

GUÍA PRÁCTICA GRATUITA

Cómo crear un sitio web de **alta conversión** con Claude

El método de 5 pilares que usamos en Gab Global para que
un sitio no solo exista, sino que consiga leads y ventas reales
— sin depender de un programador.



Gab Global Academy

INTRODUCCIÓN

La mayoría de los sitios web no convierten — y no es por falta de diseño

Si ya tienes un sitio y no te está trayendo clientes, lo más probable es que el problema no sea "verse bonito". Es que nadie definió qué tiene que pasar cuando alguien entra.

Un sitio bonito sin un objetivo claro es una tarjeta de presentación cara. Un sitio de alta conversión, en cambio, está diseñado alrededor de una sola pregunta: **¿qué acción concreta quiero que tome la persona que entra acá?**

Escribir/registrarse, pedir un presupuesto por WhatsApp, agendar una llamada, comprar directo. Da igual cuál — lo que importa es que sea una sola, y que todo el sitio empuje hacia ella.

Lo bueno: hoy no necesitas un equipo de desarrollo ni meses de trabajo para construir esto. Con Claude puedes ir de la idea a un sitio publicado en horas, no semanas — si sabes qué pedirle y en qué orden. Esta guía te muestra exactamente eso.

Vamos a cubrir los 5 pilares que hacen que un sitio convierta, cómo aplicarlos usando Claude paso a paso (con prompts reales que puedes copiar), los errores más comunes que hacen que un sitio bonito no venda, y un checklist de 10 puntos para auditar el tuyo hoy mismo.

LOS 5 PILARES

Lo que tiene en común todo sitio que sí vende

No importa el rubro — restaurante, consultorio, agencia, tienda. Estos 5 elementos se repiten en cada sitio que realmente convierte visitas en clientes.

1 Un solo objetivo por página

Si tu home intenta vender, educar, mostrar el equipo, listar todos tus servicios y captar un email al mismo tiempo, no logra ninguna de las cinco cosas bien. Elige una acción principal por página y quita todo lo que compita con ella.

2 La promesa en los primeros 5 segundos

La persona que entra a tu sitio decide en segundos si se queda o se va. El primer bloque (el "hero") tiene que responder de inmediato: ¿qué es esto, para quién es, y qué gano yo? Sin genéricos ("Bienvenido a nuestra empresa") — con el resultado concreto que ofreces.

3 Prueba real, no genérica

"Somos los mejores" no convence a nadie. Un número real ("25 clientes en 30 días con R\$260 de inversión"), una captura de pantalla, un testimonio con nombre y negocio — eso sí. Si todavía no tienes casos propios, usa el resultado más concreto que puedas mostrar hoy, aunque sea pequeño.

4 Un solo camino de acción

Un botón de WhatsApp, uno de "agendar", uno de "comprar", uno de "seguinos en Instagram" — todos compitiendo por el mismo clic. Elige el CTA (call to action) principal y repítelo de forma consistente en todo el sitio. Los demás links, si existen, van en un segundo plano visual.

5 Fricción técnica cero

Carga rápida, se ve bien en el celular (la mayoría de tu tráfico va a venir de ahí), y el canal de contacto principal está a un clic — no escondido en un formulario de 8 campos. Cada segundo de espera o cada paso de más es una persona que se va sin comprar.

CÓMO CONSTRUIRLO

El flujo real para construir esto con Claude

No hace falta saber programar. El flujo que usamos es siempre el mismo ciclo de tres pasos: pedir → revisar → ajustar.

1. Pedir con contexto real. Cuanto más específico seas sobre tu negocio real (a quién le vendes, qué problema resuelves, qué prueba tienes), mejor sale el resultado. Evita pedir "hazme un sitio para mi negocio" — dale el contexto de una vez.

PROMPT PARA ARRANCAR

Quiero un sitio de una sola página para [tu negocio]. Le vendo a [tu cliente ideal, en una frase]. El problema que resuelvo es [problema concreto]. Quiero que la persona que entra haga esta acción: [WhatsApp / agendar / comprar]. Tengo esta prueba real para mostrar: [dato, caso, testimonio]. Usa una estructura de hero con la promesa clara, 3 beneficios, la prueba, y un CTA que se repita.

2. Revisar con los 5 pilares en la mano. Cuando Claude te entregue el primer borrador, no evalúes solo si "se ve lindo" — revisa cada pilar de la sección anterior uno por uno. ¿Hay un solo objetivo? ¿La promesa está clara en 5 segundos? ¿Hay prueba real, no genérica?

3. Ajustar de forma puntual. No vuelvas a pedir "todo el sitio de nuevo" — señala exactamente qué falla.

PROMPT PARA AJUSTAR

El hero todavía no dice qué gano yo como cliente en la primera frase – hazla más concreta con el resultado real, no una descripción de la empresa. Además, hay 3 botones distintos compitiendo (WhatsApp, Instagram, email) – deja solo el de WhatsApp como acción principal y los otros dos más chicos en el footer.

Este ciclo se repite 3 o 4 veces hasta que el sitio cumple los 5 pilares. Es más rápido de lo que parece — la mayoría de los sitios que construimos así quedan listos para publicar en una sola sesión de trabajo.

ERRORES COMUNES

Lo que hace que un sitio bonito no convierta

Estos son los errores que más vemos al revisar sitios de negocios reales — todos evitables.

✗ **Menú con 8 opciones y ningún CTA claro**

Si el visitante tiene que decidir entre "Nosotros", "Servicios", "Blog", "Contacto" y "Nosotros de nuevo", ya perdiste la mitad del tráfico antes de que lea una palabra.

✗ **Hablar de la empresa antes que del problema del cliente**

"Somos una empresa con 10 años de experiencia..." no responde nada que le importe a quien recién llegó buscando una solución a su propio problema.

✗ **Formularios largos como única forma de contacto**

Nombre, email, teléfono, empresa, mensaje, cómo nos conociste... cada campo de más es una razón para abandonar. Un botón de WhatsApp directo convierte más que cualquier formulario de 8 campos.

✗ **Imágenes de banco genéricas**

Fotos de gente sonriendo en una oficina que no es la tuya restan credibilidad, no la suman. Una foto real de tu negocio, tu producto o tu equipo — aunque no sea profesional — genera más confianza.

✗ **No pensar el sitio para el celular primero**

Diseñar para escritorio y "esperar que también funcione en el celular" casi siempre sale mal — y la mayoría de tus visitas van a llegar desde ahí.

CHECKLIST

10 puntos para auditar tu sitio hoy mismo

Abre tu sitio actual (o el borrador que estás construyendo) y revisa esta lista, uno por uno.

- ☐ En los primeros 5 segundos queda claro qué es, para quién es, y qué gano yo.
- ☐ Hay una sola acción principal, repetida de forma consistente en todo el sitio.
- ☐ Muestro al menos una prueba real (número, caso, testimonio con nombre) — no una frase genérica.
- ☐ El canal de contacto principal está a un clic, no escondido en un formulario largo.
- ☐ El sitio se ve y funciona bien en un celular real, no solo en la pantalla de la compu.
- ☐ Carga rápido — no hace esperar más de 2-3 segundos a que aparezca algo.
- ☐ El menú no tiene más de 4-5 opciones y ninguna compite con el CTA principal.
- ☐ Las imágenes son reales de mi negocio, no banco de imágenes genérico.
- ☐ El texto habla del problema del cliente antes que de mi empresa.
- ☐ Si alguien lo ve por primera vez, entiende en segundos qué hacer a continuación.

Regla simple: si marcaste menos de 7 de 10, ese es tu próximo proyecto — no uno nuevo desde cero, sino ajustar lo que ya tienes con estos mismos 5 pilares.

SIGUIENTE PASO

Esto fue solo el punto de partida

Esta guía cubre los fundamentos. En Gab Global Academy vas más a fondo: cómo posicionar tu negocio para que te encuentren en Google, cómo usar la IA en marketing y contenido todos los días, y cómo construir con Claude no solo tu sitio, sino las herramientas internas que tu negocio necesita.

PLAN GRATIS — EXPLORA

Regístrate sin costo en Gab Global Academy

Accede a contenido introductorio real, a tu propio ritmo, sin tarjeta ni compromiso.

[Empezar gratis →](#)

¿PREFIERES HABLAR DIRECTO?

Escríbenos por WhatsApp

Cuéntanos en qué está tu negocio hoy y te decimos por dónde empezar.

[Escribir por WhatsApp →](#)