THE FLAG REGISTER

WEB3 DOMAINS, EXPLAINED WITHOUT THE JARGON

COLECCIÓN "FLAG DOMAINS PARA PRINCIPIANTES"

EDICIÓN ESPECIAL - ELEGIR TU TLD

Cómo elegir un buen TLD

Un TLD es el final de un nombre de dominio: el .usa de brand.usa. Para elegirlo bien, basta con pensar en una dirección postal y leerla al revés. Esta guía explica por qué, con ejemplos sencillos.



EN ESTA GUÍA

1. Una dirección postal, de la persona al país

2. Comprar un TLD es leer la dirección al revés

3. El país, la ciudad, la calle, la persona: ¿cuánta gente?

4. La prueba de los diez nombres y la checklist

Aapokalypto

FLAGDOMAINS.COM

THE FLAG REGISTER

WEB3 DOMAINS, EXPLAINED WITHOUT THE JARGON

LA IDEA DE PARTIDA

Una dirección postal, leída al revés

Cuando escribes una dirección, empiezas por lo más pequeño y terminas por lo más grande. Un nombre de dominio funciona igual.

```
Señora Martín  la persona
Calle de los Lirios, 12  la calle
28011 Madrid  la ciudad
España  el país
```

En un sobre, el cartero lee en este orden: la persona, la calle, la ciudad, el país. Pero para entender dónde está la gente, hay que leer en el otro sentido. El país contiene millones de personas. La ciudad, menos. La calle, aún menos. Y la persona, al principio de la dirección, está sola.

Un nombre de dominio sigue la misma lógica. En brand.usa, la palabra «brand» es el nombre que eliges (el SLD). El «.usa» del final es el TLD: es el país. Es el que decide en qué gran conjunto de gente vive tu nombre.

Comprar un TLD es elegir en qué nivel de la dirección te colocas. Se empieza por abajo: el país.

Por qué empezar por el país

Bajo un TLD de país está toda la población del país: empresas, comercios, asociaciones, particulares. Cada uno puede querer un nombre como bank.usa, pizza.usa o lawyer.usa. Cuanta más gente hay, más compradores posibles tiene cada nombre.

Por eso el autor de esta guía eligió sus países entre los más poblados y los más desarrollados económicamente: muchos habitantes, muchas empresas, y por tanto mucha gente que busca un nombre.

THE FLAG REGISTER

WEB3 DOMAINS, EXPLAINED WITHOUT THE JARGON

LOS CUATRO NIVELES

El país, la ciudad, la calle, la persona

Cuanto más bajas en la dirección, más se reduce el círculo de gente. Estos son los cuatro niveles, del más amplio al más estrecho.

El país	*todo el mundo*
La ciudad	*los habitantes*
La calle	*los vecinos*
La persona	*una familia*

1. El país

Ejemplo: .usa. Cubre todas las profesiones, todas las ciudades, todos los sectores. Bajo un TLD de país puedes imaginar cientos de nombres útiles: brand.usa, bank.usa, lawyer.usa, pizza.usa, miami.usa. Cada uno habla a un público distinto.

2. La ciudad

Ejemplo: un TLD con el nombre de una gran ciudad. Sigue habiendo mucha gente, pero solo la de la ciudad. Los nombres posibles se limitan a lo que tiene sentido en esa ciudad: sus barrios, sus oficios locales, sus comercios. Una ciudad muy grande puede pesar más que un país pequeño, así que compara siempre el número de personas, no solo el nivel de la dirección.

3. La calle

Ejemplo: un TLD con el nombre de una calle famosa. Las personas a las que les interesa son los vecinos, los comerciantes y los visitantes de esa calle. El círculo se vuelve pequeño: pocos nombres tienen un sentido real, y poca gente los busca.

4. La persona

Ejemplo: un TLD que es el nombre de una persona. Estás arriba del todo en la dirección, en lo más pequeño. Solo esa persona, o su familia, tiene una razón real para querer un nombre como marie.smith o paul.smith. Es un nicho: se pueden vender muy pocos nombres, porque casi nadie más los necesita.

THE FLAG REGISTER

WEB3 DOMAINS, EXPLAINED WITHOUT THE JARGON

TE TOCA

La prueba de los diez nombres y la checklist

Antes de elegir un TLD, haz este pequeño ejercicio. Lleva cinco minutos y no cuesta nada.

La prueba de los diez nombres

Coge una hoja de papel. Escribe diez nombres que la gente podría querer bajo ese TLD. Con .usa es fácil: brand.usa, studio.usa, miami.usa, lawyer.usa, bank.usa, doctor.usa, pizza.usa, hotel.usa, coach.usa, shop.usa.

Ahora haz lo mismo con el nombre de una persona. Tras dos o tres nombres, te quedas sin ideas. Si no consigues escribir diez nombres, el TLD es demasiado estrecho.

Si encuentras fácilmente cientos de nombres, el TLD es amplio. Si encuentras tres, es un nicho.

La checklist

— ¿En qué nivel de la dirección está: país, ciudad, calle o persona?

— ¿Cuánta gente vive en esa zona?

— ¿Cuántas empresas y comercios trabajan allí?

— ¿Puedo escribir diez nombres útiles bajo este TLD en cinco minutos?

— ¿El TLD es fácil de decir y de escribir completo?

— ¿Quiénes son los compradores posibles de cada nombre?

Para recordar

Piensa en la dirección postal al revés. Cuanto más abajo está el TLD en la dirección, como un país, más gente hay. Cuanto más arriba, como una calle o una persona, menos gente hay, y menos nombres que vender.

EL PEQUEÑO GLOSARIO

TLD: el final del nombre, después del punto (.usa).

SLD: el nombre que eliges, antes del punto (brand).

FUENTES - AYUDA OFICIAL DE FREENAME Y BLOG

freename.com/help

freename.com/blog

Aapokalypto

FLAGDOMAINS.COM