](#)

