



15 ERRORES

que arruinan las
CONVERSIONES
de **[tu NEGOCIO]**



Tu web puede estar frenando tu crecimiento, aunque no lo notes.

Y no, no hablamos solo de diseño.

Porque una web puede ser visualmente atractiva... y aun así estar matando tus oportunidades de venta.

Ese es el gran error.

Durante años se entendió que tener presencia online era simplemente "tener una web".

Linda, prolija, con las secciones típicas y un formulario de contacto.

Pero eso ya no alcanza.

Somos Wep, especialista en diseño y desarrollo web con foco en conversión.

Y si estás leyendo esto, probablemente sentís que **tu sitio podría estar generando más resultados.**

Y sí: **tenés razón.**

Una web no está para decorar tu marca.

Tampoco para informar por informar.

Y mucho menos para ser un simple portfolio de servicios colgado en el extenso mundo de internet.

Tu web tiene que ser una máquina de convertir visitas en oportunidades reales de venta.



El problema es que todos los días nos cruzamos con lo mismo (y seguro vos también lo viste):

páginas con mucho potencial, con buen contenido, con buenas intenciones... pero sin una estrategia definida.

Llenas de errores que se repiten una y otra vez.

Errores que, aunque no lo sepas, **están drenando tu tiempo, plata y oportunidades.**

Por eso creamos esta guía.

Una herramienta concreta, clara y sin vueltas:

Los **15 errores más comunes** que vemos en webs de emprendedores y marcas personales, explicados con un lenguaje simple y una checklist para que los detectes (y soluciones) rápido en la tuya.

No necesitás saber diseño.

Ni programación.

Solo necesitas saber dónde mirar.

Esta guía es eso:

Una brújula para que tu web empiece a hacer lo que tiene que hacer.

Convertir.

Comencemos 📌

#1 – Pensar en “lo lindo” antes que en “lo que convierte”

Muchas negocios esperan que su página web sea una obra de arte, sin tener en cuenta su función principal: **convertir visitas en acciones concretas**.

Esto pasa cuando priorizás la estética o lo que te gusta a vos, en lugar de lo que necesita tu cliente ideal para confiar, entender tu propuesta y tomar una decisión.

Ejemplo: una página web con tipografías elegantes pero ilegibles, o imágenes con filtros “bonitos” pero que no representan bien a tu servicio.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque tu visitante se pierde.

Le cuesta leer, no entiende a dónde mirar, o no comprende qué ofreces.

Una web puede ser visualmente atractiva, pero si no guía al usuario, no vende. Y el visitante, a los pocos segundos, se va.

¿Cómo evitarlo?

Preguntate:

- ☞ ¿Qué acción quiero que haga la persona que llega a mi página?
- ☞ ¿Está claro quién soy, qué ofrezco y por qué me debería elegir?
- ☞ ¿El diseño acompaña y resalta el contenido?

#2 – No tener una propuesta de valor clara y visible

La propuesta de valor es el corazón de tu página web. Si no está clara, perdés al visitante en los primeros segundos. Esto lo primero que debería ver y entender:

- ▶ Qué hacés
- ▶ Para quién
- ▶ Por qué sos la mejor opción

Ejemplo: un encabezado con frases despersonalizadas (o chatgpteadas, si, acabo de inventar ese término) "Impulsamos tu crecimiento" o "Conectamos marcas con personas".

Suena bonito, pero no comunica nada concreto.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque el usuario no tiene tiempo para interpretar metáforas o frases vacías. Si no entiende rápido qué le estás ofreciendo, se va. Punto.

¿Cómo evitarlo?

Mostrá tu propuesta de valor en los primeros 5 segundos de la visita. Respondé:

- ☞ ¿Qué hacés?
- ☞ ¿Para quién?
- ☞ ¿Qué problema resolvés o qué beneficio das?

#3 – No usar llamadas a la acción claras (o no usarlas en absoluto)

El “Call to Action” (CTA) es el botón o frase que le dice a tu visitante qué hacer. Si no está, o no está claro, estás perdiendo oportunidades.

Ejemplo: botones que dicen “Más info” o “Saber más”.

¿Más info de qué?

¿Qué va a pasar si hago clic?

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque el usuario necesita que le digas qué hacer, y debe sentir que la acción que lo invitas a realizar va a representar un valor.

Un buen CTA genera:

- Confianza
- Elimina fricciones
- Invita al usuario a actuar

¿Cómo evitarlo?

- ☞ Usá CTAs que sean específicos y orientados a beneficios.
- ☞ Colocalos estratégicamente en el recorrido de la página.
- ☞ No pongas solo uno: distribuilos a lo largo del contenido.

#4 – Hablar demasiado de tu negocio y poco de tu cliente

Es tentador escribir sobre tu historia, tu proceso, tu visión... pero **si no lo conectás con lo que tu cliente quiere o necesita, no sirve para nada.**

Ejemplo: "Soy diseñador desde hace 10 años y me apasiona ayudar a marcas a tener una web bonita."

Está bien, pero... ¿qué gana el cliente con eso?

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque la persona que visita tu página web se está preguntando:

- "¿Esto es para mí?"
- "¿Me va a resolver lo que necesito?"

Y si no se siente identificada con lo que le ofreces, se va.

¿Cómo evitarlo?

- ☞ Hablá de vos en función del valor que das.
- ☞ Mostrá cómo tu experiencia ayuda a lograr resultados concretos.
- ☞ Usá lenguaje centrado en el cliente: más "tu", menos "yo".

#5 – No tener jerarquía visual (todo compite con todo)

Cuando todo llama la atención, nada llama la atención.

Si tu página no tiene jerarquía, es como un grito constante: títulos del mismo tamaño que los textos, botones escondidos, imágenes sin orden, colores que compiten por atención.

Ejemplo: usás negritas, mayúsculas, subrayados y colores fuertes en todo... y el lector no sabe por dónde empezar.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque genera ruido visual. Y cuando hay ruido, el cerebro se cansa.

Si el usuario no puede escanear fácilmente tu contenido, no lo va a leer.

¿Cómo evitarlo?

- ✎ Usá distintos tamaños de tipografía según la importancia: títulos grandes, textos claros, subtítulos que guíen.
- ✎ Dejá espacio en blanco. El aire también comunica.
- ✎ Hacé que el ojo se deslice por la página como un camino claro.

#6 – Querer contar todo en una sola pantalla

Muchas veces, por miedo a que el visitante no baje o no siga scrolleando, **se cae en la trampa de sobrecargar la primera sección con todo el contenido posible.**

Ejemplo: encabezado largo, íconos con beneficios, tu foto, botón de contacto, logos de clientes...

¡todo antes de hacer el primer scroll!

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque sobrecarga.

El visitante se abruma.

En lugar de sentirse guiado, siente que le estás gritando todo al mismo tiempo.

¿Cómo evitarlo?

- ☞ Dosificá la información por secciones.
- ☞ Dejá espacio para respirar.
- ☞ Pensá tu página web como una historia: apertura, desarrollo, nudo y resolución.

#7 – Usar testimonios que no generan confianza

Los testimonios pueden ser tu mejor vendedor... o simplemente ocupar espacio si no están bien trabajados.

Un testimonio vago o demasiado genérico no ayuda a convencer, porque no genera empatía ni transmite resultados concretos.

Ejemplo: “Me encantó trabajar con vos, sos una genia.” – María

- ¿Quién es María?
- ¿Qué problema tenía?
- ¿Qué servicio contrató?
- ¿Qué logró?

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque no genera confianza. Hoy más que nunca, las personas investigan antes de comprar. Necesitan ver pruebas sociales reales de que tu servicio funciona. Un testimonio poco claro parece inventado o irrelevante, y eso puede sembrar dudas justo cuando el usuario está por tomar acción.

¿Cómo evitarlo?

Convertí cada testimonio en una mini historia que responda, al menos, una de estas preguntas clave:

- ☞ ¿Qué problema tenía esta persona antes de trabajar con vos?
- ☞ ¿Cómo fue el proceso de trabajo?
- ☞ ¿Qué resultados obtuvo?
- ☞ ¿Por qué volvería a elegirte?

#8 – No hablarle a un nicho (querer llegarle a todos)

Cuando querés atraer a “todo el mundo”, terminás no resonando con nadie.

Y esto es muy común en las primeras etapas de un negocio, cuando todavía no definiste a quién querés atraer exactamente.

Ejemplo: “Acompaño a emprendedores y empresas a desarrollar su presencia digital.”

- ¿Qué tipo de emprendedores?
- ¿Qué significa “presencia digital”?
- ¿Qué tipo de ayuda ofrecés?

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque no genera conexión emocional. El usuario lee y no se siente interpelado. Si no siente que le hablás directamente a su situación o problema, no confía en que tu solución sea para él.

¿Cómo evitarlo?

- ☞ Elegí un nicho claro, y no tengas miedo de “cerrar puertas”.
Enfocar tu mensaje no te limita, te posiciona.
- ☞ Comunica que entendés a fondo los problemas de ese nicho. Usá su lenguaje, sus referencias, sus ejemplos cotidianos.
- ☞ Hablá desde la empatía: “Sé que estás en esta situación...”, “Te pasa esto...”, “Esto es lo que necesitás para...”

#9 – Tener un menú que distrae más de lo que guía

En un sitio web, el menú es una de las herramientas más importantes para guiar al usuario... pero en el 80% de los casos se implementa mal.

Cuando el menú está mal diseñado, puede generar el efecto contrario: **confundir en lugar de guiar**.

Ejemplo: Un menú con 8, 10 o más ítems: Inicio, Sobre mí, Servicios, Blog, Recursos, Tienda, Podcast, Testimonios, Contacto, Instagram...

Todo al mismo nivel, sin jerarquía, sin orden lógico.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque satura y dispersa. En vez de guiar al visitante hacia una acción concreta (contactarte, agendar, comprar), lo llenás de caminos posibles que no llevan a ningún lugar.

Además, un menú sobrecargado da la sensación de que tu marca no tiene foco.

¿Cómo evitarlo?

- ➡ Pensá el menú como un mapa, no como un depósito de links.
- ➡ Priorizá lo esencial: de 4 a 6 links como máximo.
- ➡ Acomodalos según el recorrido lógico que querés que haga tu cliente.
- ➡ Si querés sumar más páginas, podés agruparlas en submenús.

#10 – Carga lenta (y matar la paciencia del usuario)

Una página web que tarda más de 4 segundos en cargar ya empieza a perder visitantes. No es solo un tema técnico: es un tema de experiencia de usuario, percepción de profesionalismo y confianza.

Ejemplo: Páginas llenas de efectos que no suman, imágenes pesadas y sin optimizar, fondos en video, plugins mal optimizados.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque nadie quiere esperar. La ansiedad es real: si tarda, la gente se va.

Además, una web lenta transmite poca confianza, como si estuviera “hecha a medias” o fuera poco profesional. Y también te penaliza Google (peor posicionamiento SEO).

¿Cómo evitarlo?

- ➡ Reducí el peso de las imágenes antes de subirlas.
- ➡ Evitá fondos en video o animaciones innecesarias si no están bien optimizadas.
- ➡ Usá formatos como WebP, que pesan menos sin perder calidad.
- ➡ Usá un buen servicio de hosting.

#11 – Esconder el formulario (o pedir demasiadas cosas)

El formulario es el puente entre el visitante y la acción. Pero si lo escondés o lo hacés largo y pesado, ese puente se rompe antes de cruzarlo.

Ejemplo: Formulario solo al final de la página, con campos como: teléfono, empresa, objetivo, cómo nos conociste...

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque genera fricción innecesaria. Cada campo extra es una barrera. Cuanto más esfuerzo requiere completarlo, menos probabilidades hay de que el usuario lo termine.

Además, si está muy escondido, es como si no existiera.

¿Cómo evitarlo?

- ✎ Ubicá el formulario en un lugar visible y accesible desde el primer scroll.
- ✎ Pedí solo lo necesario: nombre, email y la información que sea estrictamente necesaria. El resto lo podés recopilar después.
- ✎ Explicá qué va a pasar después de completarlo, para que el usuario se sienta en control.

#12 – No mostrar qué pasa después de la conversión

Una persona hace clic en tu CTA o completa tu formulario...
¿y después?

Si no le contás qué sigue, puede sentirse perdida o desconfiada.

Ejemplo: “Agendá tu llamada” → formulario → clic... y nada.

Ni un mensaje, ni un email, ni una idea de qué esperar.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque la incertidumbre genera duda. Si el usuario no sabe qué va a pasar, puede arrepentirse o no completar el proceso.

¿Cómo evitarlo?

Anticipate a la experiencia del usuario:

☞ Mostrá desde el principio qué pasa después de cada acción.

☞ Incluí una línea de tiempo clara y concreta.

Por ejemplo:

1 – Completás el formulario

2 – Te llega un mail con el enlace para agendar

3 – Tenemos una videollamada de 30 minutos

4 – Te presento una propuesta

#13 – No repetir el llamado a la acción (CTA)

Uno de los errores más comunes: **poner el botón de acción solo una vez y esperar que el visitante lo vea, lo recuerde y actúe... justo cuando vos querés.**

Ejemplo: Página web con mucho contenido y solo un botón final: "Agendá tu llamada".

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque estás perdiendo oportunidades. El usuario puede entusiasmarse mucho antes... pero si no tiene un botón a mano, se distrae, se va, o simplemente lo olvida.

Cada sección sin CTA es una oportunidad perdida.

¿Cómo evitarlo?

- 👉 Repetí tu CTA a lo largo de la página.
- 👉 No tiene que ser igual siempre. Podés variar el texto, adaptarlo al contenido de cada sección.
- 👉 Mantené el objetivo claro, pero usá diferentes enfoques.

#14 – Usar imágenes que no suman (o que restan)

Una buena imagen potencia tu mensaje. Una mala imagen... puede arruinarlo.

Ejemplo: Fotos de stock genéricas, imágenes forzadas que no representan tu marca, o peor: fotos propias pixeladas o mal iluminadas.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque rompe la conexión emocional. Una imagen poco creíble o que no dice nada puede sembrar dudas. Y lo visual influye muchísimo en la percepción de profesionalismo, autenticidad y confianza.

¿Cómo evitarlo?

- ☞ Elegí imágenes que reflejen tu propuesta y estilo real.
- ☞ Si usás fotos tuyas, cuidá el encuadre, iluminación y vestuario. No necesitás un estudio, pero sí demostrar profesionalidad.
- ☞ Si no tenés fotos propias buenas, mejor usar ilustraciones o íconos bien diseñados antes que una foto genérica.

#15 – No mostrar autoridad ni diferenciarte de la competencia

Podés tener una página bien escrita, con lindo diseño y testimonios... pero **si no mostrás por qué deberían elegirte a vos y no a otro, la conversión se estanca.**

Ejemplo: Página web que dicen cosas como “Aprendé inglés hoy en nuestra academia”, sin mostrar resultados, experiencia, especialización o enfoque propio.

¿Por qué esto mata tus conversiones?

Porque tu visitante no tiene contexto. No sabe si sos nuevo o experto, si hiciste trabajos reales o solo estás “probando”. Y en un mercado competitivo, donde muchos ofrecen lo mismo, la confianza se construye mostrando pruebas y diferenciación.

Además, si tu mensaje es genérico, tu negocio pasa desapercibido.

Y cuando nadie te recuerda, nadie te elige.

¿Cómo evitarlo?

- ➡ Mostrá tu autoridad con datos concretos.
- ➡ Contá tu diferencial. ¿Qué hacés distinto? ¿Tenés una metodología propia? ¿Te especializás en un tipo de cliente o rubro?
- ➡ Sumá logos de marcas con las que trabajaste, premios, publicaciones o cualquier señal de confianza social.



Ya viste 15 de los errores más comunes que pueden estar saboteando los resultados de tu web.

Y aunque corregirlos es un gran paso... no son los únicos.

Diseñar una web que realmente convierta no es cuestión de suerte.

Requiere estrategia, conocimiento, y sobre todo:

una visión clara de negocio.

Y lo más difícil, muchas veces, no es detectar los errores, sino saber por dónde empezar.

Porque cuando no sos experto, o simplemente no tenés el tiempo para dedicarle a cada detalle, **mejorar tu web puede sentirse como un laberinto.**

Ahí es donde entramos nosotros.

Somos Wep y ayudamos a emprendedores, marcas personales y negocios como el tuyo a transformar su sitio web en un activo real de ventas.

Diseñamos webs estratégicas, con foco 100% en conversión, y acompañamos a cada cliente con una mirada profunda sobre su negocio, su público y sus objetivos.

No hacemos "webs lindas".

Hacemos webs que funcionan.

Porque entendemos lo que implica hacer crecer un negocio desde cero.



Y sabemos cómo construir el tipo de presencia digital que marca la diferencia.

¿Querés que tu web empiece a trabajar para vos?

Agendá una llamada con nosotros:



www.somoswep.com/formulario/

