

Cómo convertir las visitas a tu web en clientes de instalaciones solares

UNA GUÍA PRÁCTICA PARA CONVERTIR TU WEB EN TU MEJOR COMERCIAL.

solarise

¿Por qué importa?

Conseguir que la gente visite tu web ya es un logro. Pero solo es el primer paso.

Hablé con un instalador que aparecía primero en Google en su país. Recibía miles de visitas semanales, pero apenas conseguía contactos. ¿Por qué?

Sin una estrategia para convertir visitas en consultas, el tráfico se queda en ruido.

Si esas visitas no se convierten en contactos reales o citas, inviertes tiempo y dinero en tráfico anónimo que no aumenta tus ventas.

Con el enfoque adecuado, tu web puede convertirse en uno de tus mejores canales de venta.

Todo empieza en el diseño de la web y continúa en la manera de captar el interés de quien te visita.

Veamos cómo hacerlo, paso a paso.

ÍNDICE

1 Presenta con claridad tu oferta

2 Gánate la confianza de quien te visita

3 Propón una sola acción principal

4 Facilita la recogida de contactos

5 Responde antes de perder la oportunidad

6 Informa y acompaña a tus visitantes

7 Consejos adicionales

1. Presenta con claridad tu oferta

En segundos, el visitante decide si merece la pena quedarse en tu web.

Si no entiende enseguida qué le ofreces, buscará en otro sitio.

Tu página de inicio o de campaña debe responder claramente a tres preguntas:

¿Qué haces? «Instalamos sistemas solares residenciales en Baviera».

¿Para quién? «Para propietarios que quieren reducir su factura de electricidad».

¿Qué obtiene el visitante? «Una propuesta gratuita en menos de 60 segundos».*

* Un botón también puede dar la respuesta. «Pedir un presupuesto» promete algo concreto; «Contacta con nosotros» dice menos.

1. Presenta con claridad tu oferta

Este es un ejemplo de página que va al grano:

¿Para quién es?

Para propietarios de viviendas en Baviera

¿Qué ofreces?

¿Quieres ahorrar en la factura de la luz con paneles solares en tu tejado?

¿Qué obtiene el visitante? (botón de acción)

Quiero mi presupuesto gratis

Muestra la oferta principal en la primera pantalla. Bastan un titular visible y un botón claro.

2. Gánate la confianza de quien te visita

Instalar paneles supone un compromiso y una inversión importantes. Es lógico que los visitantes tengan dudas.

Tu trabajo es demostrarles que pueden confiarte el proyecto.

Incluye en la web pruebas concretas que den credibilidad a lo que ofreces.

Por ejemplo:

Testimonios de clientes, mejor si incluyen nombre, foto y un proyecto relevante para el visitante.

Casos reales con resultados concretos, por ejemplo: «450 € de ahorro al año».

Reseñas de Google o Trustpilot.

2. Gánate la confianza de quien te visita

Coloca las pruebas más convincentes junto al botón de acción o al formulario.

El objetivo es que el cliente pulse el botón. Dale motivos para confiar justo en ese punto.

3. Propón una sola acción principal

Seis botones con seis mensajes distintos confunden y dispersan la atención. Puedes perder clics que habrían acabado en una consulta.

Elige una acción principal y repítela a lo largo de la página:

«Pide tu presupuesto gratuito»

«Descubre cuánto podrías ahorrar»

«Reserva una consulta gratuita»

En el móvil, un botón fijo deja la acción al alcance de la mano sin estorbar la lectura.

4. Facilita la recogida de contactos

Es en el formulario donde una visita anónima se convierte en un contacto.

Un formulario largo o incómodo puede hacerte perder a alguien que ya quería escribirte.

Pónselo fácil:

Pide solo lo imprescindible: nombre, correo, código postal y, si hace falta, tipo de tejado.

Sé breve o muestra una barra de progreso para que se sepa cuántos pasos quedan.

Aporta valor inmediato con una herramienta que muestre en el momento un presupuesto o una estimación.

A cambio de los datos que pides, ofrece la información que el visitante ha venido a buscar.

4. Facilita la recogida de contactos

Además de compartir estos consejos, podemos ayudarte a ponerlos en práctica.

Por eso creamos Solarise: para que puedas ofrecer propuestas al instante y captar los datos de contacto desde tu propia web.

Elijas la solución que elijas, recuerda esto:

Ofrece algo útil a cambio de la información que pides.

Así captarás contactos y te diferenciarás de la competencia.

5. Responde antes de perder la oportunidad

El 78 % de los compradores elige a la primera empresa que responde.

Si tardas 24 horas o más en responder, es probable que el interesado ya tenga un presupuesto de otra empresa.

La rapidez marca la diferencia, especialmente en ventas.

Pero nadie puede estar en todo. ¿Cómo atender todas las solicitudes de presupuesto?

5. Responde antes de perder la oportunidad

Automatiza algunos pasos:

Un correo de confirmación en cuanto se envía el formulario.

Una primera propuesta al instante, sin esperas.

Recordatorios y flujos en el CRM para no dejar consultas sin responder.

Solarise automatiza las propuestas instantáneas, la captación de contactos y la sincronización con el CRM. Está pensado para empresas solares.

También puedes crear tu propio formulario, ofrecer un resultado útil, conectarlo a un CRM y automatizar el seguimiento.

Elige el método que mejor te funcione.

Que una respuesta tardía no te haga perder una venta.

6. Informa y acompaña a tus visitantes

No todos los visitantes están listos para pedir presupuesto, y es normal.

Algunos aún están explorando. Otros necesitan aclarar dudas antes de avanzar.

En ambos casos, ofréceles información útil y un motivo para confiar en ti.

Ahí es donde entra el contenido de acompañamiento.

Como la energía solar, la relación con un contacto da frutos con el tiempo. Una información útil en el momento adecuado puede convertir un «quizá» en un «sí».

6. Informa y acompaña a tus visitantes

Añade estos recursos para orientar a quienes aún están explorando:

Un blog: publica artículos claros y útiles que respondan a preguntas frecuentes. Pueden atraer lectores a tu web, generar confianza y mejorar tu visibilidad en Google.

Un chatbot: quien se interesa por la energía solar suele tener muchas dudas. Responde a las más frecuentes sin pasar horas al teléfono: «¿Necesito un permiso?», «¿Cuánto se tarda?».

Herramientas interactivas: además de las preguntas generales, cada propietario quiere saber si le compensa en su caso. Un simulador permite explorar el ahorro y las opciones sin presión. Ofrece información gratuita y mantiene el interés.

6. Informa y acompaña a tus visitantes

Este contenido informa, genera confianza y ayuda a que los lectores recuerden tu empresa.

Cuando estén preparados, acudirán a ti.

Puedes configurar un chatbot generalista, como Landbot, Tidio o Intercom, con información sobre energía solar. También puedes crear formularios propios con herramientas como Typeform.

Si prefieres algo creado para instaladores, descubre el simulador de propuestas instantáneas de Solarise y su asistente de IA integrado.

7. Consejos adicionales

Para impulsar las ventas de tu web, empieza por una pregunta sencilla:

«¿Para qué tenemos una web?»

¿Para tener presencia online? Claro. ¿Para explicar la energía solar? También.

Sobre todo, tu web puede ser tu mejor comercial: disponible las 24 horas, los 7 días de la semana, sin pausas y sin olvidar el seguimiento.

¿La clave?

Una web eficaz convierte visitas en consultas.

7. Consejos adicionales

Unos pequeños cambios pueden marcar una gran diferencia:

Velocidad: si la web tarda más de 3 segundos en cargarse, la mitad de los visitantes se marcha. Usa PageSpeed Insights para detectar y corregir los cuellos de botella.

Preguntas frecuentes: responde a las cinco preguntas que más oyes en las llamadas comerciales. Ahorrarás tiempo y generarás confianza desde el principio.

Guía descargable: ofrece, por ejemplo, «Energía solar para principiantes: una guía de 3 minutos» a cambio de un correo electrónico. Cultiva ese contacto con el tiempo.

Un segundo más de carga puede reducir hasta un 70 % la tasa de conversión de tu web.

Convierte tus visitas en clientes

Ya has hecho lo difícil: atraer visitantes a tu web.

Ahora haz que esas visitas cuenten.

Ofrece claridad, rapidez y ayuda. Y haz siempre el seguimiento.

No necesitas grandes equipos ni procesos de venta sofisticados. Bastan algunos ajustes acertados y las herramientas adecuadas.

Hay muchas estrategias y herramientas que ya han funcionado. Elige las que encajen con tu empresa solar.

Y si esto te interesa, me gustaría enseñarte una última cosa →

Convierte tus visitas en clientes

Más del 90 % de los compradores de instalaciones solares empieza buscando en Google. En Solarise te ayudamos a ser la respuesta que encuentran.

Nuestro complemento de propuestas instantáneas con IA, el asistente de IA y el CRM están diseñados para captar y convertir contactos solares.

Si quieres ver cómo funciona, escríbeme:

Tina, cofundadora y directora general de Solarise

También puedes reservar una demo en la web de Solarise.

Hagamos de tu web el comercial más constante de tu equipo.

tina@solarise.app

www.solarise.app/es/book-a-demo

Solarise reúne las herramientas de venta que necesitas para captar y convertir contactos solares:

Simulador de presupuestos para tu web: ofrece propuestas instantáneas con IA y sé la primera empresa en responder con algo adaptado al visitante.

Chatbot integrado: quien considera la energía solar suele tener muchas preguntas. Nuestro experto de IA las responde por ti y también puede aprender sobre tu empresa.

CRM integrado: cada contacto del simulador llega directamente al CRM. Filtra por interés y potencial solar para saber a quién llamar primero.

¿Quieres dar un paso más en tus ventas solares?

Reserva una demo o descubre más sobre Solarise.

www.solarise.app/es/book-a-demo