



CÓMO PREPARAR EL BRIEF DE TU WEB

Diez minutos tuyos que ahorran semanas. Estas son las preguntas que te vamos a hacer, con una ayuda para responder cada una. No hace falta que salgan perfectas: escribí con tus palabras.

Cómo usar esta guía. Leé las preguntas, anotá lo que ya sabés y dejá en blanco lo que no. Si un bloque entero preferís charlarlo, en el formulario podés marcar "*Prefiero hablar esto en la reunión*" y seguir. Las preguntas con * son las únicas obligatorias.

01 — QUIÉN SOS

Para saber con quién trabajamos y cómo contactarte.

1.1 Nombre y apellido *

1.2 Email *

El que mirás todos los días: ahí van las confirmaciones y el calendario del proyecto.

1.3 WhatsApp *

1.4 Nombre de tu negocio o marca *

Tal cual querés que aparezca en la web.

1.5 Rubro / actividad

Ejemplo: Nutrición clínica · Estudio jurídico para pymes · Venta de indumentaria deportiva.

1.6 ¿Hace cuánto existe tu negocio?

Estoy por empezar / todavía no vendo · Menos de 1 año · Entre 1 y 3 años · Entre 3 y 5 años · Más de 5 años

Nos dice cuánto material real ya tenés (clientes, fotos, testimonios) y cuánto hay que construir.

1.7 ¿Cómo llegaste a Kalos?

Comunidad Superhábitos · Me lo recomendaron · Te encontré en Google · Redes sociales · Ya soy cliente de Kalos · Otro

02 — QUÉ VENDÉS

La parte más importante. Una web vende cuando tiene claro qué, a quién y por qué.

2.1 ¿Qué vendés? Productos o servicios principales *

Los dos o tres que más importan, no el catálogo entero. **Empezá por el que más querés vender.**

Ejemplo: Consultas de nutrición online (plan mensual) y talleres grupales presenciales.

2.2 ¿Quién es tu cliente ideal? (edad, situación, qué busca) *

Pensá en una persona concreta, la que te gustaría clonar. Qué edad tiene, en qué momento está, qué la trae hasta vos.

Ejemplo: Mujeres de 30 a 45 que ya probaron dietas y quieren un cambio que dure, con poco tiempo para cocinar.

2.3 ¿Qué problema le resolvés? ¿Qué le duele hoy?

Escribilo con las palabras que usa esa persona, no con las tuyas.

Ejemplo: "Empiezo bien y a las dos semanas abandono". "No sé si lo que como está bien".

2.4 Tu promesa: ¿qué resultado concreto obtiene al comprarte?

Un resultado, medible o visible, en un plazo. Cuanto más concreto, mejor vende.

Ejemplo: Un plan que podés sostener: en 3 meses cambiás hábitos sin pasar hambre.

2.5 ¿Qué te hace distinto de tu competencia?

Lo que solo vos hacés o cómo lo hacés distinto. Si no se te ocurre, contá qué dicen tus clientes cuando te recomiendan.

2.6 ¿Qué dudas u objeciones suelen tener antes de comprarte?

Las frases que escuchás antes de cerrar: "es caro", "no tengo tiempo", "¿y si no funciona?". La web las responde antes de que las pregunten.

2.7 Oferta principal y precio aproximado (si aplica)

Lo que le proponés primero a alguien nuevo. Si el precio va o no en la web lo decidimos juntos; acá sirve para dimensionar.

03 — QUÉ QUERÉS COMUNICAR

Qué tiene que decir la web y qué tiene que pasar cuando alguien la visita.

3.1 Mensaje principal: si tu web dijera UNA sola cosa, ¿cuál sería? *

Una frase. Es lo primero que se lee, arriba de todo.

Ejemplo: Comé bien sin vivir a dieta. · Contratos claros en 48 horas.

3.2 Secciones que imaginás (servicios, precios, turnos, tienda...)

Lista suelta. Si no sabés, dejalo: te proponemos una estructura.

3.3 ¿Qué querés que haga la persona al visitar tu web?

Que me escriban por WhatsApp · Que reserven un turno / llamada · Que compren online · Que pidan presupuesto · Que donen / se sumen · Otro

Una sola acción principal. Toda la web empuja hacia ahí.

3.4 ¿Qué modelo te interesa?

Profesional (abogados, médicos, consultores) · Empresa (PyMEs, productores) · Institución (ONGs, asociaciones) · Lanzamiento (landing / campaña) · Desarrollo a medida · Todavía no sé — necesito orientación

04 — CÓMO QUERÉS QUE SE VEA

Referencias para no adivinar tu gusto.

4.1 Colores de tu marca o que te gustan

Ejemplo: Negro y dorado · Verde oliva con crema · #1a1a1a y #f0ff00.

4.2 Estilo visual que buscás

Minimalista y elegante · Serio y corporativo · Cálido y cercano · Moderno y llamativo · No sé — me dejo asesorar

4.3 Webs de inspiración (hasta tres)

Que te gusten, de tu rubro o no. Anotá qué te gusta de cada una: "los colores", "lo simple", "cómo muestran los precios".

4.4 ¿Tenés web o redes actuales?

Un link por línea, la web primero y después Instagram, LinkedIn, X, YouTube, lo que tengas.

Ejemplo: <https://tunegocio.com>
<https://instagram.com/tunegocio>
<https://linkedin.com/company/tunegocio>

4.5 ¿Ya tuviste una página web antes?

No, esta sería mi primera web · Sí, tengo una y quiero rehacerla · Tuve una antes pero la di de baja · Solo tengo redes sociales

4.6 Si tuviste web, ¿qué no te funcionó o qué querés mejorar?

Lo que te frustró vale oro: es lo primero que no vamos a repetir.

05 — MATERIALES Y TIEMPOS

Lo que más define cuánto tarda una web.

5.1 ¿Tenés logo?

Sí, tengo logo · Tengo algo, pero quiero mejorarlo · No tengo logo

5.2 ¿Textos y fotos?

Tengo textos y fotos · Tengo algo, incompleto · No tengo nada — los armamos juntos

Sé honesto acá: lo que más demora una web son los textos y las fotos que "ya casi están".

5.3 ¿Para cuándo la necesitás?

Lo antes posible · Este mes · En 1 a 3 meses · Solo estoy averiguando

Si hay una fecha real (un lanzamiento, una feria, una campaña), decila.

5.4 Algo más que quieras contarme

Lo que no entró en ninguna pregunta.

QUÉ PASA DESPUÉS

Así seguimos, paso a paso.

(01) Enviás el brief. Me llega al instante y queda guardado; ya no te lo vuelvo a preguntar.

(02) Elegís día y hora para una videollamada corta. Llego sabiendo de qué hablamos y verificamos lo concreto: plazo, materiales, presupuesto.

(03) Te paso fechas concretas y un calendario de trabajo: vos ves cómo venimos en cada etapa, y nosotros sabemos hacia dónde vamos.

[Completar el brief online →](#)

[Agendar la videollamada →](#)



Xavier Labanda — Director & Lead Developer · Kalos MK

kalosmk.com · xavier@kalosmk.com · WhatsApp +54 11 2386-3970

Somos humanos, no robots.