
Checklist de tu web

MENTEMPREDEDORA.COM

CRISTINA LÓPEZ



Checklist web

Estrategia

- ☐ La web tiene un aspecto profesional.
- ☐ Utilizo una plantilla que me permite todas las funcionalidades que necesito.
- ☐ Cada página tiene su función muy bien definida.
- ☐ Tengo el dominio comprado.
- ☐ Tengo el hosting alojado en un sitio de confianza.
- ☐ La web transmite los valores de mi marca.
- ☐ La web está preparada para captar suscriptores, en cualquier página donde aterricen.
- ☐ Tengo las pestañas básicas.
- ☐ Tengo una squeeze page solo para captar suscriptores.
- ☐ Tengo clara la oferta de algún producto o servicio que ofrezco.
- ☐ Los interesados en mi pueden contactarme.
- ☐ Tengo integrado un blog para crear contenido relevante para mi audiencia.

Checklist web

- ☐ Tengo activadas las RRSS en los post de mi blog para que sea fácil compartirlos.
- ☐ Al final de cada post tengo habilitada la opción de comentarios.
- ☐ Mi contenido está orientado a solucionar problemas de mis potenciales clientes.
- ☐ Todas mis páginas están orientadas a filtrar a las visitas para que se suscriban solo mis clientes ideales.
- ☐ Tengo claro el mensaje que me diferencia de mi competencia.
- ☐ Queda muy claro el mensaje de marca que quiero transmitir.
- ☐ Las imágenes de mis RRSS están alineadas con mi imagen de marca.
- ☐ No tengo nada irrelevante o que pueda prescindir en mi web
- ☐ Tengo las políticas legales adaptadas a la nueva ley RGPD.
- ☐ Tengo instalado el plugin SEO by Yoast para que me ayude con el SEO.
- ☐ Tengo la web adaptada a diferentes dispositivos.
- ☐ He comprobado que todo funciona correctamente.
- ☐ La web carga rápido.

Checklist web

Estructura

- ☐ Mis páginas están diferenciadas por bloques de contenido con un claro objetivo
- ☐ El logotipo es fácil de recordar y tiene como máximo 2 o 3 colores
- ☐ Tengo el logotipo en negativo y positivo
- ☐ Tengo máximo 3 colores que representan mi imagen de marca .
- ☐ Tengo 2 tipografías de letra para combinarlas como me interese.
- ☐ Las imágenes son coherentes con mi imagen de marca.
- ☐ Las imágenes activan las emociones que me interesa recalcar.
- ☐ Mis fotos son profesionales.
- ☐ Las imágenes constan con el nombre de SEO correspondiente.
- ☐ Tengo localizadas las webs donde he encontrado elementos que me gustan y encuentro interesantes.
- ☐ Las tipografías son fáciles de leer y hay diferentes medidas de letra.
- ☐ No tengo una pestaña específica para la página de la home.

Checklist web

Formularios

- ☐ Tengo diferentes tipos de formularios ubicados por la web.
- ☐ Cada formulario está enlazado a la página de gracias correspondiente.
- ☐ Cada formulario está linkado a la lista de la plataforma de EM correspondiente.
- ☐ Tengo autorresponders de descarga del recurso en cada caso.
- ☐ Hay diferentes imágenes en los diferentes formularios.
- ☐ Tengo diferentes copys para los diferentes formularios de la web y diferentes diseños.

Checklist web

Home o página de Inicio

- ☐ Con solo un vistazo pueden saber con quién trabajo y a qué me dedico.
- ☐ Transmite mi tono y la personalidad de mi marca.
- ☐ Respondo a: ¿qué hay aquí para mí?
- ☐ Queda claro el problema que soluciono.
- ☐ Quedan claros los beneficios que apporto.
- ☐ Está detallado mi mensaje de marketing o PUV
- ☐ Hay diferentes llamadas a la acción claras en función de lo que quieran.
- ☐ Hay una cabecera donde recoge toda la información sin que tengan que hacer scroll.
- ☐ En la cabecera sale mi imagen.
- ☐ En la cabecera queda claro en el tagline mi mensaje y qué hago.
- ☐ En la cabecera está incluido un formulario de suscripción.
- ☐ Tengo un LM tentador a cambio de la suscripción.
- ☐ Queda claro donde se encuentra ahora mi potencial cliente.



Checklist web

- ☐ Le ofrezco diferentes opciones para que decida qué hacer en ese momento con llamadas a la acción específicas.
- ☐ Hay una breve presentación para que puedan conocerme.
- ☐ He incluido testimonios.
- ☐ He incluido entidades o blogs con los que he colaborado.
- ☐ Tengo un footer con toda la información legal correspondiente.
- ☐ El footer incluye un formulario de suscripción.



Checklist web

Sobre mí

- ☐ Explico de forma concreta que puedo hacer por el lector.
- ☐ Utilizo imágenes propias para generar conexión.
- ☐ Hay una llamada a la acción clara de qué es lo que deben hacer al leer ésta página.
- ☐ Queda claro quién es mi cliente ideal.
- ☐ Está claro qué me hace diferente de mi competencia.
- ☐ Soy concisa en mi bio y cuento solo lo que les interesa.
- ☐ Comparto mi propósito, mi visión y mi porqué.
- ☐ Mi historia está orientada a lo que hago ahora.
- ☐ Comparto algún detalle más personal que me acerque más a mis lectores.
- ☐ Incluyo testimonios de personas que han trabajado conmigo.

Checklist web

Página de ventas o Servicio

- ☐ Mi mensaje es conciso y específico orientado a mi cliente ideal.
- ☐ Quedan explícitos los puntos de dolor de mi potencial cliente para empatizar con lo que le ocurre.
- ☐ He redactado la situación exacta que quiere conseguir en diferentes aspectos.
- ☐ Quedan claros los beneficios que va a conseguir cuando trabaje conmigo o adquiero mi producto.
- ☐ He adaptado la longitud de la página al precio del producto o servicio.
- ☐ Los botones de llamada a la acción están enlazados con mi pasarela de pago.
- ☐ Está linkada a la página de gracias correspondiente.
- ☐ Tengo una lista en mi proveedor de Email Marketing enlazada con esa acción.
- ☐ He programado un autorresponder para darle las gracias cuando compren con los pasos a seguir o con el enlace del calendario en caso del servicio.

Checklist web

- ☐ Estoy midiendo qué conversión tengo de cuánta gente responde en relación a los mails que mando.
- ☐ La landing no es navegable y no tiene distracciones.
- ☐ Se abre en otra ventana si hacen click desde la web.
- ☐ Tiene un diseño claro y atractivo.
- ☐ Tiene máximo 2 o 3 colores además del blanco.
- ☐ Respeto el orden establecido: situación A, beneficios, transformación, porque le comprendo, quién soy, testimonios, precio, garantía, FAQs y llamada a la acción.
- ☐ Queda clara la transición de la situación A a la situación B.
- ☐ El beneficio principal está en el título.
- ☐ Hay una explicación secundaria.
- ☐ Aplico la formula PAS.
- ☐ Quedan claros los beneficios a corto plazo.
- ☐ Queda claro quién soy yo para que confíen en mí.
- ☐ Queda claro porque deben confiar en mí.
- ☐ Explico en mi historia porque hago lo que hago y lo que me ha

Checklist web

llevado donde estoy ahora.

☐ Tengo testimonios que han trabajado conmigo y que corroboran lo que cuento.

☐ El precio está proporcionado al valor que ofrezco.

☐ Hay un elemento de escasez explícito.

☐ La llamada a la acción genera curiosidad e induce al comprador a actuar.

☐ He especificado garantía en caso de que sea necesario.

☐ Respondo a las posibles dudas y objeciones de mis potenciales clientes.

¿Has enseñado tu página web a alguien que te pueda facilitar feedback?