

Checklist ✓

# Cómo hacer una Landing Page



# Contenido

## Crear el título de la Landing Page

*Consejo: los títulos deben capturar la curiosidad del lector y describir lo que el usuario va a ganar con la conversión. Además de eso, citar o nombrar a un profesional conocido e indicar algún servicio popular para los usuarios también es deseable. Ve más consejos en este [post](#).*

## Crear el subtítulo de la Landing Page

*Consejo: el subtítulo debe dar información adicional que puede ser decisiva para convencer al usuario de hacer clic para obtener el producto o servicio.*

## Escribir los textos de la Landing Page

*Consejo: el texto de la Landing Page debe describir bien la oferta para conseguir vender la idea, eliminar puntos de duda y definir expectativas. Utiliza las frases cortas, elige los puntos más importantes y habla de los beneficios que la oferta genera..*

## Definir imágenes para la Landing Page

*Consejo: utiliza una imagen que se refiera a tu oferta. Evita imágenes generales que puedan reducir la conversión. Muestra capturas de pantalla del software y partes del webinar / eBook para transmitir credibilidad sobre la oferta.*

# Design

## Elegir el modelo de página adecuado para tu contenido

*Consejo: no utilices el mismo modelo de Landing Page para cualquier oferta. El modelo que elijas debe estar relacionado con el tamaño del texto, la cantidad de elementos abordados, el tipo de imagen, etc.*

## Añadir el contenido a la página

*Consejo: utiliza algún software para la creación de Landing Pages, como RD Station Marketing, por ejemplo. De esta forma, es más fácil agregar el contenido a la página.*

## Determinar los campos del formulario

*Consejo: la cantidad y los tipos de campo del formulario deben variar según el tipo de oferta, persona para la que se destina la oferta, la probable etapa del embudo en la que el visitante se encuentra, etc. También puedes utilizar un progressive profiling, formularios inteligentes que solo preguntan lo que tu Lead todavía no ha respondido (verifica si la opción está disponible en tu software de creación de Landing Pages).*

## Personalizar la identidad y las imágenes de la página

*Consejo: es importante que la Landing Page tenga una identidad visual que esté relacionada con la de tu empresa. Sin embargo, no siempre el diseño más bonito es el que convierte más. Usa colores contrastantes y destacados para los Call to action.*

# Configuraciones

## Crear URL

Consejo: utiliza la palabra clave y crea una URL amigable.

URL de la página:

## Configurar imagen de promoción en redes sociales

Consejo: inserta una imagen de promoción en redes sociales en el campo de configuraciones de tu software de Landing Pages para que, al publicarla, la imagen relacionada a la oferta aparezca automáticamente en el post.

## Crear y configurar un email de agradecimiento

Consejo: es importante crear y configurar un email de agradecimiento, para que el visitante reciba la oferta en su bandeja de entrada cuando convierta y se vuelva Lead.

## Determinar el Lead Scoring

Consejo: el [Lead Scoring](#) permite que puedas clasificar a un determinado Lead de acuerdo con sus características y comportamiento en relación a tus ofertas.

## Crear la página de agradecimiento (Thank You Page)

Consejo: recomendamos tener una Thank You Page para tu oferta, es decir, una página de agradecimiento o confirmación donde el Lead tendrá acceso a la oferta. Un consejo en esta página es tener una oferta complementaria. Observa algunos consejos para hacer una Thank You Page [aquí](#).

URL de la página:

## Redireccionar la Landing Page a la Thank You Page.

## Redireccionar la Thank You Page al material que va a ser descargado.

## Activar las notificaciones de conversión

Consejo: es importante que recibas, como empresa, el aviso de que alguien acaba de transformarse en Lead. Esto ayuda a abordar el Lead con agilidad, lo que aumenta a eficiencia en la relación con el futuro cliente.

## Acompañar las tasas de conversión y hacer pruebas

Consejo: acompaña las tasas de conversión y realiza alteraciones en relación a la versión original de la Landing Page. Una buena forma de experimentar es realizar pruebas A/B con la versión original y la versión alterada

Observa más detalles en el eBook [Landing Pages que convierten](#).

Acceder ahora