



Éxito *online*: El ABC de tu estrategia digital

Antonio Reina Muro

Centro de Estudios Financieros

320 páginas - 2020 - 37,90 €

ISBN: 978-84-454-4025-4

En la actualidad, si no estás conectado, sencillamente, no estás. La tecnología, y en concreto el mundo digital, ocupan ya casi todos los campos de cualquier actividad, y, por supuesto, sea cual sea la práctica empresarial, ya no es posible sobrevivir si no se está medido de lleno en el ámbito digital. Por eso, aquel emprendedor que quiera poner en marcha su negocio necesita conocer todos los rudimentos, los pasos que hay que seguir, para que su estrategia empresarial pueda funcionar en la red.

Éxito online: El ABC de tu estrategia empresarial se ha editado con esa vocación, la de ser una obra que enseñe los pasos necesarios para implementar un negocio *online*, aplicando para ello distintas técnicas de marketing, pero siempre con una clara visión docente, pensando en todo momento en los lectores neófitos en este campo.

Estos lectores, y también aquellos otros con cierto bagaje digital, agradecerán encontrarse con una publicación de estas características, ya que la bibliografía actualmente existente se encuentra escrita mayoritariamente en inglés, además de que resulta difícil encontrar un manual que abarque todos los contenidos recogidos en esta obra, expuestos de la manera accesible en la que su autor nos los presenta.

Reina, formado como ingeniero informático, ha volcado en esta guía práctica –denominación que se pueda aplicar con total propiedad– toda su experiencia como profesor en másteres y grados, así como su amplio bagaje como consultor y diseñador web, consiguiendo crear un manual caracterizado por la sencillez de sus explicaciones y visualmente atractivo, gracias a la inclusión de numerosas imágenes, que sirven de apoyo a la narración de los contenidos.

Los capítulos están precedidos por un prólogo a cargo de Víctor Núñez, presidente de School Market –agencia especializada en el marketing educativo–, con una dilatada experiencia en el mundo de la formación, que en unos pocos párrafos ha sido capaz de sintetizar el contenido, ofreciendo al lector una acertada presentación que invita a adentrarse en las siguientes páginas.

Así, el capítulo 1 comienza por el primer paso habitual en la creación de cualquier página web: el dominio (desde los consejos para elegir un buen nombre de dominio hasta cómo y dónde comprar uno). Paso previo este necesario antes de la elección del *hosting* o alojamiento web más adecuado, proceso explicado con todo detalle en el segundo capítulo, que hará entender al lector el funcionamiento técnico de su página web.

Una vez aclarada la parte más «física» del desarrollo digital, Reina entra de lleno en lo que podríamos considerar ya los aspectos del *software* y, en concreto, en el sistema de gestión de contenidos o CMS, por sus siglas en inglés. Es en el capítulo 3 donde nos presenta los tipos de CMS más habituales para que, a partir de ahí, podamos tomar la decisión más acertada según nuestro tipo de negocio o expectativas. A su vez, este capítulo da pie a centrarse en los dos siguientes, sin duda los elementos centrales del contenido de la obra, los dedicados a WordPress.

Los capítulos 4 y 5 son una brillante exposición de la plataforma web actual de más éxito en el mercado, en los que se hace un pormenorizado desarrollo de todos sus elementos, los menús que el usuario irá encontrando y las mejores formas de sacar el máximo partido a sus funcionalidades. El capítulo quinto, en concreto, aclara al lector la diferencia entre usar WordPress.com y WordPress.org, que, más allá de la distinta extensión, suponen a la larga una diferencia en el nivel de desarrollo que queramos alcanzar con nuestra página web.

Pasado el ecuador del libro, en el capítulo sexto se muestran ya las herramientas que harán que nuestro negocio funcione en el ámbito digital. La primera de estas estrategias que recoge Reina será una propia del *inbound marketing*: la creación de un blog, base fundamental para el desarrollo de un contenido que aporte, entre otros aspectos, solidez a nuestra página web. A continuación entraremos a conocer otra estrategia que, aun siendo clásica, mantiene, según el autor, plena vigencia y utilidad: las *newsletters*. En el capítulo 7 sabremos qué estrategia es la más adecuada para su uso, sus partes más características y, a la postre, las herramientas del *e-mail marketing*.

Los dos siguientes capítulos nos sumergen en un aspecto fundamental para poder monetizar nuestro negocio: la configuración de la tienda virtual, esto es, el desarrollo del *e-commerce*, para lo cual el autor, de nuevo, se centra en la plataforma más utilizada en la actualidad, WooCommerce, explicándonos los pasos para usarla, teniendo en cuenta el tipo de producto que estemos comercializando.

Y llegamos al último capítulo del libro, el décimo, dedicado a los *plugins* más recomendados para nuestro proyecto, un tema del que Reina es todo un entendido en la materia, que sirve de cierre a una obra que, como el propio autor señala, pretende definir todos aquellos pasos necesarios para implementar un escaparate *online* y enamorar a los potenciales clientes.

Jorge Rejón Díez

Máster en Edición por la Universidad Complutense de Madrid