GUÍA PRÁCTICA

Revisa tu web en 15 minutos

Once preguntas para saber si tu web se entiende, inspira confianza y te trae clientes.

Antes de empezar

Abre tu web en el móvil, como la vería alguien que no te conoce. Ten esta lista al lado y contesta con sinceridad: **sí**, **más o menos** o **no**. No hace falta saber de diseño ni de programación. Si algo te hace dudar, apúntalo: esas dudas ya son información útil.

Las once preguntas

1. Finalidad y público · ¿Queda claro quién eres, qué ofreces y para quién? Mira: si se entiende quién está detrás, a quién te diriges y qué puede hacer la visita en tu web. Si la respuesta es no: escribe en una frase qué haces, para quién y qué consigue esa persona. Esa frase debería estar arriba del todo.

2. Primeros cinco segundos · ¿Se entiende tu propuesta nada más entrar? Mira: el titular, la primera imagen y si el siguiente paso está a la vista sin bajar. Si la respuesta es no: cambia un titular genérico («Bienvenidos») por uno que diga lo que ofreces, y pon un botón con una acción clara.

3. Diseño, marca y legibilidad · ¿Se lee sin esfuerzo y se reconoce tu marca? Mira: tamaño de letra, contraste entre texto y fondo, colores coherentes, fotos nítidas y propias o con permiso. Si la respuesta es no: sube el tamaño de la letra, quita texto sobre fotos y usa siempre los mismos colores y tipos de letra.

4. Uso y navegación · ¿Se encuentra lo importante sin pensar? Mira: si el menú se entiende, si los botones parecen botones y si los formularios piden solo lo necesario. Si la respuesta es no: reduce el menú a lo esencial y quita del formulario cada campo que no uses de verdad.

5. Contenido y confianza · ¿Responde a las dudas que frenan a un cliente? Mira: si hablas de lo que gana el cliente (no solo de características), si hay datos de contacto visibles y si hay páginas vacías o información antigua. Si la respuesta es no: apunta las cinco preguntas que más te hacen tus clientes y respóndelas en la web.

6. Visibilidad en buscadores · ¿Te pueden encontrar quienes te buscan? Mira: busca en Google lo que buscaría un cliente tuyo (por ejemplo, tu servicio y tu ciudad). Comprueba si apareces, qué título y qué descripción muestra Google, y si tienes ficha de empresa en Google. Si la respuesta es no: revisa el título y la descripción de tus páginas principales y crea o completa tu ficha de empresa.

7. Publicidad y medición · ¿Sabes si tu web te trae clientes? Mira: si sabes cuántos contactos, llamadas o compras llegan desde la web cada mes. Si pagas anuncios, si llevan a una página que dice

lo mismo que el anuncio. Si la respuesta es no: antes de gastar en anuncios, asegúrate de poder contar cuántos contactos llegan desde la web.

8. Rapidez y funcionamiento · ¿Carga rápido en el móvil y funciona todo? Mira: si tarda en aparecer, si hay enlaces que no llevan a ninguna parte, botones que no responden o páginas descolocadas en el móvil. Si la respuesta es no: empieza por las imágenes (suelen ser lo más pesado) y prueba todos los botones y formularios.

9. Accesibilidad · ¿La puede usar todo el mundo? Mira: si se puede recorrer con el teclado, si las imágenes importantes tienen descripción y si los avisos no dependen solo del color. Si la respuesta es no: describe las imágenes importantes y comprueba el contraste de los textos. Es bueno para las personas y también para los buscadores.

10. Seguridad, privacidad y aspectos legales · ¿Están en orden lo básico? Mira: el candado en la barra del navegador, el aviso de cookies, la política de privacidad y el aviso legal, y que los formularios pidan aceptar la política de privacidad. Si la respuesta es no: corrígelo antes que nada. Esta lista no es asesoramiento jurídico; si tienes dudas, consúltalo con quien te lleve estos temas.

11. Comparación · ¿Qué hacen mejor otras webs como la tuya? Mira: tres webs de negocios parecidos al tuyo. Qué explican mejor, qué te inspira confianza y qué no te gustaría copiar. Si la respuesta es no: apunta una sola idea que puedas aplicar esta semana.

Cómo leer el resultado

- **Nueve o más «sí»:** tu web está en buena forma. Revisa los «más o menos».
- **Entre cinco y ocho:** hay mejoras sencillas que pueden notarse pronto. Empieza por las preguntas 1, 2 y 10.
- **Menos de cinco:** conviene una revisión con calma antes de invertir en publicidad.

Siguiente paso

Si quieres una revisión completa, te mandamos un informe claro: qué mejorar y en qué orden, explicado sin tecnicismos.

Que RIA revisar mi web

que-ria.com/revisar-mi-web