

Checklist Por qué tu web no está vendiendo

(aunque esté “bien hecha”)

No es para arreglarlo todo hoy.

Es para dejar de engañarte.

Coge papel o marca mentalmente los “no”.

Cuanto más “no”, más claro está el problema.

1. Cuando alguien entra en tu web, ¿entiende en 5 segundos qué vendes?

- Sí, sin pensar
- No / tendría que explicarlo

Si alguien necesita leer dos párrafos para entender qué haces, ya se ha ido.

No porque sea tonto.

Porque no tiene tiempo.

2. ¿Queda claro a quién va dirigida tu web?

- Sí, sé exactamente a quién hablo
- No, “vale para cualquiera”

Si vale para cualquiera, no conecta con nadie.

Las webs que venden no intentan gustar a todo el mundo.
Intentan reconocerse en alguien muy concreto.

3. ¿Hablas de problemas reales o de servicios?

- Problemas que mi cliente reconoce como suyos
- Servicios, características, palabras bonitas

Por ejemplo: “empaste dental”, “abogado en X ciudad” o “coach de patatas” no son problemas.

Son servicios.

Y a nadie le importan los servicios, le importan los problemas que ellos tienen.

4. ¿Tu web cuenta una historia... o solo informa?

- Cuenta una historia en la que el lector se ve
- Solo explica cosas

Las webs que venden no informan.
Acompañan.

Empiezan donde está el lector y lo llevan a un punto distinto.

Si no hay historia, no hay viaje.

Y sin viaje, no hay acción.

5. ¿Tu propuesta suena distinta o intercambiable?

- Podría reconocerla aunque no viera el logo
- Podría ser la de cualquier competidor

Si cambias el logo y el nombre y sigue funcionando igual...

tienes un problema de diferenciación.

Y eso no se arregla con más tráfico.

6. ¿Hay una acción clara que hacer en tu web?

- Sí, sé exactamente qué quiero que hagan
- No, hay varias o ninguna clara

Si todo es importante, nada lo es.

Una web sin una acción clara es una web que no decide.

Y si tú no decides, el usuario tampoco.

7. ¿Le pides algo al visitante antes de darle valor?

- No, primero le ayudo a entender
- Sí, le pido que compre / contacte rápido

Antes de pedir, hay que demostrar.

No autoridad artificial.

Comprensión.

La sensación debe ser:

“Esta persona entiende mi problema.”

8. ¿Tú mismo confiarías en tu web si no fuera tuya?

- Sí, me daría tranquilidad
- No del todo / tengo dudas

Esta es la pregunta más incómoda.
Y la más honesta.

Si tú dudas, el visitante también.

9. ¿Sabes exactamente qué cambiarías primero para vender más?

- Sí, lo tengo claro
- No, tocaría “un poco de todo”

“Tocar un poco de todo” es la forma más cara de no arreglar nada.

Cuando no hay prioridad, no hay estrategia.

10. Resultado final

Si has llegado hasta aquí, hay tres escenarios posibles.

Escenario 1

Has marcado pocos NO, pero no sabrías explicar *qué tocar primero* ni *por qué*.

Eso no es tranquilidad, es suerte.

Escenario 2

Has marcado varios NO y ahora mismo sabes que algo falla, pero no tienes claro el orden, el impacto ni el coste real de cada decisión.

Escenario 3

Has marcado muchos NO y, siendo honestos, llevas tiempo intuyendo que estás improvisando.

Da igual en cuál estés.

El problema no es el número de NO.

El problema es este:

sin claridad, cualquier acción es otro experimento caro.

Este checklist no arregla tu web. Pero te coloca justo en el punto correcto:

el momento en el que dejar de probar cosas empieza a ser más importante que hacer más marketing.

A partir de aquí, arreglarlo ya no va de suerte. Va de decisiones.