

# Centro de Estética Verdejo

Tres oportunidades concretas para facilitar la elección de tratamientos, alinear la promesa de reserva y reforzar la confianza en la información práctica.

## ALCANCE

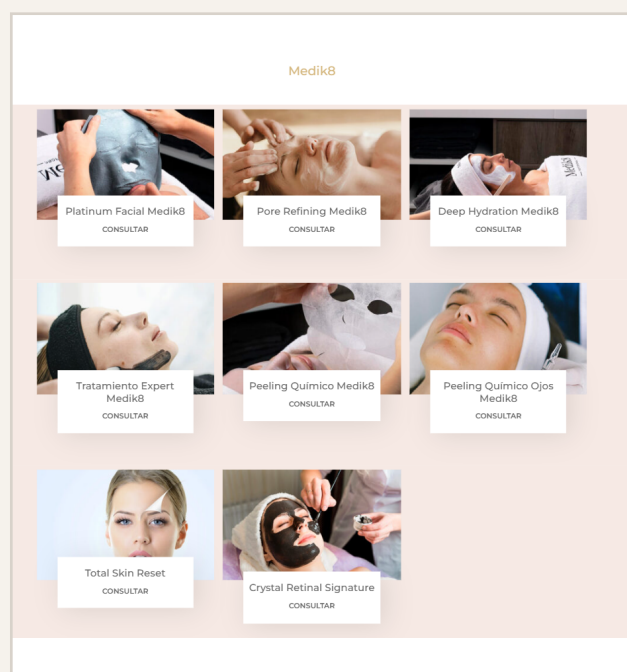
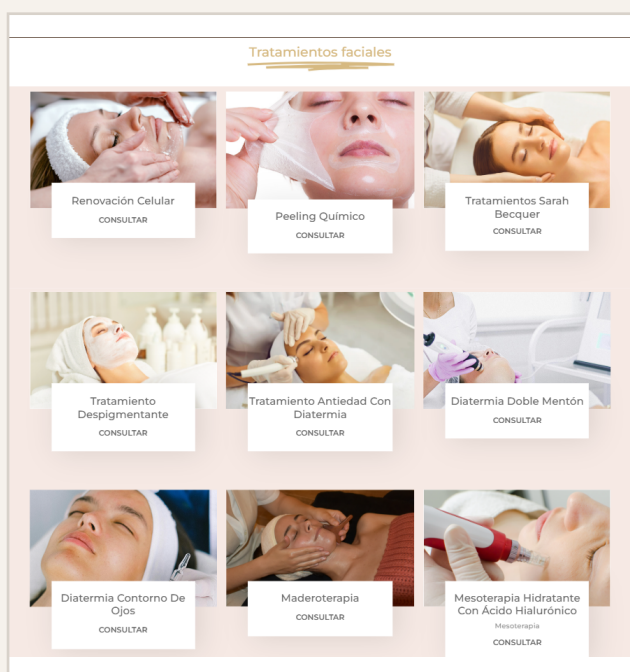
Revisión manual del recorrido de descubrimiento de servicios, solicitud de cita y consulta de información de contacto. Las observaciones reflejan únicamente el estado visible de la web durante el análisis.

## HALLAZGO 01

## PRIORIDAD MEDIA

# La oferta no aporta información suficiente para elegir

La web presenta una gama amplia de tratamientos, pero la mayoría de las tarjetas solo muestra nombre, imagen y el botón «Consultar». No existen fichas que expliquen de forma consistente el objetivo, la duración, el precio orientativo o para quién está indicado cada servicio.



## EVIDENCIA

Dos bloques distintos repiten el mismo patrón: muchas alternativas con nombres técnicos, sin criterios que ayuden a compararlas.

## MEJORA RECOMENDADA

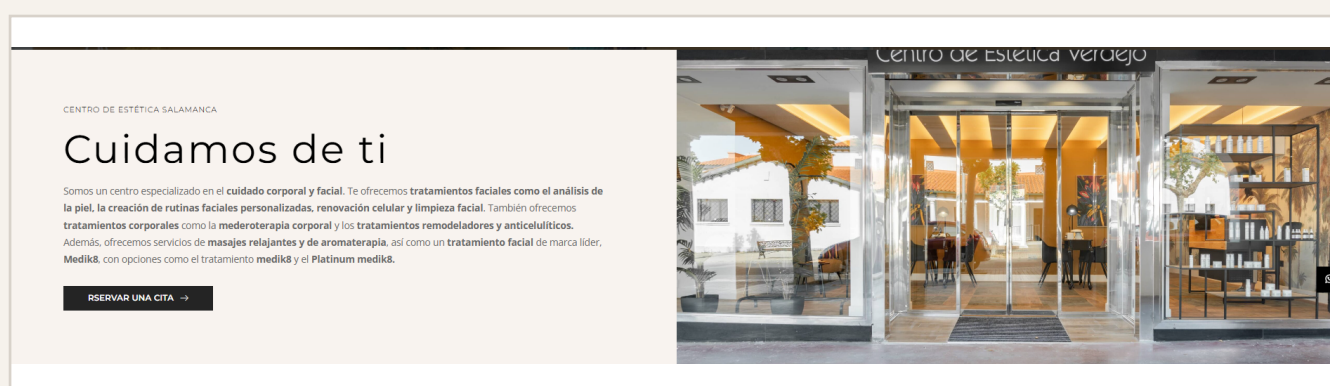
Crear fichas básicas con objetivo, necesidad tratada, perfil recomendado, duración, precio orientativo y expectativas realistas. Añadir una entrada por necesidad - manchas, acné, hidratación, reafirmación o relajación - reduciría la dependencia del contacto previo.

## HALLAZGO 02

## PRIORIDAD ALTA

## «Reservar una cita» termina en una solicitud de contacto

El CTA principal promete reservar una cita. Sin embargo, conduce a un formulario «Te llamamos» que permite indicar un día deseado, pero no consultar disponibilidad, seleccionar hora ni recibir confirmación inmediata.



Contáctanos

TELÉFONO DIRECCIÓN

Te Llamamos

Nombre \* Email \*

Teléfono \* Servicio solicitado \* Día deseado \*

Indicanos cualquier detalle que consideres

Información básica sobre privacidad

Responsable: FARMACIA VICENTE VERDEJO HERNÁNDEZ. Finalidad: contestar a tus consultas, solicitudes o peticiones. Legitimación: por tu consentimiento expreso. Destinatarios: no se cedrán datos a terceros, salvo obligación legal. Derechos: tienes derecho a acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos indicados en la información adicional. Más información en nuestra política de privacidad

☐ He leído y acepto la política de privacidad

ENVIAR

## QUÉ OCURRE

El usuario cree que completará una reserva, pero solo envía una petición y queda pendiente de respuesta. La expectativa creada por el CTA no coincide con el resultado del recorrido.

## MEJORA RECOMENDADA

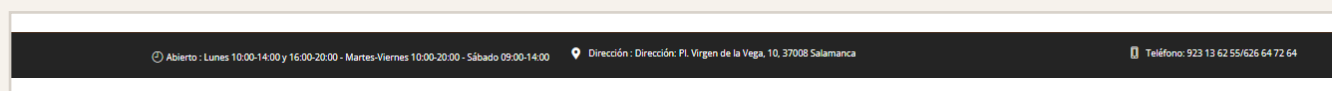
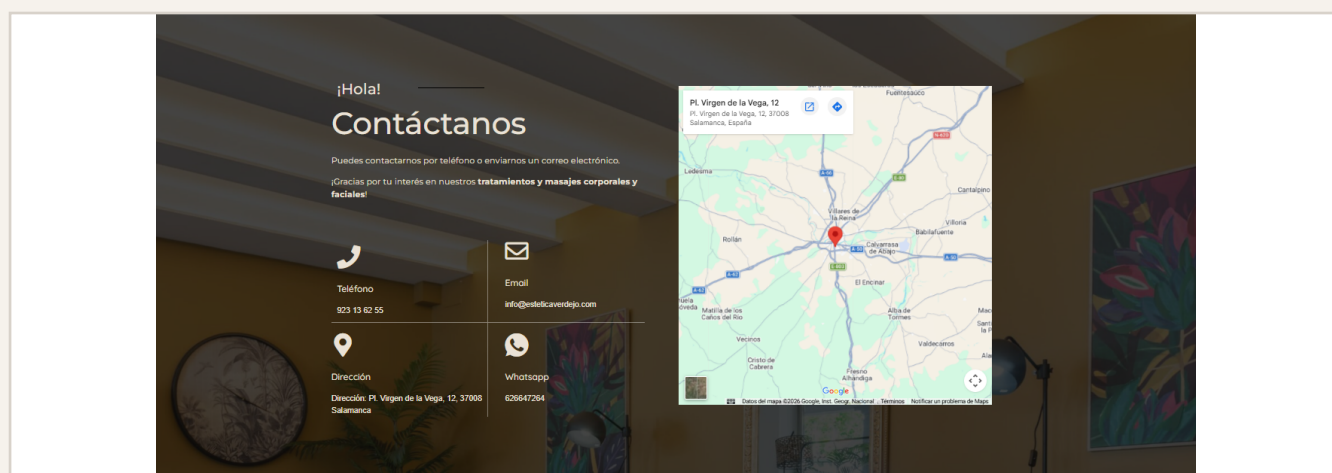
Opción 1: integrar agenda con disponibilidad real, selección de tratamiento, profesional, fecha y hora, y confirmación automática. Opción 2: si se mantiene el formulario, sustituir el CTA por «Solicitar cita» e indicar el plazo y canal de confirmación.

## HALLAZGO 03

## PRIORIDAD URGENTE

# La dirección y el horario cambian según la sección

La información práctica no es consistente. La página de contacto sitúa el centro en el número 12, mientras que otras zonas indican el número 10. El sábado también figura con horarios distintos: 10:00-14:00 y 09:00-14:00.



## CONTRADICCIONES VERIFICADAS

DIRECCIÓN: Nº 12 / Nº 10

SÁBADO: 10-14 / 09-14

## MEJORA RECOMENDADA

Confirmar la dirección y el horario oficiales; corregir todas sus apariciones y alinearlas con Google Business Profile. Conviene administrar estos datos desde una única fuente para evitar discrepancias futuras.

## ORDEN RECOMENDADO

# Próximos pasos

### 01 AHORA

## Unificar dirección y horarios

Evita que una persona reciba datos incompatibles antes de desplazarse o contactar.

### 02 DESPUÉS

## Alinear el CTA de reserva

Implantar agenda real o comunicar con precisión que se trata de una solicitud de cita.

### 03 EVOLUCIÓN

## Desarrollar fichas de tratamientos

Facilitar la comparación y orientar al usuario por necesidades, no solo por nombres técnicos.

## CRITERIO DE ESTA REVISIÓN

Esta mini auditoría no pretende rediseñar la web completa. Prioriza tres fricciones visibles y demostrables que pueden corregirse de forma progresiva.

Claridad antes que complejidad.