

# Mi Primer Sitio Web

Por Nivardo Choque

## TODO SOBRE PÁGINA DE CONTACTO

Es extraño que la página de Contacto sea la menos valorada por los dueños de páginas web a nivel copywriting, cuando es en realidad una pieza clave para vender.

Se supone que has atraído a todo ese público a través de tu blog o de otras secciones por un motivo: que te compren o contraten. Y la mayoría de esas personas interesadas lo harán a través de la pestaña de Contacto.

Solo por eso ya merece una especial atención, ¿no crees? En este capítulo te daré las claves para redactar una página de Contacto que te ayude a conseguir más clientes.

### **Una introducción que dé confianza y sea amigable:**

Es muy normal ver este tipo de secciones sin introducción. Leer directamente los datos de contacto es muy impersonal y no te cuesta nada escribir una frase simpática que predisponga al lector a ponerse en contacto.

Te pongo algunos ejemplos de clientes míos, tanto en la sección Contacto como en links hacia esa sección:

### **Web Love Visual Marketing:**

*Diseño busca cliente al que enamorar. Razón: aquí y ahora.*

### **Web profesional de Mireya Trías:**

*¿Dudas sobre tu marca personal? Mireya Trías al rescate.*

*Es el momento de que todos sepan quién eres.*

*Te voy a ayudar a conseguirlo.*

### **Web Spain Grand Class:**

*Este viaje te va a dejar huella. Descubre nuestro servicio personalizado.*

*No lo dudes, contacta con nosotros.*

### **Web Coregistros:**

*Tus nuevos clientes te están esperando.*

*Contáctanos ahora. Consigue tus objetivos.*

### **Usa los formularios de contacto con cabeza:**

Si recibes decenas de solicitudes a diario es normal que quieras filtrarlas de alguna manera. Es estupendo que utilices un formulario de contacto para guiar al propio lector-cliente en el proceso, pero ten mucho cuidado.

Hay personas que no confían en los formularios y tienen siempre la duda de si su mensaje habrá llegado o no hasta tu bandeja de entrada.

Yo soy de las que piensa que es positivo habilitar un mail de contacto y compartirlo en esta sección. Si lo que quiero es mostrarme transparente y auténtica ante mis potenciales clientes, ¿por qué debería esconder algo así?

Por otro lado, es estupendo que pongas tus datos en la sección de Contacto, pero... ¿qué quieres que hagan con ellos? Ayúdales, explícales para qué pueden escribirte, con quién hablarán y qué medios tienen para ponerse en contacto contigo.

No les obligues a identificar un captcha . ¡Son tus futuros clientes! La mayoría de esos códigos son complicados de leer y no quieres que en un momento tan importante tu lector se sienta como un spammer.

### **Tus redes sociales son importantes:**

Aunque hayas colocado los links a tus redes sociales en el menú, en el sidebar de tu blog, en la página de Sobre mí o en cualquier otra sección, ¿dónde van a estar mejor los botones que en la sección de Contacto?

Las personas que quieran ponerse en contacto contigo son las mismas que estarán encantadas de seguirte a través de redes sociales.

Además, es uno de los primeros sitios donde buscar si lo que quieres es saber el Twitter de alguien.

El objetivo principal es que te contacten, así que configura los botones de las redes sociales para que se abra una nueva ventana en el caso de que hagan clic en alguno de ellos.

### **Cuidado con las imágenes:**

Añade imágenes en tu página de Contacto solamente si evocan algún tipo de emoción y conexión con tu marca. EVITA a toda costa imágenes de teleoperadores, teléfonos o dibujos de sobres gigantes sacados de una agencia.

Ojalá no tuviera que decirte que ese tipo de imágenes crean rechazo en tu potencial cliente porque ya lo supieras. Por desgracia, todavía hay infinidad de páginas web que no son conscientes de ello.

Si cuentas con secretario/secretaria, con recepcionista o con un miembro del equipo que se encarga únicamente de responder a los clientes, es una buena opción poner su fotografía y sus datos de contacto para transmitir confianza. También una frase del tipo “Nuestro experto en atención al cliente Alberto López te contestará en menos de 24h”.

### **Cualquier dato de contacto e identificación es importante:**

Puede que seas un autónomo que trabaja desde casa o pueda que tengas oficinas, tienda física y horarios de apertura. Si eres de los segundos no te olvides de añadir los siguientes datos:

- Tu dirección postal completa.

- Mapa y coordenadas para saber cómo llegar.
- Horario de apertura y cierre.
- Uno o más teléfonos (indica cuándo llamar a cada uno).
- Una fotografía del exterior del edificio o del escaparate.
- Información sobre transporte público y aparcamiento.

Y cuidado con añadir un mapa que ocupe toda la página. Muchas plantillas tienen esa opción y terminas encontrándote páginas web con secciones de Contacto poco navegables por culpa de mapas gigantes.

Como ves, la sección Contacto es mucho más que escribir un simple mail o poner un formulario, es una pieza clave del engranaje de venta en el que se convierte tu página web.

*Por: Rosa Morel*  
<https://rosamorel.com>



**Nivardo Choque**  
Desarrollador Web  
<https://www.dominandoweb.com>