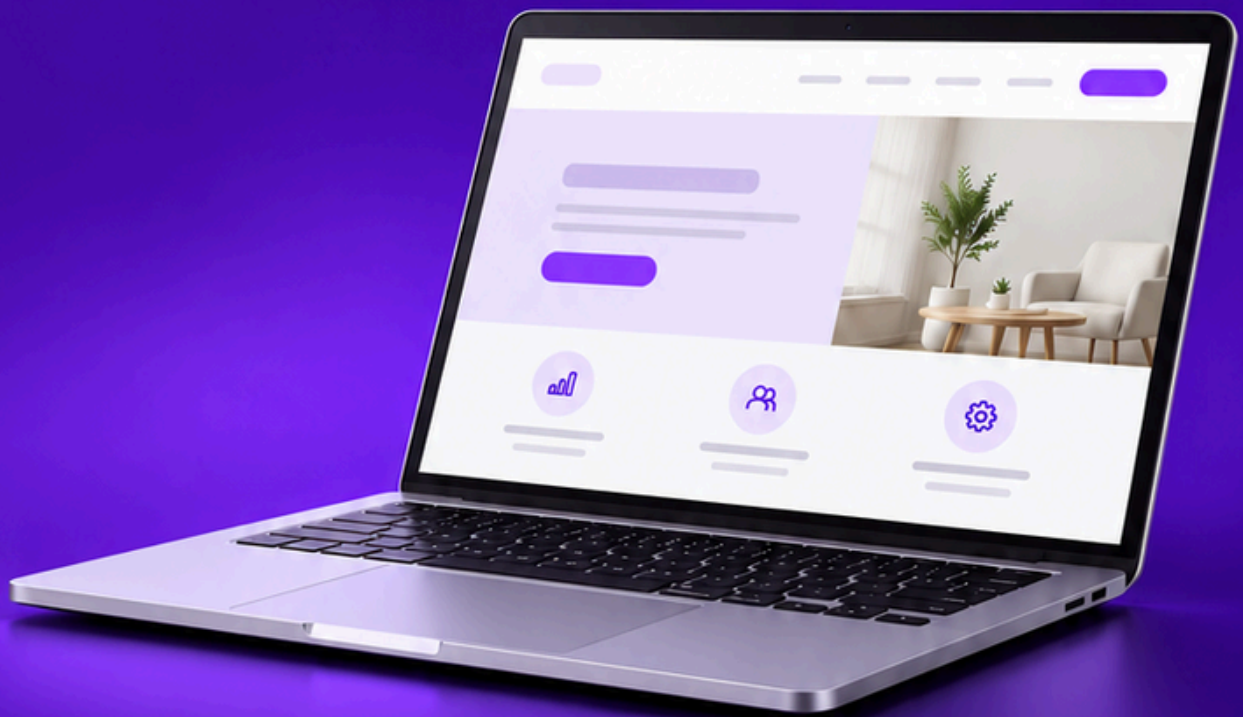


GUÍA PRÁCTICA

¿Se entiende lo que vendes en tu sitio web?

Revísalo como lo haría una persona que acaba de conocerte.



SPRAVA

Enviamos tu mensaje

Cómo usar esta guía

Abre tu sitio web y recórrelo como si fuera la primera vez. No necesitas conocimientos técnicos: observa qué se entiende, qué genera dudas y qué dificulta avanzar.

Tu ruta de revisión

01	La prueba de cinco segundos	03
02	Tu mensaje principal	04 – 05
03	Orden de la página	06
04	Confianza	07
05	Experiencia móvil	08
06	Contacto	09
07	Diagnóstico final	10

Ten a mano una libreta. Anota lo que encuentres y, al terminar, elige tres mejoras prioritarias.



La prueba de cinco segundos

La primera pantalla debe orientar a quien llega. Para comprobarlo, abre la portada de tu sitio durante cinco segundos, sin desplazarte, y después aparta la vista.

Responde estas tres preguntas

1. ¿Qué ofrece este negocio?
2. ¿Para quién es?
3. ¿Qué puedo hacer ahora?

Cómo interpretar lo que ocurre

Si alguna respuesta requiere buscar demasiado, hay una oportunidad de mejorar la claridad. La prueba sirve para detectar dudas iniciales; no sustituye una revisión completa.

Pídele a alguien que no conozca tu negocio que haga la prueba. Escucha su respuesta sin explicarle primero lo que debería entender.



El encabezado principal

El título de la portada debe ayudar a reconocer tu servicio y a quién va dirigido. Una frase puede sonar atractiva y, aun así, dejar al visitante sin saber qué ofreces.

MUY GENERAL

“Soluciones innovadoras para ti”.

MÁS ESPECÍFICO

“Creamos sitios web para negocios que necesitan presentar sus servicios y recibir consultas”.

Escribe tu propia versión

Completa esta frase y después ajústala para que suene natural:

Ayudamos a [persona] a [resultado o necesidad] mediante [servicio].

Comprueba que alguien ajeno a tu negocio pueda explicarlo con sus propias palabras.



Lo primero que ve el visitante

El primer bloque funciona como una bienvenida. Sus elementos deben trabajar juntos para explicar la oferta y mostrar cómo continuar.

Título claro. Nombra el servicio o la necesidad que atiendes.

Explicación breve. Añade el contexto que el título no alcanza a contar.

Imagen pertinente. Muestra algo relacionado con lo que ofreces.

Acción visible. Indica si el siguiente paso es consultar, reservar o conocer el servicio.

Haz esta revisión

Observa el bloque completo: ¿el texto, la imagen y el botón cuentan la misma historia? Una imagen atractiva debe apoyar el mensaje, no obligar al visitante a adivinar qué vendes.



El orden de la información

Una página se entiende mejor cuando responde las preguntas del visitante en un recorrido lógico. Puedes usar esta secuencia como punto de partida y adaptarla a tu servicio.

1. **Qué haces:** presenta tu servicio con claridad.
2. **Cómo ayudas:** explica qué necesidad atiendes.
3. **Qué incluye:** concreta el alcance de la oferta.
4. **Por qué confiar:** muestra pruebas y resuelve dudas.
5. **Cómo contactarte:** facilita el siguiente paso.

Compáralo con tu sitio

Anota el orden actual de tus secciones.
¿Hay información importante demasiado abajo? ¿Aparece algún bloque antes de que el visitante tenga contexto para entenderlo?



Razones para **confiar**

Decir que tu servicio es excelente no explica por qué alguien debería elegirlo. La confianza se construye con información concreta que el visitante pueda revisar.

Qué puedes mostrar

- 1 Ejemplos de trabajo relacionados con tu servicio.
- 2 Un proceso claro: qué sucede al contratarte.
- 3 Experiencia que puedas respaldar.
- 4 Testimonios compartidos con autorización.
- 5 Respuestas a dudas frecuentes sobre tu oferta.

Revisa la calidad de las pruebas

Elige ejemplos pertinentes y explica su contexto. Evita promesas generales, resultados sin respaldo o testimonios inventados. Si todavía no tienes reseñas, empieza por mostrar tu proceso y trabajos propios.



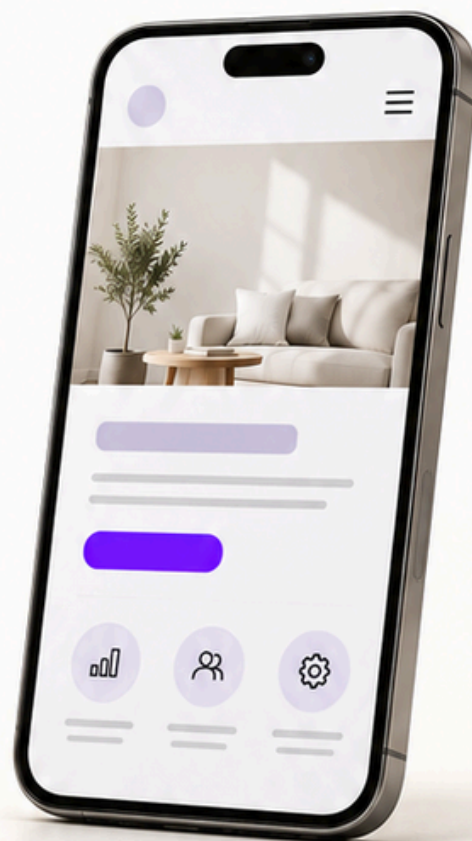
La revisión desde el teléfono

Abre tu sitio en un teléfono real y recórrelo con una sola mano. Así podrás detectar dificultades que pueden pasar inadvertidas cuando lo revisas desde una computadora.

- **¿Se lee sin ampliar?**
Comprueba títulos, párrafos y textos de los botones.
- **¿Los botones se pueden tocar bien?**
Revisa su tamaño y la separación entre ellos.
- **¿Las imágenes cargan y se encuadran correctamente?**
Observa si se pierde información importante.
- **¿El menú se entiende?**
Busca un servicio y después intenta llegar al contacto.



Anota dónde tuviste que detenerte, repetir un toque o adivinar cómo seguir.



SPRAVA

Sprava · Agencia de IA

El camino hacia el contacto

Cuando una persona decide preguntar, el sitio debe facilitarle la acción. Un botón visible ayuda, pero también importa lo que ocurre después de tocarlo.

Comprueba el recorrido completo

- 1 Abre WhatsApp, el formulario o el botón de contacto y confirma que funcionan.
- 2 Revisa si queda claro qué pasará después: enviar un mensaje, solicitar información o reservar.
- 3 Cuenta los pasos y comprueba si pides datos que no necesitas para iniciar la conversación.

Haz que el botón sea específico

Cuéntanos qué sitio necesitas

El texto del botón debe coincidir con la acción que realmente se abre.



Diagnóstico rápido

Marca las seis áreas que tu sitio ya resuelve con claridad.

- ☐ **Encabezado:** se entiende el servicio y a quién ayuda.
- ☐ **Primer bloque:** texto, imagen y acción se complementan.
- ☐ **Orden:** la información sigue un recorrido lógico.
- ☐ **Confianza:** hay pruebas concretas y verificables.
- ☐ **Móvil:** se lee y se utiliza con facilidad.
- ☐ **Contacto:** funciona y requiere pocos pasos.

Elige el resultado que mejor describe tu sitio

- ☐ **Claro:** se entiende la oferta y cómo avanzar.
- ☐ **Necesita ajustes puntuales:** el mensaje se entiende, pero algunos detalles dificultan el recorrido.
- ☐ **Necesita reorganizar el mensaje:** cuesta identificar qué ofreces, para quién es o qué hacer después.

Mis tres mejoras prioritarias

1. _____
2. _____
3. _____



Un buen sitio ayuda a entender tu negocio y facilita el siguiente paso.

No se trata solo de que se vea atractivo. Su mensaje, sus imágenes y su recorrido deben ayudar a las personas a comprender lo que ofreces y decidir cómo continuar.

¿Quieres una mirada externa?

En Sprava podemos revisar tu sitio o ayudarte a crear uno que comunique tu negocio con claridad.

Solicita una revisión de tu sitio o conoce nuestro servicio de creación web.

Envíanos un mensaje.



[Escríbenos y hablemos sobre tu idea.](#)



SPRAVA

Sprava · Agencia de IA