Sitio web que convierte: velocidad, claridad y confianza en una sola auditoría

Cómo evaluar una página que recibe tráfico pero genera pocos contactos, con métricas y una prueba de cinco minutos.

Responsable editorial: Agencia NARA · Revisado el 7 de noviembre de 2026

Respuesta breve. Una página eficaz responde rápido qué ofrece, para quién sirve y cuál es el siguiente paso. La velocidad ayuda a la experiencia, pero se debe analizar junto con claridad, confianza y calidad de los contactos.

La prueba de cinco minutos

Abra el sitio en un teléfono como si fuera un cliente nuevo. En los primeros segundos identifique la oferta, la ubicación o cobertura, la prueba de confianza y un camino claro para contactar. Complete el formulario usted mismo. Si no llega confirmación, si el botón falla o si la respuesta tarda demasiado, la inversión en tráfico está alimentando una fuga.

Tres métricas técnicas con umbrales públicos

Core Web Vitals mide carga visual con LCP, respuesta a interacciones con INP y estabilidad visual con CLS. Los valores considerados buenos son LCP de hasta 2.5 segundos, INP de hasta 200 ms y CLS de hasta 0.1, medidos en el percentil 75 de visitas reales. Use Search Console o PageSpeed Insights para identificar páginas concretas; un puntaje de laboratorio aislado no describe toda la experiencia.

Priorice por impacto comercial

Si una página de servicio tiene impresiones y clics pero pocos contactos, revise el mensaje y el formulario antes de rehacer el sitio completo. Si las personas abandonan durante la carga, optimice imágenes, fuentes y scripts. Si llegan contactos que no encajan, aclare requisitos, rango de inversión o alcance del servicio. Un cambio por vez facilita atribuir resultados.

Experimento sencillo

Defina una métrica principal: solicitudes calificadas por cada 100 visitas a la página de servicio. Registre el valor inicial, formule una hipótesis específica y cambie un elemento, por ejemplo el texto del botón o la explicación de entregables. Mantenga igual la fuente de tráfico durante la prueba cuando sea posible. Mire también la calidad de las solicitudes; un formulario más corto puede aumentar volumen y reducir pertinencia.

Lista de verificación

- La propuesta se entiende desde un teléfono sin desplazarse demasiado.
- El contacto funciona y llega al responsable correcto.
- LCP, INP y CLS se revisan con datos de usuarios reales.
- Se miden solicitudes calificadas, no solo visitas.

Fuentes consultadas

web.dev: umbrales de Core Web Vitals
https://web.dev/articles/defining-core-web-vitals-thresholds

Google: experiencia de página en resultados de búsqueda
https://developers.google.com/search/docs/appearance/page-experience

Google: guía básica de SEO
https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide