

La trampa del sitio web espectacular **hecho en 15 minutos**

Los 10 puntos que tu próximo sitio tiene que cumplir para conseguirte reuniones de venta, se lo pidas a quien se lo pidas.

10 puntos verificables

Lectura de 7 minutos

100% gratis

- ☒ El titular pasa el test de los 5 segundos
- ☒ El sitio pide una sola acción: agendar la reunión
- ☒ El sitio atiende y agenda 24/7

Javier Yranzo

Menos humo, más sistemas

ANTES DE EMPEZAR

Hoy cualquiera te arma un sitio espectacular con inteligencia artificial en 15 minutos. Están todos hablando de esos sitios con efectos 3D que se mueven cuando haces scroll y quedan increíbles.

Ese es exactamente el peligro. Porque ahora es más fácil que nunca terminar con la versión cara del mismo error de siempre: un folleto precioso que no te consigue ni una reunión.

Si tus ventas se cierran en una conversación (una reunión, una llamada, una propuesta) y no con un botón de comprar, tu sitio tiene un solo trabajo: que tu próximo cliente llegue, confíe y agende una reunión contigo. Todo lo demás es decoración.

Usa esta lista así: pásasela a quien te vaya a hacer el sitio. Yo, un freelance, una agencia, tu sobrino con ChatGPT, da igual. Si no puede marcar estos 10 puntos, no te está vendiendo un sitio que vende. Te está vendiendo decoración.

LO QUE VAS A REVISAR

1 **Antes de diseñar nada**

La estrategia, que es lo que el diseño ejecuta.

2 a 6 **La parte que persuade**

Titular, promesa, acción única, prueba y objeciones.

7 a 10 **La parte que trabaja mientras duermes**

Atención 24/7, seguimiento, la IA que te recomienda y la medición.

1

La estrategia va antes que el diseño

Quién es tu cliente ideal, qué le prometes, contra quién compites y con qué mensaje ganas. Eso se define primero, y el diseño lo ejecuta.

Señal de alarma: si la primera conversación arranca por los colores y las referencias visuales, y no por tus clientes y tu competencia, estás comprando decoración.

LA PARTE QUE PERSUADE

2

El titular pasa el test de los 5 segundos

Alguien que no te conoce entra y, sin hacer scroll, responde tres preguntas: qué ofreces, cómo me mejora la vida, qué tengo que hacer para avanzar.

Cómo probarlo: muéstrale la portada 5 segundos a alguien que no conoce tu negocio y pídele que conteste las tres. Si duda en alguna, el titular no está.

3

La promesa vende el beneficio, no tu ficha técnica

"Estudio con 20 años de experiencia" habla de ti. La promesa habla de lo que gana el cliente; los años, los premios y las certificaciones van después, como prueba.

Test del "¿y a mí qué?": lee tu titular y hazte esa pregunta como si fueras el cliente. Si la respuesta no es obvia, está mal planteado.

4

El sitio pide una sola acción: agendar la reunión

Con el calendario embebido para elegir día y hora en el momento, no un "contáctenos" que cae en una casilla que nadie mira. Todos los caminos del sitio terminan ahí.

Señal de alarma: tres botones distintos que piden tres cosas distintas. El visitante que tiene que elegir cómo contactarte, no te contacta.

5

La prueba sobrevive a una averiguación seria

Antes de reunirse contigo, tu próximo cliente te investiga. Casos con números reales, logos de clientes verdaderos, quién está detrás con nombre y cara.

Regla dura: nada inventado. Una sola prueba falsa detectada mata la confianza entera, y con ella la venta.

6

El sitio responde las objeciones antes de la reunión

Proceso, plazos, rangos de precio donde se pueda, "qué pasa si no funciona". Cada duda que el sitio responde es tiempo de reunión que usas para vender en vez de para aclarar.

Cómo armarlo: anota las 10 preguntas que te hacen en toda primera reunión. Esas son tu página de preguntas frecuentes.

7

El sitio atiende y agenda 24/7

Un asistente con inteligencia artificial entrenado con TU información real (no respuestas genéricas) que contesta consultas y agenda reuniones un domingo a las 11 de la noche.

Por qué importa: el que consulta a esa hora se reúne con el que le respondió en el momento, no con el que le contestó el martes.

8

El sitio guarda cada consulta y programa su seguimiento

Nada queda en un correo suelto: todo entra al CRM (la base de datos de tus contactos), que registra quién escribió, qué pidió y cuándo toca volver a contactarlo, con recordatorios automáticos.

Por qué importa: la mayoría de las ventas de servicios se cierran en el seguimiento. Un formulario que manda correos sueltos es una lista de ventas perdidas.

9

El sitio hace que la inteligencia artificial te recomiende

Tus clientes ya le piden referencias a ChatGPT antes que a Google. Una página de preguntas y respuestas y contenido citable, pensados para que cuando alguien pregunte "recomiéndame un [tu rubro] en [tu ciudad]", tu nombre aparezca.

Cómo probarlo: pregúntale hoy a ChatGPT por tu rubro en tu ciudad. Si no apareces, ahí tienes el tamaño del problema.

10

El sitio mide de dónde sale cada consulta desde el día uno

Píxeles y analítica instalados al publicar, no "después vemos". Queda listo para conectarle publicidad sin volver a tocar nada.

Por qué importa: sin medición no sabes qué funciona, y el día que quieras invertir en anuncios empiezas de cero y a ciegas.

¿Y EL DISEÑO ESPECTACULAR?

Importa, porque un sitio feo hace dudar al que llega. Pero el efecto 3D que no deja leer el mensaje es decoración cara.

Primero estos 10 puntos. Lo lindo va al servicio del mensaje, nunca al revés.

Quién escribe: Javier Yranzo

Instalo sistemas de adquisición de clientes. Más de 20 años en marketing, Gerente de la Década (IAB) y premio Marketing Best, trabajando de pymes a marcas como Nivea, Santander y Unilever. Menos humo, más sistemas.

EL CHECKLIST, PARA LLEVAR A LA REUNIÓN

- ☐ 1. La estrategia va antes que el diseño
- ☐ 2. El titular pasa el test de los 5 segundos
- ☐ 3. La promesa vende el beneficio, no tu ficha técnica
- ☐ 4. El sitio pide una sola acción: agendar la reunión
- ☐ 5. La prueba sobrevive a una averiguación seria
- ☐ 6. El sitio responde las objeciones antes de la reunión
- ☐ 7. El sitio atiende y agenda 24/7
- ☐ 8. El sitio guarda cada consulta y programa su seguimiento
- ☐ 9. El sitio hace que la inteligencia artificial te recomiende
- ☐ 10. El sitio mide de dónde sale cada consulta desde el día uno

¿Quieres que tu próximo sitio marque los 10?

Agenda una reunión conmigo. Miramos tu sitio actual (o el que estás por encargar) contra esta lista, y te llevas el diagnóstico decidas trabajar conmigo o no. Sin humo.

Agendar una reunión

link.javieryranzo.com/widget/booking/LrABZoXHypVgTxBvvtOb