El checklist para lanzar.

Ocho cosas que revisar en tu sitio web y en tu ficha de Google, en unos 15 minutos, sin instalar nada y sin abrir ninguna cuenta. La mayoría las puedes arreglar tú mismo esa misma tarde.

Qué necesitas

Tu teléfono con datos móviles (apaga el Wi-Fi), un bolígrafo, y los accesos a tu sitio web y a tu cuenta de Google si los tienes a mano.

Cómo funciona

Ve punto por punto. Marca una casilla solo cuando lo hayas visto funcionar hoy, no cuando creas que funciona. Cuenta las marcas al final.

Quédatelo

Esta lista es tuya. Imprímela, reenvíala, úsala cada pocos meses. Nada de lo que contiene nos necesita.

1 Teléfonos

La mayoría de las primeras visitas al sitio web de un negocio pequeño llegan desde un teléfono, normalmente desde un resultado de Google o un mensaje de un amigo.

- [ ] La página de inicio abre en tu teléfono con datos móviles, no con Wi-Fi
- [ ] Puedes leer cada línea sin hacer zoom
- [ ] El número de teléfono se puede tocar y abre el marcador
- [ ] Los botones son lo bastante grandes para pulsarlos con el pulgar
- [ ] Nada se sale por el borde derecho; la página no se desplaza de lado

Arreglo en diez minutos: Abre cada página del sitio en tu teléfono y arregla primero la que falle. Si editas el sitio tú mismo, usa la vista previa en ancho de teléfono antes de publicar. Si lo hizo otra persona, mándale esta página.

2 Velocidad

Una página que tarda más de tres o cuatro segundos en un teléfono pierde a buena parte de la gente que la tocó.

- [ ] La página de inicio muestra algo útil en menos de tres segundos con datos móviles
- [ ] Deja de cargar poco después de verse lista, no diez segundos más tarde
- [ ] Ningún video se reproduce solo con sonido
- [ ] Las fotos tienen un tamaño normal (una foto de teléfono tal cual sale de la cámara suele ser demasiado grande)
- [ ] PageSpeed Insights de Google (pagespeed.web.dev), que es gratis, da a la vista móvil una puntuación con la que estás a gusto

Arreglo en diez minutos: Reduce las fotos a 1600 píxeles de ancho o menos antes de subirlas, y quita los complementos y plugins que no uses. Esos dos pasos arreglan la mayoría de los sitios lentos.

3 El formulario de contacto funciona

Un formulario roto es silencioso. Nadie te avisa de que falló; el mensaje simplemente desaparece.

- [ ] Hoy te enviaste un mensaje de prueba desde el formulario
- [ ] Llegó a tu bandeja de entrada, no a spam, en menos de cinco minutos
- [ ] Al responderlo, la respuesta va al visitante, no al sitio web
- [ ] El teléfono y el correo que aparecen en el sitio son los que de verdad atiendes
- [ ] Alguien lee esa bandeja cada día hábil

Arreglo en diez minutos: Si la prueba nunca llega, el formulario probablemente envía desde una dirección en la que tu proveedor de correo no confía. Quien hizo el sitio puede configurarlo para enviar desde tu propio dominio. Mientras tanto, pon tu correo junto al formulario.

4 Tu Perfil de Empresa en Google está completo

Cuando la gente busca lo que haces cerca de ella, el mapa y el panel del negocio salen antes que los resultados normales. Un perfil incompleto es fácil de saltar.

- [ ] Al buscar el nombre de tu negocio aparece tu panel y dice Verificado
- [ ] Puedes editarlo desde tu propia cuenta de Google (eres el propietario)
- [ ] La categoría principal es lo que haces de verdad
- [ ] Dirección o zona de servicio, teléfono y sitio web están bien
- [ ] Hay al menos diez fotos reales de tu trabajo, tu equipo o tu local

Arreglo en diez minutos: Entra en google.com/business, reclama el perfil o inicia sesión, y sube las fotos desde tu teléfono. Escribe la descripción con palabras sencillas, en menos de 750 caracteres, y léela una vez en voz alta.

5 Las reseñas están respondidas

La gente lee las respuestas tanto como las reseñas. Una buena respuesta a una reseña mala suele hacer más que cinco buenas.

- [ ] Cada reseña de los últimos doce meses tiene respuesta
- [ ] Las respuestas a las buenas dan las gracias y mencionan algo concreto
- [ ] Las respuestas a las malas piden disculpas por la experiencia y ofrecen resolverlo por teléfono o correo
- [ ] Ninguna respuesta discute, da datos privados del cliente ni le echa la culpa
- [ ] Este mes le has pedido una reseña a un cliente contento reciente

Arreglo en diez minutos: Responde primero a la reseña sin contestar más antigua y avanza desde ahí. Guarda una nota de dos frases que puedas adaptar, y responde a las nuevas en menos de una semana.

6 El horario está bien

La gente mira tu horario primero en Google, después en tu sitio y por último en la puerta. Cuando los dos primeros están mal, van y se encuentran la puerta cerrada.

- [ ] El horario de Google coincide con el de la puerta
- [ ] El horario de tu sitio web coincide con Google
- [ ] Hay horario especial puesto para los dos próximos festivos
- [ ] El teléfono se atiende en ese horario, o el buzón dice cuándo devuelves la llamada
- [ ] Si trabajas solo con cita, lo dice en los dos sitios

Arreglo en diez minutos: Pon ahora los dos próximos festivos en tu perfil de Google (Google los pide con antelación) y añade una línea a la página de contacto de tu sitio.

7 El dominio y el correo están a tu nombre

El fallo más caro que vemos es un dominio que caduca porque la única persona con el acceso se fue hace dos años.

- [ ] Sabes en qué empresa está registrado el dominio
- [ ] El acceso a la cuenta es tuyo, con tu correo y tu tarjeta registrados
- [ ] La renovación automática está activada y la fecha de vencimiento está a más de sesenta días
- [ ] Tu correo de empresa está en tu propio dominio (tu@tunegocio.com)
- [ ] La cuenta de correo también es tuya, no de un antiguo diseñador

Arreglo en diez minutos: Busca "whois lookup", escribe tu dominio y anota el registrador y la fecha de vencimiento. Si la cuenta no es tuya, pide a quien la abrió que te añada como propietario esta semana, y apunta la fecha de renovación en tu calendario.

8 Copias de seguridad

Los sitios se rompen, las cuentas se bloquean y la gente deja de contestar. Una copia que tú controlas convierte una crisis en una tarde de trabajo.

- [ ] Sabes dónde está una copia completa de tu sitio (copia del alojamiento, una exportación o el repositorio de código del desarrollador)
- [ ] Hay una copia de los últimos treinta días
- [ ] Podrías conseguir esa copia sin pedírsela al desarrollador
- [ ] Tus archivos de logo, fotos y textos también están en una carpeta que controlas
- [ ] Existe un recordatorio mensual para revisar todo lo anterior

Arreglo en diez minutos: Descarga hoy una exportación de tu sitio y guárdala en una carpeta en la nube junto con tus archivos de logo. Pon un recordatorio para el día uno de cada mes. Aquí, hecho es mejor que perfecto.

Cuenta tus marcas

8

Listo para lanzar. Guarda la lista y vuelve a pasarla dentro de tres meses.

5 a 7

Una mañana de trabajo. Empieza por lo que protege el negocio: el formulario (3), el dominio (7) y las copias (8).

Menos de 5

No hay de qué avergonzarse; así llegan la mayoría de los sitios. Toma un punto al día durante una semana, o deja que lo pasemos contigo.

¿Quieres que lo pasemos por ti?

Reserva una llamada gratis de 15 minutos. Revisamos los ocho puntos contigo en la llamada, tú te quedas con la lista y decides qué pasa después. Sin discurso de ventas, sin compromiso.

Reserva una llamada gratis de 15 minutos

weblandscapes.com/QR/lead-checklist-es

(786) 608-8489 (llamada o mensaje) · contact@weblandscapes.com · weblandscapes.com/es

Web Landscapes LLC · Diseño web, alojamiento y marketing · Trabajamos con negocios en cualquier parte de EE. UU., configurados a distancia, en inglés y español. Comparte este checklist con quien le pueda servir.