

DESARROLLO WEB

Qué necesita una web que sí genera prospectos

Una web bonita que no genera contactos es un gasto, no una inversión. Esto es lo esencial para que tu sitio se vea profesional y además te ayude a vender.

CATEGORÍA

Desarrollo Web

LECTURA

6 minutos

PARA

Negocios B2B

La mayoría de las webs de negocio fallan por lo mismo: hablan de la empresa en lugar de hablarle al cliente, esconden el botón de contacto y tardan en cargar. Un prospecto decide en segundos si vale la pena quedarse. Estos cuatro puntos son los que separan una **página informativa** de una **máquina de prospectos**.

A La pregunta que tu visitante se hace en 5 segundos

Apenas entra, el visitante piensa: «qué ofreces, es para mí, y qué hago ahora». Si tu página no responde esas tres cosas de inmediato, se va. Todo el diseño debería estar al servicio de contestarlas rápido y sin esfuerzo.

01

Mensaje claro arriba de la página

Lo primero que se ve debe decir, en una línea, qué haces y para quién. Nada de frases vagas tipo «soluciones integrales». Di el problema que resuelves con palabras de tu cliente, no las tuyas.

02

Servicios fáciles de comparar

Presenta tus servicios en bloques parejos, con el mismo formato, para que el visitante compare de un vistazo y entienda cuál le sirve. La claridad gana más clientes que la creatividad.

03

Un CTA visible para agendar

Un solo llamado a la acción claro y repetido: «Agenda una llamada». Que esté arriba, a media página y al final. Si el visitante tiene que buscar cómo contactarte, ya lo perdiste.

04

Carga rápida y móvil cuidado

La mayoría entra desde el celular. Si tarda más de tres segundos en cargar o se ve mal en pantalla chica, pierdes contactos antes de que lean una palabra. Optimiza imágenes y prueba en teléfono real.

05 Da pruebas, no promesas

Los logos de clientes, casos reales y testimonios concretos pesan más que cualquier adjetivo. Un visitante confía en lo que otros ya vivieron contigo. Muestra con quién has trabajado y qué resolviste, sin inventar cifras.

06 Reduce la fricción para contactar

Cada campo extra en un formulario espanta prospectos. Pide solo lo necesario para una primera conversación: nombre, contacto y una línea de contexto. Mejor aún, ofrece agendar directo en un calendario para saltarte el ida y vuelta.

07 Mide qué página convierte

Sin medición, estás adivinando. Instala analítica básica y observa cuánta gente entra, cuánta llega al CTA y cuánta agenda. Esos números te dicen exactamente qué parte de la página arreglar primero.

EJEMPLO APLICADO

Un negocio B2B tenía una página informativa, bonita pero pasiva: contaba su historia y dejaba un correo al final. La cambió por una landing con un mensaje claro arriba, sus servicios comparables, pruebas de clientes reales y un botón de «Agenda una llamada» conectado a un calendario. El resultado no fue solo más contactos, sino contactos mejor calificados: la gente que agenda ya sabe qué ofrece y llega lista para hablar de negocio, no a preguntar lo básico.

Lista de verificación

- Arriba se entiende en **una línea** qué haces y para quién.
- Tus servicios se **comparan fácil** en bloques parejos.
- Hay **un solo CTA claro** repetido a lo largo de la página.
- Carga en **menos de 3 segundos** y se ve bien en celular.
- Muestras **pruebas reales**: clientes, casos o testimonios.
- El formulario pide **lo mínimo** o permite agendar directo.

Convierte tu web en una fuente de prospectos

Revisamos tu sitio actual y te decimos qué cambiar para que atraiga contactos calificados, no solo visitas.

[Agenda un diagnóstico gratis](#)