

---

# LA WEB QUE VENDE:

## **Cómo dejar de espantar clientes y empezar a llenar la agenda (sin rehacer toda la web)**

---

En este ebook vas a descubrir los errores invisibles que hacen que muchos proveedores de servicios espanten clientes sin saberlo, y qué ajustes simples pueden convertir tu web en una máquina de atraer personas listas para pagar.

Un enfoque directo, sin humo, basado en experiencia real, que te muestra cómo dejar de recibir mensajes curiosos...

y empezar a generar citas, consultas y ventas.

Heber Cotiz

## **Obrero de construcción que gana 300 USD al mes logra cuadruplicar sus ingresos con internet (en menos de un año) al entender la regla más básica de los negocios online**

Si estás ofreciendo servicios y sentís que no tienes ingresos estables, que todo depende del boca a boca o que tu web está más decorativa que funcional... esta historia te va a interesar:

De 2017 a 2019 no era más que otro extranjero que empezaba de cero movido por la crisis más extrema de la región de las últimas décadas.

Para mantener a mi esposa e hijo daba mi fuerza, mi sudor y mi tiempo en la obra de construcción.

Los 300 USD que más me costaron ganarme en toda mi vida y fue así cada mes ¡por 2 añoosss!

En mis días libres y en muchas madrugadas...

Seguía tratando de hacer *internet money*.

Era eso o seguirme perdiendo de...

- Una charla con mi hijo camino a la escuela
- Consolarlo y darle fuerza cuando recibe una inyección en el doctor
- Dejar que el sol nos acaricie la cara y nos dé calidez en un día de paseo.

Lo único que me devolvería esa libertad era lograr que **internet me pague...**

Por lo que me puse manos a la obra (digital, en este caso), y estuve probando varias cosas...

- Dropshipping
- Marketing de afiliados
- Print on demand
- Webs SEO de nicho

**Tú nombra cualquier moda de 2017 a 2019 para hacer dinero en internet, que seguro lo probé (En todas me di de cabeza contra una pared).**

No entendía en qué estaba fallando, pero eso no me detenía de seguir intentando.

Necesitaba plata/guita/pasta/lana/billetes (los verdes preferiblemente)

Cuando terminé la última obra en la que trabajé me di un ultimátum, decidí quemar mis barcos, no tenía planes de volver.

Iba a hacer funcionar esto como sea, nada *fancy*, nada glamuroso.

Nada de perseguir modas. Además, ya estos fracasos me habían servido para ponerle aceite a mis habilidades...

- Entendí principios de diseño
- Aprendí diseño web

- Me topé con el copywriting
- Y el contenido de marketing digital, me lo devoraba como unas papitas fritas (aunque ya te digo que luego tuve que desaprender algunas cosas)

Como ya dominaba algo de todo esto, le iba a sacar partido y empecé a buscar clientes...

Fue así que con el primer cliente que conseguí gané como 150 USD (Mucho menos que en la construcción, pero más de lo que había hecho en los últimos dos años en internet)

Validé que era posible, solo tenía que conseguir el siguiente cliente...

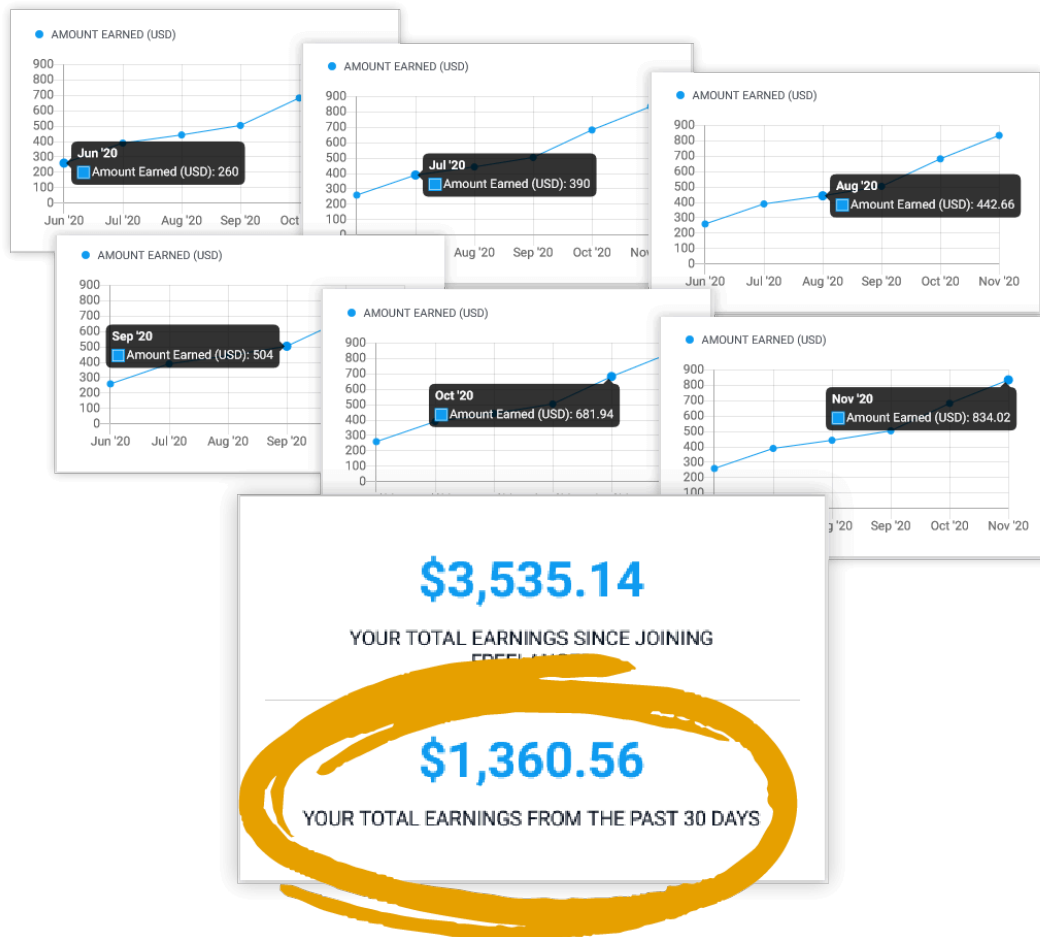
- Y luego otro.
- Y después de ese, otro más.
- Así, sin parar.

**Entré en esa mentalidad de solucionarle problemas a otros.**

Con este enfoque mi segundo mes fue de 250 USD, el tercero de más de 350 (Acá ya ganaba más del sueldo mínimo en Colombia en ese año)

y cada mes que pasaba era mejor que el anterior.

No había pasado un año desde que comencé a brindar esos servicios y ya había cuadruplicado mis ingresos mensuales.



*(Captura de ingresos mensuales de la plataforma donde conseguía proyectos)*

Para muchos será poco, pero **lo que significó para mi familia fue un mundo.**

¿Todo gracias a qué?

A una sola regla que nadie me enseñó cuando empecé:

**Enfócate en brindar una solución que ya tenga demanda.**

Y de eso va este ebook, de hablarle directo a esas personas que ya necesitan tus servicios para que al entrar a tu web empiecen a salivar por trabajar contigo...

Aunque desde aquí te digo que no te repetiré lo mismo de los gurús del marketing digital de atraer, nutrir, educar y tratar de convencer a la gente.

Tampoco te hablaré de modas pasajeras como IA, chatbots o embudos complejos.

**Aquí iremos a los que quieren comprar y les decimos que es a nosotros que nos tienen que dar el dinero.**

Pero, antes tenemos que exterminar al narcisista oculto en tu web, ese que aguarda escondido entre sus muros para matar las ventas.

(más de eso en la siguiente sección)

## 97% de las webs luchan contra un **narcisista oculto** que mata la venta de servicios.

(cifra obtenida de una servilleta que me encontré en un perrocalentero callejero)

Como viste antes, aprendí mucho de mis fracasos, pero desde que empecé a brindar ese servicio de diseño web a tiempo completo, **empecé también a aprender de los fracasos ajenos.**

Hice webs de proyectos donde sus dueños pensaban que la iban a partir.

1 año (o incluso meses) después me daba cuenta de que habían cambiado de estrategia o habían cambiado por completo su prestación de servicios.

Algunos otros pocos ni siquiera renovaban el dominio luego de ese primer año.

Yo, que venía observando por otra parte, empecé a notar patrones de los que “cerraban el kiosco” de alguna manera.



En mi cabeza era como que empecé a entender la pantalla de la matrix (veía mis fracasos del pasado en tiempo real)

Y uno de estos patrones que empecé a notar es al que llamo **el narcisista oculto**.

No está a simple vista, este tipo se oculta entre las sombras de una web y estrangula las ventas.

Pero, una vez lo ves, muy difícil que lo dejes volver entrar.

Aquí y ahora lo desenmascaro para que aprendas a identificarlo y pa' fuera.

Este narcisista...

- Ofrece lead magnets mediocres y sin valor solo pensando en ver que le rasca al cliente
- Trata de convencer de que está ayudando, pero solo piensa en lo que él gana (si es que gana algo)
- No escucha: solo espera su turno para hablar de nuevo
- No le interesa el dolor o deseo del cliente, solo su tarjeta de crédito
- Se viste de "profesional", pero su sudor en la frente grita su desesperación por validación

¿Lo ves ahora?

Cree que su web es una extensión de él, por eso busca acariciarse el ego con titulitis, premios y reconocimientos pensando que esto le dará autoridad.

Pero solo lo hace ver como un desesperado.

Ahora sabes por qué muchas veces has visitado alguna web y hay algo, un “no sé qué”, algo que no cuadra y cierras la pestaña sin saber por qué.



Lo cierto es que los humanos olemos la necesidad de validación a kilómetros, y eso repele como cola de zorrillo.

El narcisista aún no sabe que **la autoridad no se dice, se demuestra.**

(pero eso te lo explico mucho mejor, más abajo)

La manera en que se extermina al narcisista oculto es voltear la tortilla y darle protagonismo al visitante.

Que él se vea y se visualice en experiencias similares (porque empatizamos con ellos). **Eso sí que vende**, no un texto interminable donde solo hablo de mí.

Centrarnos en los dolores y deseos del cliente es la mejor manera de atrapar su atención y la atención es necesaria para atraer compradores. Aunque es posible que también atraiga polizontes.

¿Qué son los polizontes?

(Si llevas tiempo en internet, quizás ya tengas varios a bordo. Más abajo↓)

## **La estrategia más repetida por los gurús del marketing digital que termina dejando a muchos proveedores de servicios sin clientes y en la Friendzone del dinero**

La atención no lo es todo, hay mala atención y buena atención...

Tener atención porque se descubrió el amorío del CEO con la de recursos humanos a través de la *kiss-cam* del concierto de Coldplay, es mala atención (en ellos).



Atrapar la atención de la persona que puede ser tu próximo cliente porque le has hecho ver que entiendes los obstáculos que está pasando...

Y usar demostración para que pueda verse trabajando contigo ayudándole a llegar a donde quiere ir.

**Esa es atención de compradores, la mejor que puedes tener en tu web.**

Repítelo consistentemente y tienes un negocio rentable.

Pero como te decía arriba, con la atención también vienen los polizontes.

Lo de los polizontes es algo que primero viví en carne propia, pero después me di cuenta de que hasta mis referentes también tenían que lidiar con polizontes.

Creo que la mejor manera de explicártelo es diciéndote cómo se acaba en la **friendzone del dinero.**

Yo de chamo, (como cualquiera que no haya pateado calle) pensaba que sabía más que mis papás...

En ese entonces, no sabía por qué, pero me atraían las rebeldes sin remedio.

Pero había una que me encantaba y andaba detrás de ella. Yo le quitaba la camioneta a papá para llevarla al cine, comer helado y chacharear.

Así anduvimos unos meses, pero nah de nah (y no de lo que piensas, yo me veía casándonos y criando críos ¡full serio!)

Pero viene mi mamá y me suelta “dejá de gastar pólvora en zamuro” meh otra frase de viejo, pensé yo. (zamuro = buitre)

Mi mamá, que ya iba dos pasos adelante, había visto todo. Ella sabía que tenía la atención de la rebelde, pero no su corazón

No mucho tiempo después me sueltan el infame “te veo como mi hermano”, buah... extírpenme el corazón y mándenlo a disecar.

Doña Lila y su sabiduría, eh...

Me pasó por no hacerle caso, pero viéndolo con el paso del tiempo y perspectiva he podido sacar **3 principios de la psicología de ventas**, por esto que pasé yo.

Viéndolo bien, es fácil reconocer que logré atraer la atención, pero no suficiente para que hubiera un deseo/intención romántica.

Entonces lo que suele pasar es que una no quiere perder la atención que recibe del enamorado.

Y el enamorado cree que puede comprar su afecto con salidas, regalos y ser un buen consejero/escucha.

**Una se convierte en polizone del corazón del otro que trata de mantener viva la esperanza dando tiempo y recursos a cambio de nada.**



(psst! A muchos les pasa lo mismo en su negocio)

Ahora, si te cuento esta situación vergonzosa es porque quiero ilustrar de alguna forma (que creo que encaja bastante bien) **lo que pasa cuando no aplicas los principios que te daré a continuación...**

## **3 principios de psicología de ventas para evitar caer en la friendzone del dinero (y qué además sirven para sacar a los polizontes de tu web):**

### **1er Primer principio: Desequilibrio de expectativas**

Los gurús del marketing digital no paran de repetir que tienes que dar valor, dar todo gratis para despertar una supuesta reciprocidad.

Hacer esto lo que logra es llenar el negocio de polizontes que solo buscan información gratis.

Y a nosotros con una esperanza de una posible compra que nunca llega.

Los que saben le llaman **disonancia cognitiva** a este desequilibrio: tener unas expectativas que no cuadran con la realidad, pero seguir interpretando todo a favor.

Por eso es mejor dejar claro desde un inicio que venimos a vender.

Nada de venta disfrazada o de tratar de despertar una falsa reciprocidad. Es preferible dejar claras las intenciones desde el inicio.

### **2do Principio: Sesgo de confirmación**

Si me cuenta sus cosas, pasamos tiempo juntos, es porque tengo chance, ¿no?

¡No!, es como ver que alguien se suscribe, descarga el lead magnet y que mande un mensaje de “*Me ha encantado*” para luego pensar que será un cliente.

La verdad es que nadie es cliente hasta que paga.

### **3er Principio: Miedo al rechazo**

Muchas veces, quedarse en la friendzone es una decisión pasiva, inconsciente.

No vender, no hacer oferta, no poner condiciones...

Por miedo a que se vayan de la lista (o den *unfollow*).

Pero eso es como pagar arriendo en una casa donde no te dejan ni usar la cocina.

**Entonces no basta con atraer. Hay que filtrar para que queden los que no les importa que le vendan.**

Como puedes ver más que técnicas sacadas de libro son principios que funcionan tanto como barrera para los curiosos, como imán para compradores.

Aunque estos principios no te los dejen así sueltos y solos.

Abajo resumo de manera pragmática todo lo que he dicho para que apliques en tu web o sistema de ventas para que empieces a ver los resultados que estás buscando...

## **Entonces, aquí te resumo las 3 estrategias clave para que tu web deje de ser decorativa y empiece a traer clientes listos para pagar.**

### **1. Ofrecer una solución que ya tenga demanda**

No se trata de explicar todo lo que haces ni de tratar de educar al mundo.

Se trata de hablarle a quienes ya saben que tienen un problema y están buscando resolverlo.

Cuando entendí esto, dejé de perseguir la atención de cualquiera y empecé a buscar intención.

Esto ayuda a resolver:

- Los ingresos que suben y bajan sin aviso
- Los meses en los que apenas entra algo
- Las citas que no se repiten
- Esa sensación de que "la gente no tiene para pagar" (hay gente lista para pagar, pero hay que saberla atraer)

### **2. Sacar al narcisista oculto y poner al cliente en el centro del mensaje**

Yo también pensé que una buena presentación, un "sobre mí" bien escrito y un diseño *cool* era suficiente.

Pero aprendí que el visitante (que compra) no entra a conocerte, entra a ver si puedes ayudarlo.

Una web enfocada en el cliente habla menos de uno... y más de lo que a él le quita el sueño.

Esto ayuda a resolver:

- Las webs bonitas que no traen citas
- Las visitas que no hacen clic en nada
- El “vi tu página” que nunca se convierte en cliente
- La frustración con el marketing que no rinde

### **3. Filtrar para que se queden los compradores y se bajen los curiosos**

No todos los que te escriben están listos para trabajar contigo.

Al principio pensé que era mi culpa, que tenía que seguir dando valor y educarlos para ganarme la confianza.

Pero dar sin filtrar solo atrae polizontes: gente que pide información, consume contenido y nunca compra.

Hoy prefiero hablar con la menor cantidad de personas, pero hablar con los correctos que me llevan a ingresos altos.

Esto ayuda a resolver:

- Los mensajes de “me encantó” pero que no pasan de ahí
- El desgaste emocional de “dar mucho y recibir poco”
- El miedo a vender por no querer espantar a nadie

**Estas 3 ideas cambiaron la forma en que uso mi web y me ayudaron a dejar de sobrevivir.**

Y si tuviera que quedarme con una sola cosa, sería esta:  
Enfocarse en quienes ya están buscando una solución.  
No en convencer a quienes todavía no están listos.

---

Muy bien! Espero te sea de mucha ayuda para darle un lavado de cara a tu web o landing page (no estético necesariamente, pero sí de palabra y mensaje) para que puedas atraer a compradores para tus servicios...

Que estés bien, un saludo!

<https://hebertcotiz.com/>