

GUÍA BLUELINK

MITOS SOBRE TENER UNA WEB

Y cómo tomar una buena decisión sin perder tiempo ni dinero





Bienvid@!

Si llegaste hasta acá, probablemente sabés que necesitás una página web.

Pero también es muy posible que, cada vez que averiguás, termines más confundid@ que antes: precios muy distintos, procesos poco claros, tecnicismos, malas experiencias de terceros y una sensación constante de desconfianza.

Esta guía no es para venderte nada.

Es para ayudarte a entender, en lenguaje simple, qué hay de cierto en las creencias más comunes sobre las webs y cómo tomar una decisión con más tranquilidad y claridad.

Bluelink



Contenido:

Desmintiendo mitos

04

“Hacer una web es carísimo”



05

“Demoran una eternidad”

06

“Me piden mil cosas y no entiendo nada”

07

“Después no la voy a saber manejar”

08

“Todos te quieren vender algo”

09

“¿Para qué quiero una web si vendo por Redes Sociales?”

10

“Tener una web es más trabajo”



“Hacer una web es carísimo”

Lo que suele pasar

Muchas propuestas no explican qué incluyen ni por qué cuestan lo que cuestan, y para la gran mayoría, es la primera vez que oyen sobre los términos de una web. Eso hace que el precio parezca arbitrario.

La realidad

Una web profesional no es solo “una página”. Incluye análisis del negocio, estructura, diseño, desarrollo, optimización y pruebas. El problema no suele ser el precio, sino no entender qué se está pagando. Por esta razón, es fundamental explicar e interiorizar al cliente sobre qué se le está presupuestando.

Lo importante que tenés que saber:

- Pedí siempre que te expliquen el proceso completo
- Compará qué incluye cada propuesta (al menos tres)
- Desconfiá de precios demasiado bajos sin justificación

“Demoran una eternidad”

Lo que suele pasar

Los proyectos se alargan cuando no hay un proceso claro o cuando no se definieron bien los objetivos desde el inicio.

La realidad

Una web bien planificada tiene tiempos razonables. Las demoras casi siempre responden a falta de organización, no a la web en sí. Un desarrollador experimentado, siempre debe establecer tiempos acordes a lo que busca el cliente.

Lo importante que tenés que saber:

- Preguntá plazos concretos y diferencias según el producto que busques
- Asegurate de que haya etapas definidas
- Un buen proceso ahorra tiempo a todos

“Me piden mil cosas y no entiendo nada”

Lo que suele pasar

Se piden textos, imágenes, colores o información sin explicar para qué sirven. No se explican las diferencias entre tipos de sitios.

La realidad

Todo eso tiene una función, pero debería explicarse en términos simples. No necesitás saber de diseño ni de tecnología para tener una web. Sí necesitas saber qué buscas lograr y qué sensación te gustaría que te provoque el producto final (además de vender, obvio).

Lo importante que tenés que saber:

- Es normal no saber qué entregar
- El rol del profesional es guiarte
- No deberías sentirte perdido en ningún momento

“Después no la voy a saber manejar”

Lo que suele pasar

Muchas personas piensan que una vez publicada la web van a depender para siempre de alguien más.

La realidad

Una web bien hecha es simple de usar. No todo tenés que manejarlo vos, y lo básico debería ser fácil. Un profesional en desarrollo web, siempre te consultará cual es el alcance que te da comodidad: control total, manejo parcial o derivar el 100% de la gestión al desarrollador.

Lo importante que tenés que saber:

- Pedí una web pensada para que puedas gestionarla, si es lo que te da comodidad
- Preguntá qué vas a poder modificar vos
- Consultá de antemano, qué cambios están cubiertos y cualés no

“Todos te quieren vender algo”

Lo que suele pasar

La oferta está masificada. Mucho spam, mensajes genéricos y promesas poco claras generan rechazo.

La realidad

Un profesional serio primero entiende tu negocio y tus objetivos, antes de ofrecer una solución. Además, busca un primer contacto “cara a cara”, lo que da más confianza de saber “con quien estás hablando”.

Lo importante que tenés que saber:

- Desconfiá de propuestas automáticas; tu web debería ajustarse a vos, no al revés
- Valorá a quien hace preguntas
- La claridad es una señal de profesionalismo

“¿Para qué quiero una web si vendo por redes sociales?”

Lo que suele pasar

Las redes sociales parecen suficientes... hasta que dejan de serlo. Tu proyecto crece y la gestión desde RRSS se vuelve limitada.

La realidad

Instagram por ejemplo, no es tuyo: depende de un algoritmo. La web es tu espacio propio, donde controlás el mensaje, el proceso y la experiencia del cliente.

Lo importante que tenés que saber:

- Las redes y la web se complementan
- La web ordena y potencia tus ventas
- Te da respaldo y profesionalismo

“Tener una web es más trabajo”

Lo que suele pasar

Se piensa que sumar una web implica más tareas y más tiempo. Además de gestionar tu empresa, ahora hay que pensar en control de inventario, más correos sin responder, etc.

La realidad

Una web bien pensada reduce trabajo: responde preguntas, filtra consultas y ordena la información. Lo que te llega, ya está moldeado a tu proceso de venta, solo resta convertir la venta.

Lo importante que tenés que saber:

- La web debería ayudarte, no complicarte
- Automatiza lo que se pueda del proceso comercial
- Ahorra tiempo a largo plazo

Entonces... ¿cómo debería ser una buena experiencia al hacer tu web?

Una buena experiencia al desarrollar una página web empieza mucho antes del diseño o la programación. Empieza con un proceso claro y explicado desde el primer momento, donde sepas qué va a pasar, en qué etapa estás y qué podés esperar en cada paso. La incertidumbre es lo que más desgasta, y un **buen proceso elimina gran parte de esa ansiedad**.

También debería estar acompañada por un lenguaje claro y comprensible, sin tecnicismos innecesarios ni explicaciones confusas. No necesitás saber de diseño, desarrollo o marketing digital para tener una web profesional. El rol de quien desarrolla tu web es traducir lo técnico a algo simple, para que puedas **tomar decisiones con seguridad**.

El acompañamiento real es otro punto clave. No se trata solo de “entregar una web”, sino de estar presente, responder dudas y guiarte cuando algo no se entiende. Una buena experiencia implica sentir que no estás solo durante el proceso y que hay alguien que **entiende tu negocio y tus objetivos**.

Además, las decisiones deberían ser simples y bien fundamentadas. No deberías elegir cosas “porque sí” o porque “así se hace siempre”. Cada elección —desde la estructura hasta los contenidos— tiene que tener un porqué, **alineado a lo que necesitas como negocio**.

Por último, una web bien hecha debería darte **tranquilidad y control**. Tranquilidad de saber que funciona, que está pensada para ayudarte y no para complicarte. Y control para poder entenderla, usarla y sentirla como una herramienta propia, no como algo ajeno o inalcanzable.



Transformamos tus ideas, en realidad

En Bluelink trabajamos con emprendedores, profesionales y PYMES que quieren una web clara, funcional y alineada a su negocio.

Creemos que una buena web no se trata solamente de tecnología, sino de entender qué necesitás y cómo acompañarte para que tu presencia online funcione de verdad. De escucharte y ponernos en tu lugar, puliendo eso que te diferencia y plasmándolo en una herramienta útil y exitosa.

Muchas
gracias!

Bluelink

(+598) 92 891 958

contacto@bluelink.uy

Román Guerra 1273, Maldonado,
UY