

GUÍA PARA CONSTRUIR LA WEB

NO SÉ QUÉ DECIR · Arquitectura, contenido y dirección para Hostinger AI

Documento de referencia para construir la primera versión de la web oficial de No Sé Qué Decir. La guía toma como base el Brochure 2026 proporcionado y traduce su identidad a una experiencia digital orientada a conversión.

1. Objetivo de la web

Construir una web profesional, humana y comercial que convierta a No Sé Qué Decir en un ecosistema digital para personas y empresas que quieren mejorar su comunicación.

- Presentar claramente qué es No Sé Qué Decir y qué problema resuelve.
- Separar desde el inicio las rutas para PERSONAS y EMPRESAS.
- Mostrar talleres, charlas, entrenamientos y futuros cursos sin saturar la página principal.
- Permitir crear landings independientes para cada taller, curso o campaña.
- Generar acciones claras: conocer una solución, agendar una conversación, solicitar información o inscribirse.
- Construir una base preparada para crecer hacia ventas digitales, contenidos y nuevas experiencias.

2. Idea central de marca

La comunicación también se entrena. No Sé Qué Decir ayuda a empresas y profesionales a comunicarse con confianza. La propuesta no debe presentarse como aprender a 'hablar bonito', sino como aprender a conectar.

“No se trata de aprender a hablar bonito. Se trata de aprender a conectar.”

3. Públicos principales

Público	Necesidad / enfoque	CTA sugerido
Personas / profesionales	Seguridad, naturalidad, voz, presentaciones, reuniones, comunicación	Quiero aprender a comunicar
Empresas / equipos	Entrenamientos aplicados para ventas, líderes, servicio al cliente, pitch y hablar en público	Quiero hablar en público

4. Arquitectura propuesta

Inicio — La gran landing institucional. Explica la propuesta, conecta emocionalmente, muestra soluciones y lleva a dos rutas: Personas / Empresas.

Para personas — Talleres, charlas, recursos y futuros cursos. Lenguaje cercano y práctico.

Para empresas — Entrenamientos corporativos y soluciones por necesidad.

Entrenamientos — Ventas, líderes, servicio al cliente, emprendedores/pitch y seguridad para hablar en público.

Método — Presentar el Método No Sé Qué Decir: Naturaliza la conversación, ¿Qué quieres provocar?, Simplifica tu mensaje, Deja una huella.

Sobre Julián — Historia, experiencia, enfoque y credenciales. Presentarlo como creador/facilitador sin convertir la web en una hoja de vida.

Contacto / Agenda — Formulario y CTA para solicitar información o agendar una conversación.

Landings — Páginas independientes: /taller, /curso, /charla-empresas, etc. Sin necesidad de mostrar toda la navegación de la web principal.

5. Estructura de la página de inicio

Hero: “La comunicación también se entrena.” + explicación breve + dos CTA: Personas / Empresas.

Problema: Hablar no es solo saber qué decir; también implica seguridad, claridad, naturalidad y conexión.

Propuesta: Entrenamos personas. Fortalecemos equipos.

Soluciones: Mostrar tarjetas visuales para las principales líneas de entrenamiento.

Método: Explicar de forma visual los cuatro principios del Método No Sé Qué Decir.

Experiencia: Fotos reales de talleres, ejercicios, cámara y micrófono, simulaciones, trabajo de voz, lenguaje corporal y conversaciones reales.

Prueba social: Mostrar cifras y logos solo cuando estén vigentes y verificadas.

Sobre Julián: Una sección breve con fotografía y acceso a una página más completa.

CTA final: “Construyamos mejores conversaciones.” + acción clara.

6. Sistema de landings

Cada producto o campaña debe poder tener una landing independiente dentro del mismo dominio. Ejemplos: nosequedecir.co/taller, nosequedecir.co/curso, nosequedecir.co/charla-empresas. Estas páginas no deben obligar al usuario a recorrer toda la web.

- Hero específico de la oferta.
- Problema o situación que resuelve.
- Qué aprenderá / qué cambia.
- Cómo funciona.
- Qué incluye.
- Prueba social.
- Fecha, modalidad y precio cuando aplique.
- CTA repetido de forma natural.
- Versión mobile priorizada y fácil de leer.

7. Método No Sé Qué Decir

N — Naturaliza la conversación: No memorices. Conversa. Trabaja naturalidad, seguridad y conexión.

Q — ¿Qué quieres provocar?: Toda comunicación debe tener un objetivo. Preguntarse qué queremos que la otra persona piense, sienta o haga.

S — Simplifica tu mensaje: Menos información, más claridad. Ordenar ideas y convertir mensajes en algo claro, concreto y fácil de recordar.

D — Deja una huella: Comunicar no es solamente ser entendido; es generar impacto y permanecer en la mente.

8. Líneas de entrenamiento

- **Ventas:** conversaciones comerciales que generan confianza y resultados.
- **Líderes:** conversaciones claras, cercanas y de alto impacto para desarrollar equipos.
- **Servicio al cliente:** experiencias memorables mediante una mejor comunicación con el cliente.
- **Emprendedores / Pitch:** ideas y proyectos que conectan con clientes y socios estratégicos.
- **Seguridad para hablar en público:** confianza para comunicarse en reuniones, presentaciones y diferentes escenarios.

9. Dirección visual

- Usar el lenguaje visual del brochure: negro/oscuro, naranja como color de acento, blanco/crema y fotografía real de experiencias.
- Priorizar fotografías propias de talleres y personas reales. Evitar estética genérica de banco de imágenes de 'coach'.
- Tipografía fuerte, moderna y muy legible. Jerarquías claras.
- Usar el logo de No Sé Qué Decir de forma consistente, sin deformarlo.
- Diseño con personalidad, energía y cercanía; profesional pero no corporativo frío.
- La experiencia mobile debe ser prioritaria: botones visibles, textos cortos y bloques fáciles de recorrer.

10. Tono de comunicación

- Cercano, humano y conversacional.
- Inspirador sin caer en frases cliché.
- Práctico y accionable.
- Con autoridad, pero sin sonar académico ni distante.
- Hablar de comunicación desde situaciones reales.
- No usar lenguaje excesivamente corporativo como 'potenciamos el capital humano' o 'transformamos paradigmas'.
- Mantener la personalidad de No Sé Qué Decir: directa, auténtica, emocional y con algo de humor cuando corresponda.

11. SEO y estructura técnica

- Dominio principal: nosequedecir.co.
- Preparar títulos SEO y meta descripciones diferentes para cada página.
- URLs cortas y descriptivas.
- Estructura H1/H2 clara.
- Optimizar imágenes sin perder calidad.
- Diseño responsive real para celular, tablet y escritorio.
- Preparar formularios de captación.
- Dejar la arquitectura lista para integrar analítica, Meta Pixel, Google Analytics y herramientas de email marketing.

12. Reglas para la IA de Hostinger

- No inventar servicios, certificaciones, clientes, cifras, testimonios o resultados.
- No copiar literalmente el diseño del brochure; usarlo como referencia de identidad.
- No llenar la web de texto. Priorizar jerarquía visual y conversión.
- No convertir la home en una landing de un solo taller. La home debe representar toda la marca.
- Las ofertas específicas deben tener sus propias landings.
- No crear una tienda/ecommerce en esta primera versión.
- Dejar espacios claros para fotografías reales y videos.
- Mantener dos rutas principales de conversión: Personas y Empresas.

Fuente de identidad y contenido: Brochure 2026 de No Sé Qué Decir, proporcionado por el usuario. El brochure presenta la idea "La comunicación también se entrena", el enfoque en personas y equipos, las cinco líneas de entrenamiento, el Método No Sé Qué Decir y experiencias prácticas de entrenamiento.