

# Checklist Esencial para tu Primer Activo Digital

Los pasos claves para construir un sitio web que atrae clientes en automático

---

## 1) Fundamentos de marca

- ☐ Propuesta de valor clara (qué haces, para quién y por qué elegirte)
  - ☐ Objetivo del sitio (reservas, leads, consultas)
  - ☐ Tono y estilo (confianza, cercano, premium)
  - ☐ Paleta y tipografías (accesibles y consistentes)
- 

## 2) Arquitectura

- ☐ Mapa del sitio (Home, Servicios, Sobre mí, Recursos, Contacto)
- ☐ Home: promesa, beneficios, prueba social, CTA principal
- ☐ Servicios: problema → solución → proceso → prueba → CTA
- ☐ Sobre mí: autoridad, enfoque y por qué importas
- ☐ Recursos: lead magnet alineado al servicio

### 3) Captura & consentimiento

- ☐ Formulario principal (nombre + email + 1 pregunta de intención)
  - ☐ Checkbox de consentimiento y enlace a política de privacidad
  - ☐ Página de gracias con siguientes pasos y CTA secundario
  - ☐ Automatización de bienvenida (email con recurso/confirmación)
- 

### 4) Diseño & UX

- ☐ Jerarquía visual (H1 claro, espaciado generoso, CTA visible)
  - ☐ Contraste y legibilidad (WCAG AA mínimo)
  - ☐ Mobile-first: layout fluido, tap-targets  $\geq 44\text{px}$
  - ☐ Velocidad (imágenes optimizadas, fuentes locales si aplica)
- 

### 5) QA & lanzamiento

- ☐ Pruebas de formulario (envío, email recibido, página de gracias)
- ☐ Enlaces internos/externos sin roturas
- ☐ Metadatos (títulos, descripciones, Open Graph)
- ☐ Sitemap y robots.txt correctos
- ☐ Dominio/SSL activo y sin advertencias

# El Viaje Psicológico del Visitante en tu Web

Una página profesional es más que un lindo diseño:  
entiende la mente del usuario

## 1) Atención y seguridad

En los primeros segundos, el cerebro decide si se queda o se va. Claridad visual, un H1 inequívoco y señales de seguridad (consistencia de marca, orden, contraste suficiente) reducen la fricción y la sensación de riesgo. Tu promesa debe ser instantánea y verosímil.

## 2) Comprensión y relevancia

El visitante busca "esto es para mí". Mensajes que hablan de su problema, beneficios concretos y una arquitectura escaneable (subtítulos, listas, espacios) disminuyen la carga cognitiva. Si la propuesta encaja con su intención, avanza.

## 3) Confianza y prueba social

La mente confía cuando ve evidencia. Testimonios, logotipos de clientes, métricas y microcops que anticipan objeciones activan atajos de credibilidad. Explica brevemente el proceso y qué ocurrirá después del clic para bajar la incertidumbre.

## 4) Motivación y llamada a la acción

Las decisiones crecen con dirección y facilidad. Un CTA visible, específico y sin ambigüedad (qué obtengo y en cuánto tiempo) convierte curiosidad en acción. Menos campos, más guía. Señales de urgencia legítima y claridad sobre el valor reducen la postergación.

## 5) Cierre y seguimiento

Tras la acción, confirma que eligió bien: página de gracias con próximos pasos y un primer contacto automatizado que aporte valor. Mantén la coherencia de tono y ritmo para consolidar confianza y pasar de visita a relación.