

Por qué tu web no vende (y casi nunca es el diseño)

EM

Equipo E-MERGE · 6 min de lectura



Cada semana hablamos con dueños de negocios convencidos de que su web "no vende porque quedó fea". Casi nunca es eso. El problema suele estar en otro sitio, y hasta que no se mira ahí, cambiar los colores solo maquilla el síntoma.

Una web bonita que nadie usa no es una web bonita: es un folleto caro. Antes de rediseñar nada, conviene entender qué está pasando realmente cuando alguien entra en tu página.

El cliente entra, mira y se va

La mayoría de visitantes deciden en pocos segundos si tu web les sirve. En ese instante no están evaluando la tipografía: están buscando una respuesta a una pregunta muy concreta que traían en la cabeza. Si no la encuentran rápido, se van. Y no vuelven.

Por eso nosotros nunca empezamos un proyecto hablando de diseño. Empezamos preguntando: **¿por qué entra tu cliente, qué espera ver y qué le hace dudar?** Cuando tienes esas tres respuestas, el diseño casi se ordena solo.

"Ninguna reunión debería empezar hablando de colores. Debería empezar preguntando qué está fallando y por qué."

Las cuatro fugas más comunes

En negocios locales y pequeños equipos, los mismos problemas se repiten una y otra vez:

- **No se entiende a qué te dedicas en 5 segundos.** Si tu titular podría valer para cualquier empresa, no dice nada.
- **No hay un siguiente paso claro.** El visitante querría contactar o pedir presupuesto, pero tiene que buscarlo. Cada clic de más es gente que se cae.
- **Carga lenta o no funciona bien en el móvil.** La mayoría de tus visitas llegan desde el teléfono. Si ahí la experiencia es mala, el resto da igual.
- **Nada genera confianza.** Sin reseñas, sin caras, sin casos reales, un desconocido no te va a dar su dinero.

Qué mirar antes de rediseñar

La buena noticia es que casi todo esto se puede medir. Antes de tocar el diseño, vale la pena responder con datos, no con intuición: cuánta gente entra y desde dónde, en qué página se va sin hacer nada, cuántos acaban escribiéndote y qué buscaban en Google cuando te encontraron.

Con esos números, dejas de adivinar. Sabes si el problema es que *no llega gente* (visibilidad y SEO) o que *llega y no hace nada* (mensaje y conversión). Son dos problemas distintos con soluciones distintas.

El diseño llega al final, no al principio

Nada de esto significa que el diseño no importe. Importa, y mucho: un diseño cuidado transmite fiabilidad en el primer vistazo. Pero es la consecuencia de entender el problema, no el punto de partida. Cuando el mensaje es claro, el siguiente paso es obvio y la web carga rápido, un buen diseño multiplica los resultados. Sin eso debajo, solo hace más caro el folleto.

