

Cómo crear tu página web en WordPress y conseguir tus primeros clientes

24 May 2026 · 10 min de lectura

Durante años [construiste tu negocio](#) como lo hacen los buenos: trabajando bien, cumpliendo plazos y dejando que tus clientes hablaran por ti. El boca a boca te trajo hasta aquí.

Pero hay un comprador que ahora mismo está buscando lo que tú fabricas. No preguntó en su red de contactos. Abrió Google. [Le preguntó a una IA](#). Escribió algo específico y está listo para contratar.

Ese cliente nunca va a llamarte si no apareces donde él busca.

Este artículo es la guía para cambiar eso. Sin agencias caras, sin tecnicismos innecesarios y sin partir de cero si ya tienes algo construido. Solo los pasos reales para que tu página web empiece a trabajar tan duro como tú.

Antes de empezar: entiende qué está pasando en internet hoy

El 60 % de las búsquedas actuales no generan clics hacia ningún [sitio web](#). La respuesta aparece directamente en la pantalla en Google, en ChatGPT, en Gemini sin que el usuario visite nada.

Eso tiene una implicación directa para tu negocio: no basta con tener una web. Tu web tiene que estar construida para ser encontrada, para generar confianza en segundos y para responder las preguntas que tu cliente hace antes de contactarte.

Las empresas que entienden esto hoy tienen una ventaja enorme. La mayoría de pymes industriales de la región todavía no lo saben.

Paso 1. Elige un dominio que trabaje para ti

Tu dominio es tu dirección en internet. Y como toda dirección, importa que sea fácil de recordar, fácil de escribir y que diga algo sobre quién eres.

Algunas reglas simples que funcionan en la región:

Usa el nombre de tu empresa o el proceso que defines como tu fuerte. Si te llaman "Metalmecánica Andina" o fabricas "piezas de nylon técnico", cualquiera de los dos puede ser tu dominio.

Incluye tu país si vendes localmente. `cadaidea.com` o `seridea.org` le dice a Google y a las IAs exactamente dónde operas y eso se traduce en aparecer primero para los compradores de tu zona.

Evita guiones, números y nombres genéricos. `manufactura-industrial-123.com` no lo recuerda nadie.

Registra tu dominio en plataformas como GoDaddy, Namecheap o Hostinger. El costo es menos de 15 dólares al año. Es la inversión más barata que harás en tu presencia digital.

Paso 2 Contrata un hosting que no te falle

El hosting es el terreno donde vive tu web. Si es lento o se cae seguido, Google te penaliza y tus visitantes se van antes de leer una línea.

Para una pyme que empieza, no necesitas el plan más caro. Necesitas uno confiable, con soporte en español y con instalación de WordPress en un clic.

Hostinger, SiteGround y Bluehost tienen planes que funcionan bien para este tipo de negocio, con precios que van desde 3 hasta 15 dólares mensuales. Cualquiera de los tres te da lo que necesitas para empezar.

Un detalle que muchos ignoran: asegúrate de que tu hosting incluya certificado SSL gratuito. Ese pequeño candado que aparece junto a tu dirección web no es decorativo sin él, Google marca tu sitio como inseguro y los visitantes se van.

Paso 3. Instala WordPress y elige un tema industrial

WordPress mueve el 43 % de todos los sitios web del mundo. No porque sea el más bonito, sino porque es el más flexible, el más documentado y el que mejor entienden los motores de búsqueda.

La instalación toma menos de cinco minutos desde el panel de tu hosting. Un clic, defines tu usuario y contraseña, y ya tienes la base lista.

Lo que viene después es elegir el tema la estructura visual de tu sitio. Aquí el error más común es elegir por estética. El criterio correcto es velocidad, claridad y adaptación a móviles.

Astra, OceanWP y Kadence son los tres temas que mejor funcionan para empresas industriales. Son gratuitos, ligeros y están diseñados para mostrar productos y servicios sin distracciones. Con cualquiera de los tres tienes suficiente para empezar a construir algo sólido.

Paso 4. Instala los plugins que hacen el trabajo pesado

Un plugin es una extensión que añade funcionalidad a tu web sin necesidad de programar nada. WordPress tiene miles, pero para una pyme manufacturera que quiere conseguir clientes, la lista esencial es corta:

Elementor, para diseñar cada página arrastrando y soltando elementos, sin tocar código.

Yoast SEO, para optimizar cada página y aparecer en Google. Te guía paso a paso con indicadores visuales simples.

WPForms, para crear formularios de contacto y cotización. Cada consulta que recibes por tu web empieza aquí.

Wordfence, para proteger tu sitio de ataques. Una web hackeada desaparece de Google de un día para otro.

WP Rocket o LiteSpeed Cache, para que tu sitio cargue rápido. La velocidad no es un lujo es un requisito de posicionamiento.

Con estos cinco plugins tienes todo lo que necesitas. El resto es ruido.

Paso 5. Construye las páginas que convierten visitas en clientes

Aquí es donde la mayoría comete el error más costoso: llenar su web de texto corporativo que no le dice nada a nadie.

"Somos una empresa líder con más de 20 años de experiencia comprometida con la calidad."

Esa frase no convence a ningún comprador industrial. Lo que convence es evidencia específica.

Estas son las páginas que necesitas y lo que debe ir en cada una:

Inicio. Una frase que diga exactamente qué fabricas, para quién y dónde. No tu misión. No tus valores. La respuesta a: *¿llegué al lugar correcto?*

Productos o servicios. Una página por proceso o línea de producto. Con materiales, tolerancias, capacidades de producción y tamaño de lote. Cuanto más específico, más filtra a los que no encajan y más convence a los que sí.

Galería o proyectos. Fotos reales de tu planta, tu maquinaria y trabajos terminados. No imágenes de stock. Un comprador industrial quiere ver capacidad real antes de escribirte.

Sobre nosotros. No tu historia completa. Solo lo que genera confianza: cuánto tiempo llevas, qué certificaciones tienes, a qué industrias has servido.

Contacto. Un formulario simple, tu WhatsApp visible y tu correo. Sin burocracia. Sin formularios de diez campos. El objetivo es que escribirte tome menos de treinta segundos.

Paso 6. Habla el idioma de Google y de las IAs

Tienes el sitio construido. Ahora necesitas que te encuentren.

El SEO para manufactura no es una ciencia oscura. Es responder, con palabras exactas, las preguntas que tus clientes escriben cuando te necesitan.

Piensa como tu comprador. No escribes "manufactura". Escribes *"proveedor de inyección de plástico para industria médica Colombia"* o *"taller de mecanizado CNC lotes pequeños Monterrey"*. Esas frases largas y específicas tienen menos competencia y mucho más intención de compra.

Úsalas en el título de cada página, en los primeros párrafos y en las descripciones de tus productos. No de forma forzada de forma natural, como si le estuvieras explicando a alguien por teléfono qué haces y dónde lo haces.

Un detalle que pocos aplican y que cada vez importa más: las herramientas de IA como ChatGPT y Gemini aprenden de lo que está publicado en internet. Si tu web usa nombres completos de procesos, materiales y ubicación, aumentan las probabilidades de que aparezcas cuando alguien le pregunte a una IA quién fabrica lo que tú produces.

Paso 7. Publica, mide y ajusta

Tu web no es un folleto impreso. Es un sistema vivo que mejora con el tiempo si le prestas atención.

Conecta Google Analytics y Google Search Console desde el primer día. Son gratuitos y te dicen lo esencial: cuánta gente llega, con qué palabras te encontraron y qué páginas generan más interés.

Revisa esos datos una vez al mes. No necesitas más. Con esa información puedes identificar qué está funcionando, qué página necesita mejoras y qué términos nuevos están llevando visitas a tu sitio.

Y publica un artículo cada mes. No necesita ser largo ni complejo. Un texto sobre tu proceso de control de calidad, las diferencias entre dos materiales que trabajas, o los criterios para elegir un proveedor en tu sector ese tipo de contenido posiciona en búsquedas específicas, genera confianza y le dice a las IAs que tu empresa es una fuente de referencia en su industria.

Lo que cambia cuando tu web trabaja bien

No es solo tráfico. Es el tipo de cliente que llega.

El comprador que te encuentra porque buscó algo específico ya sabe lo que quiere. Ya comparó opciones. Ya tiene criterios. Llega mucho más cerca de tomar una decisión que alguien que simplemente escuchó tu nombre en algún lado.

Eso no reemplaza el boca a boca. Lo potencia. Porque cuando alguien te recomienda hoy, lo primero que hace el recomendado es buscarte en internet. Si encuentra un sitio sólido, la recomendación se confirma. Si no encuentra nada, la duda se instala.

Tu web es la segunda opinión de cada recomendación que recibes. Construirla bien es asegurarte de que esa opinión siempre juegue a tu favor.

Estas son algunas de las preguntas sobre crear tu página web en WordPress, aquí te respondemos

¿Cuánto cuesta tener una página web para mi pyme manufacturera? Con dominio, hosting y un tema gratuito de WordPress puedes tener un sitio funcional por menos de 150 dólares al año. Los plugins esenciales tienen versiones gratuitas suficientes para empezar. La inversión más grande no es dinero, es el tiempo de construir contenido específico y real sobre tu negocio.

¿Cuánto tiempo tarda en aparecer en Google? El SEO local, aparecer en búsquedas de tu ciudad o región, suele verse entre los 2 y 4 meses de tener el sitio optimizado. Las herramientas de IA indexan contenido nuevo en 2 a 4 semanas.

¿Necesito contratar a alguien para construir mi web? No necesariamente. WordPress con Elementor está diseñado para que cualquier persona pueda construir y actualizar su sitio sin saber programar. Si tienes tiempo, puedes hacerlo tú mismo siguiendo esta guía. Si prefieres delegar, un freelance local puede construirte un sitio funcional por entre 300 y 800 dólares.

¿Y si ya tengo web pero no me genera ningún cliente? El problema casi siempre es el mismo: el sitio existe pero usa lenguaje genérico que no responde preguntas reales. Revisar las palabras clave, actualizar el contenido con términos específicos de tu proceso y agregar evidencia visual real; fotos de planta, fichas técnicas, proyectos terminados, suele ser suficiente para empezar a ver cambios sin reconstruir todo desde cero.

¿Puede una pyme pequeña aparecer en las respuestas de ChatGPT o Gemini? Sí. Las IAs no priorizan por tamaño de empresa sino por claridad y especificidad del contenido. Una pyme con información precisa sobre sus procesos, materiales, capacidades y ubicación tiene ventaja real frente a competidores con sitios vagos, sin importar cuántos empleados tengan.