
Por qué tu web no te trae clientes

No son tres problemas distintos. Es el mismo problema con tres caras. Y la que te está costando plata no suele ser la que creés.

Tu web no está rota. Está **incompleta**.

Casi nadie llega acá con una web fea. Llegan con una web que está bien, que costó plata, que quedó linda — y que no trae a nadie.

Eso pasa porque una web tiene que ganar **tres veces seguidas**, y perder una sola alcanza para que el resto no importe.

01 Que te encuentren

Si no aparecés cuando alguien busca lo que hacés, el resto es teoría.

02 Que te esperen

Si tarda más de lo que la gente aguanta, se van antes de verte.

03 Que te compren

Si llegaron y no saben qué hacer, se van igual.

La mayoría pierde en el punto **03** y cree que perdió en el **01**. Entonces contrata más publicidad para traer gente a una página que no convierte, y el problema se hace más caro en lugar de resolverse.

No te encuentran

Tu web es linda. Pero no la encuentra nadie.

Tener un sitio no significa existir. Existir es aparecer cuando alguien busca lo que vos hacés — en Google, y ahora también dentro de ChatGPT o Perplexity, que recomiendan proveedores sin que nadie visite una web.

El error más común no es técnico: es escribir la web hablando de vos en lugar de hablar de lo que la gente busca. Una página que dice “**soluciones integrales**” no aparece nunca, porque nadie busca eso. Aparece la que dice qué hace, para quién y dónde.

- **Título de cada página.** Tiene que decir qué ofrecés y dónde. Uno distinto por página, no el mismo repetido.
- **Texto real que leer.** Si tu home son tres frases sobre una imagen, no hay nada que indexar.
- **Estar declarado.** Sitemap y datos estructurados, para que no tengan que adivinar quién sos.

[COMPROBALO AHORA]

Buscá en Google **site:tudominio.com**. Te dice cuántas páginas tuyas están indexadas. Si aparecen menos de las que tenés, o ninguna, ese es tu punto de partida — y no se arregla con más publicidad.

No te esperan

Tu web tarda 6 segundos. Tu cliente espera 3.

La velocidad no es un lujo técnico, es la primera impresión. Alguien que entra desde el celular, con datos móviles, en la calle, decide en segundos si vale la pena esperarte. Si se va durante la carga, nunca vio tu trabajo.

Y lo más caro: **si estás pagando publicidad, cada persona que se va durante la carga la pagaste igual.** Estás comprando visitas que nunca ocurrieron.

La causa casi siempre es la misma, y es aburrida:

- **Imágenes sin preparar.** La foto sale de la cámara con 6 MB y se sube tal cual. Bien exportada pesa veinte veces menos y se ve igual.
- **Plugins acumulados.** Cada uno agrega código que se descarga siempre, aunque esa función no se use en esa página.
- **Todo junto al principio.** Se carga la página entera antes de mostrar nada, en vez de mostrar primero lo que se ve.

[COMPROBALO AHORA]

Entrá a **pagespeed.web.dev**, pegá tu dirección y mirá solo el número de **móvil**, no el de escritorio. Debajo de 50 estás perdiendo gente todos los días. Y probala con datos móviles, no con el wifi de tu casa.

No te **compran**

No necesitás una web linda. Necesitás una que venda.

Acá se pierde la mayoría, y casi nadie lo revisa porque no se ve como un problema. La web funciona, carga, se ve bien. Pero la persona entra, mira y se va sin hacer nada.

No se entiende qué hacés en cinco segundos

Si tu titular es una frase de marca —“transformamos ideas en experiencias”— el visitante tiene que trabajar para entender qué vendés. No va a trabajar. Se va.

Hay demasiadas cosas para hacer

Menú, redes, newsletter, WhatsApp, formulario y un botón de “conocé más”. Cuando hay seis caminos, no se elige ninguno. Una página, una acción.

Le pedís el casamiento en la primera cita

Si tu servicio cuesta cientos de miles de pesos, nadie lo contrata desde un anuncio. Necesita algo intermedio: una consulta, un diagnóstico, una conversación.

[COMPROBALO AHORA]

Mostrale tu home a alguien que no sepa a qué te dedicás. Dale cinco segundos y tapala. Preguntale qué vendés y qué habría que hacer ahí. **Si duda, tu problema no es el tráfico.**

Tres cosas que **no** son tu problema.

Cuando una web no trae clientes, la primera reacción suele ser gastar en el lugar equivocado. Estas tres son las que más plata se llevan sin mover la aguja.

01 Que te faltan seguidores

Instagram te presenta. La decisión de escribirte casi siempre pasa por tu sitio, y ese recorrido no lo arregla un seguidor más.

02 Que hay que rehacerla entera

Rehacer todo es la respuesta cara a un diagnóstico que nadie hizo. Lo que suele fallar son tres o cuatro cosas puntuales, y se arreglan sobre lo que ya tenés.

03 Que es fea

Una web común que dice en dos segundos qué hacés vende más que una impecable que hay que descifrar. El diseño ayuda cuando la claridad ya está.

Ninguna de las tres es mentira del todo. El problema es el orden: son cosas que conviene mirar **después** de que la web haga su trabajo, no antes.

Cuánto te cuesta, con **tus** números.

Hasta acá esto es un diagnóstico general. Se vuelve tuyo cuando le ponés los tres números que ya tenés en algún lado.

A

Cuánta gente entró el mes pasado

Está en Google Analytics, o en el panel de tu hosting si nunca instalaste nada.

B

Cuántos te escribieron

Formulario, WhatsApp o teléfono. Contá solo los que llegaron desde la web.

C

Cuánto vale un cliente para vos

Lo que deja en promedio, no lo que sale el trabajo más caro que hiciste.

B dividido A es tu conversión. Ese número, y no el tráfico, es el que decide si conviene invertir en publicidad. Duplicar A cuando B/A está roto solo duplica el gasto.

Y hay una cuenta que casi nadie hace: cuántos de los que se fueron habrían escrito si la página hubiera cargado, o si hubieran entendido qué vendés. Esa diferencia, multiplicada por C, es lo que te está costando tenerla así.

Tres arreglos que podés hacer solo.

Ninguno necesita un desarrollador ni rehacer nada. Los tres atacan una fuga distinta, y se notan en el mismo mes.

01 Reescribí el titular de tu home

Que diga qué hacés, para quién y dónde. Si tu titular sirve para cualquier rubro, no sirve para el tuyo.

02 Volvé a exportar las fotos pesadas

Empezá por las de la primera pantalla, que son las que frenan la carga. Y sacá las que están de relleno: cada una cuesta segundos.

03 Dejá una sola acción por pantalla

Elegí qué querés que haga la persona y repetí ese botón. Todo lo demás, al pie.

Con esto no vas a tener una web nueva. Vas a tener **menos fugas** que las que tenías el lunes, que es lo que mueve el número de la página anterior.

[PARA CERRAR]

El orden importa

Si tuvieras que arreglar una sola cosa, empezá por la tercera. Todo el mundo quiere más visitas primero, pero **traer más gente a una página que no convierte solo hace el problema más caro**. Arreglás la conversión y el tráfico que ya tenés empieza a rendir.

[LOS TRES CONTROLES]

- 01** **site:tudominio.com** en Google — cuántas de tus páginas existen para el buscador.
- 02** **pagespeed.web.dev** — el número de móvil, probado con datos móviles.
- 03** La prueba de los cinco segundos — con alguien que no sepa a qué te dedicás.

Con esos controles vas a ver **si** algo falla. No vas a ver **por qué** falla, cuánto te cuesta, ni qué tocar primero.

[LA AUDITORÍA]

Te decimos qué arreglar, en qué orden y cuánto te cuesta cada cosa que hoy está mal.

Revisamos tu sitio entero y te devolvemos un informe con los problemas ordenados por impacto, sin recomendaciones genéricas que no vas a poder aplicar.

Escribinos por WhatsApp ↗

+54 11 3832-6487