

Guía 10

Estructura profesional y experiencia de usuario básica

10

Clase 10 - Cómo crear una página interna clara, ordenada y fácil de recorrer con Elementor.

Qué vas a lograr en esta clase

Entender qué hace que una página interna se vea más profesional, crear o mejorar una página interna usando Elementor, ordenar la información, pensar el recorrido del visitante, usar encabezado interno, tarjetas, bloques de contenido y llamada a la acción.

Qué no vamos a hacer todavía

En esta clase no vamos a trabajar la página “Quiénes somos”, storytelling personal, formularios, WhatsApp, Google Maps, SEO, velocidad, plugins avanzados ni tienda online completa. Hoy nos enfocamos en crear una página interna clara, ordenada y fácil de recorrer.

1 Datos del proyecto

Nombre del alumno/a:

Nombre del proyecto:

Fecha:

Página que voy a trabajar hoy

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ☐ Servicios | ☐ Tratamientos |
| ☐ Productos / Catálogo simple | ☐ Proyectos |
| ☐ Portfolio básico | ☐ Recursos |
| ☐ Lugares recomendados | ☐ Otra: |

Objetivo de esta guía

Crear o mejorar una página interna de tu web para que tenga una estructura clara, sea fácil de recorrer y ayude a la persona que entra a entender qué puede encontrar y qué paso puede dar después.

2 Por qué trabajar una página interna

La página de Inicio ya sirve como presentación general de la web. Pero una web profesional no puede depender solo del Inicio. Las páginas internas ayudan a ordenar mejor la información y permiten que cada tema tenga su propio espacio.

Una página interna puede servir para

- Explicar servicios.
- Presentar tratamientos.
- Mostrar productos.
- Enseñar proyectos.
- Mostrar recursos.
- Recomendar lugares.

Idea importante

- La página de Inicio presenta el proyecto.
- Las páginas internas desarrollan mejor cada parte.
- Cada página debería tener una función clara.

3 Qué es una estructura profesional

Una estructura profesional no significa hacer una página complicada. Significa que la información tiene orden, sentido y dirección.

Dónde está

La persona entiende en qué página se encuentra.

Qué va a encontrar

La página explica qué contenido ofrece.

Por qué le interesa

La información se relaciona con una necesidad real.

Qué opciones tiene

Puede ver servicios, productos, proyectos o recursos.

Qué puede hacer

La página indica el siguiente paso.

Recordá

Una página profesional no es la que tiene más cosas. Es la que se entiende mejor.

4 Qué es la experiencia de usuario básica

La experiencia de usuario es la forma en que una persona recorre y usa una web. Una buena experiencia permite leer sin esfuerzo, entender rápido el contenido y encontrar el siguiente paso sin perderse.

Leer

Textos claros, buen tamaño y párrafos cortos.

Entender

La persona sabe qué está viendo y por qué le interesa.

Avanzar

Los botones y enlaces indican qué puede hacer después.

Quedate con esto

Diseñar con Elementor no es solo agregar secciones. También es decidir qué va primero, qué va después y qué acción queremos que haga la persona.

5 Hoy no vamos a diseñar al azar

En Elementor es fácil empezar a agregar títulos, imágenes, botones y tarjetas sin pensar demasiado. Pero una página profesional necesita intención.

Antes de agregar una sección, preguntate

- ¿Para qué sirve esta sección?
- ¿Ayuda a entender mejor el proyecto?
- ¿Está ubicada en el lugar correcto?
- ¿Guía hacia una acción?
- ¿Sobra o aporta algo importante?

Importante

- Elementor te da herramientas.
- La estructura te ayuda a usarlas con criterio.
- No todo lo que se puede agregar hace falta.

6 Elegí el tipo de página que vas a crear

Para esta clase no vamos a trabajar todas las páginas de la web. Vamos a elegir una página interna concreta, según el proyecto de cada alumno.

Camila Lash

Página de tratamientos para realzar pestañas naturales.

Dahi Nails

Página de servicios de uñas, diseños o trabajos realizados.

Entre Hojas y Aromas

Página de recursos, categorías o productos naturales.

Mas Floripa

Página de playas, paseos o lugares recomendados.

Sweet Candle ZS

Página de productos destacados o catálogo artesanal.

Tres Ojos

Página de estilos de tatuaje, trabajos o consultas.

La página que voy a crear o mejorar es:

La elijo porque:

7 Definí el objetivo de la página

Antes de abrir Elementor, pensá para qué sirve esta página. Una página sin objetivo puede terminar llena de secciones lindas, pero poco claras.

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ Explicar mis servicios | ☐ Mostrar tratamientos | ☐ Mostrar productos |
| ☐ Presentar proyectos | ☐ Recomendar lugares | ☐ Mostrar ejemplos de trabajo |
| ☐ Llevar a contacto | ☐ Llevar a otra página | ☐ Otro: |

Esta página tiene que ayudar a que la persona:

8 Estructura recomendada para esta página

Para que la página tenga orden, vamos a trabajar con una estructura simple. No hace falta usar todo si tu página es más sencilla, pero esta guía te ayuda a no empezar desde cero.

1. Encabezado interno

Ubica a la persona dentro de la web.

2. Introducción breve

Explica qué va a encontrar en esa página.

3. Bloques principales

Ordena servicios, productos, proyectos o recursos.

4. Proceso o explicación

Muestra pasos, categorías o cómo avanzar.

5. Confianza y claridad

Suma una señal simple de seriedad.

6. Llamada a la acción

Indica qué puede hacer al final.

9 Sección 1: Encabezado interno

El encabezado interno es la primera parte de la página. No tiene que ser tan grande como la portada del Inicio, pero sí tiene que ubicar a la persona.

Puede incluir

- Título de la página.
- Texto breve.
- Imagen o fondo simple.
- Botón opcional.

Ejemplos de títulos claros

- Tratamientos de pestañas naturales.
- Servicios de uñas.
- Productos naturales.
- Playas y paseos en Florianópolis.
- Velas y detalles artesanales.
- Tatuajes y piercing.

Mi encabezado interno

Título de la página:

Texto breve:

Botón opcional:

¿A dónde lleva?:

☐ El título se entiende.

☐ El texto es breve.

☐ El botón tiene sentido.

10 Sección 2: Introducción breve

Después del encabezado, conviene agregar una pequeña introducción. Esta sección ayuda a explicar qué va a encontrar la persona en la página. No tiene que ser larga: con 3 o 4 líneas alcanza.

Camila Lash

Tratamientos para realzar tus pestañas naturales y elegir la opción que mejor se adapta a vos.

Dahi Nails

Servicios de manicura y nail art, ideas de diseños y una forma simple de pedir turno.

Mas Floripa

Recomendaciones de playas, paseos y lugares especiales para disfrutar la isla.

Mi introducción:

11 Sección 3: Bloques principales

Ahora vamos a ordenar el contenido principal de la página. La idea es que la persona pueda mirar la página y entender rápido las opciones principales.

Podés hacerlo con

- Tarjetas.
- Columnas.
- Iconos.
- Imágenes.
- Listas breves.
- Bloques de texto.

Recordá

- No pongas todo junto.
- Usá textos cortos.
- Mantené un estilo parecido.
- Revisá la versión celular.

Camila Lash

Lifting de pestañas · Realce de pestañas naturales · Cuidado de la mirada.

Dahi Nails

Manicura tradicional · Esmaltado semipermanente · Nail art personalizado.

Entre Hojas y Aromas

Plantas medicinales · Productos naturales · Consejos de bienestar.

Mas Floripa

Playas recomendadas · Paseos y miradores · Consejos para visitar la isla.

Sweet Candle ZS

Velas aromáticas · Regalos artesanales · Decoración para el hogar.

Tres Ojos

Estilos de tatuaje · Piercing · Cuidados y consultas.

Bloque 1:

Texto breve:

Bloque 2:

Texto breve:

Bloque 3:

Texto breve:

12 Crear tarjetas en Elementor

Las tarjetas ayudan a que la información se vea más ordenada y profesional. Son útiles para servicios, tratamientos, productos, proyectos, recursos o lugares recomendados.

Una tarjeta puede tener

- Icono o imagen.
- Título.
- Texto breve.
- Botón opcional.
- Fondo suave.
- Borde o sombra simple.

Consejos para tarjetas

- Usá textos cortos.
- Mantené el mismo estilo en todas.
- No mezcles demasiados colores.
- Dejá espacio interno.
- Revisá que queden alineadas.

Práctica en Elementor

- ☐ Creé una sección nueva.
- ☐ Agregué 2 o 3 contenedores.
- ☐ Agregué títulos.
- ☐ Agregué textos breves.
- ☐ Usé un estilo parecido.
- ☐ Revisé celular.

13 Sección 4: Ordenar el recorrido

Una página profesional guía a la persona. No muestra todo sin orden. Pensá qué tiene que pasar primero y qué tiene que pasar después.

Recorrido básico

Primero la persona entiende dónde está. Después entiende qué ofrecés o qué mostrás. Luego ve opciones, servicios, productos, trabajos o recomendaciones. Más adelante encuentra una explicación o una señal de confianza. Al final sabe qué hacer.

Primero quiero que vea:

Después quiero que entienda:

Luego quiero que mire:

Al final quiero que haga:

14 Sección 5: Proceso, pasos o explicación

Muchas páginas internas se entienden mejor cuando explican un proceso, una forma de elegir o una manera de avanzar.

Esta sección puede mostrar

- Cómo funciona un servicio.
- Cómo elegir un producto.
- Cómo reservar un turno.
- Cómo está organizada una sección.
- Qué pasos sigue una persona.

Ejemplo simple

- 1. Elegí la opción que querés conocer.
- 2. Revisá qué incluye.
- 3. Mirá ejemplos o detalles.
- 4. Consultá cómo seguir.

Camila Lash

Elegí el tratamiento · Revisá qué incluye
· Mirá resultados · Consultá disponibilidad.

Sweet Candle ZS

Mirá productos · Elegí aroma o estilo ·
Consultá disponibilidad · Coordiná pedido.

Tres Ojos

Mirá estilos · Pensá tu idea · Revisá cuidados · Escribí para consultar.

Paso 1:

Paso 2:

Paso 3:

Paso 4:

15 Sección 6: Confianza y claridad

En esta clase no vamos a trabajar todavía la página “Quiénes somos”, pero sí podemos agregar pequeños elementos que den confianza dentro de la página. No hace falta contar toda la historia personal. Eso vendrá después.

Hoy podés sumar

- Una frase clara.
- Un dato importante.
- Una foto coherente.
- Un ejemplo.
- Una pregunta frecuente.
- Una aclaración útil.

Ejemplos

- Camila Lash: resultado prolijo y delicado sobre pestañas naturales.
- Dahi Nails: diseños con atención al detalle.
- Mas Floripa: recomendaciones prácticas y organizadas.
- Sweet Candle ZS: productos hechos a mano con estilo cálido.

Mi bloque de confianza:

16 Sección 7: Llamada final a la acción

Al final de una página, la persona no debería quedarse sin saber qué hacer. La llamada final a la acción indica el siguiente paso.

Camila Lash

¿Querés realzar tus pestañas naturales? Escribime para reservar tu turno.

Dahi Nails

¿Ya tenés una idea para tus uñas? Mandame tu consulta y vemos el diseño.

Mas Floripa

¿Querés descubrir más lugares? Seguí explorando recomendaciones.

Sweet Candle ZS

¿Querés consultar por un producto artesanal? Escribime para ver opciones.

Título:

Texto breve:

Texto del botón:

Enlace del botón:

17

Botones claros

Los botones guían a la persona. Por eso tienen que decir claramente qué va a pasar cuando haga clic.

Botones claros

- Ver servicios.
- Ver productos.
- Ver proyectos.
- Contactar.
- Pedir información.
- Consultar.
- Reservar turno.
- Ver tratamientos.

Botones menos claros

- Más.
- Clic acá.
- Descubrir.
- Empezar.
- Ver más, si no se entiende qué se va a ver.

Botón 1 - Texto:

Lleva a:

Botón 2 - Texto:

Lleva a:

Botón 3 - Texto:

Lleva a:

- ☐ Revisé que los botones tengan enlaces.
- ☐ Revisé que el texto sea claro.
- ☐ Revisé que no haya botones repetidos sin necesidad.

18 Textos fáciles de leer

Una página web no se lee igual que un documento largo. Muchas personas primero miran títulos, subtítulos, botones e imágenes.

Para que la página sea más clara

- Usá títulos concretos.
- Separá párrafos largos.
- Evitá explicar demasiadas cosas juntas.
- Usá listas si ayudan.
- Revisá errores de ortografía.
- Escribí pensando en alguien que no conoce tu proyecto.

Ejemplo

- Texto difícil: Ofrecemos soluciones integrales adaptadas a las necesidades particulares de cada cliente.
- Texto más claro: Creamos páginas simples para emprendedores que quieren mostrar sus servicios y recibir consultas.

Texto actual:

Texto mejorado:

19 Orden visual en Elementor

Una buena experiencia de usuario también depende del orden visual. No todo tiene que llamar la atención al mismo tiempo.

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ Título principal claro. | ☐ Subtítulos fáciles de reconocer. | ☐ Textos con buen tamaño. |
| ☐ Espacio entre secciones. | ☐ Botones visibles. | ☐ Imágenes coherentes. |
| ☐ Tarjetas alineadas. | ☐ Colores consistentes. | ☐ Tipografías legibles. |

20 Revisión rápida en celular

Aunque ya vimos responsive, cada página nueva o sección nueva tiene que revisarse también en celular.

- | | |
|---|--|
| ☐ El título no queda gigante. | ☐ Los textos se leen sin hacer zoom. |
| ☐ Las tarjetas se apilan bien. | ☐ Los botones se pueden tocar fácil. |
| ☐ Las imágenes no se deforman. | ☐ No hay elementos fuera de pantalla. |
| ☐ El orden de las secciones tiene sentido. | |

Consejo

Si en celular una sección queda muy larga, podés simplificar textos, reducir espacios o cambiar el orden de algunos elementos.

21 Checklist final de la página interna

Estructura

- La página tiene un objetivo claro.
- El encabezado interno se entiende.
- La introducción explica qué va a encontrar la persona.
- Los bloques principales están ordenados.
- Hay una llamada final a la acción.

Experiencia de usuario

- La persona puede recorrer la página sin perderse.
- Los botones indican claramente qué hacer.
- La información está separada en secciones.
- No hay demasiadas cosas juntas.
- La página se entiende sin conocer el proyecto.

Diseño

- Los colores son coherentes.
- Las tipografías son legibles.
- Las tarjetas tienen estilo parecido.
- Hay suficiente espacio entre elementos.
- La versión celular se ve bien.

Enlaces

- Los botones funcionan.
- Los enlaces llevan al lugar correcto.
- No hay botones vacíos.
- El menú permite llegar a esta página.

22 Qué me llevo de esta clase

Hoy trabajé la página:

La sección que más mejoré:

Lo que antes estaba confuso:

Lo que ahora se entiende mejor:

Lo que todavía quiero ajustar:

23 Próximo paso

Después de esta clase, tu web ya no debería tener solo una página de Inicio. También debería empezar a tener páginas internas más claras, ordenadas y profesionales.

Para cerrar

No hace falta que esté todo perfecto. Quedate con estas preguntas: qué quiero mostrar, qué necesita entender la persona, qué secciones hacen falta y qué acción tiene sentido. En la próxima clase vamos a trabajar la página “Quiénes somos” y el storytelling.