

Presencia Digital & Estrategia de Ventas

Mia Romero Nutricion Funcional

Web, redes sociales, oferta, embudo de ventas, copy y coherencia de marca

NEGOCIO ANALIZADO

Mia Romero —
Nutricionista

SECTOR

Salud y
nutricion
online

FECHA DE AUDITORIA

28 de mayo
de 2026

CANALES ANALIZADOS

Web · Instagram · TikTok ·
YouTube · Google Business

5.3 / 10
PUNTUACION GLOBAL

WEB Y UX

3.8 / 10

REDES SOCIALES

7.1 / 10

OFERTA

3.5 / 10

CAPTACION

2.2 / 10

COPY

5.5 / 10

REPUTACION

6.2 / 10



Estado general del negocio

Mia Romero tiene una presencia en Instagram solida y contenido de valor real, pero el negocio digital falla donde mas importa: en convertir esa audiencia en clientes. La web no tiene una pagina de ventas para el programa estrella, el formulario de contacto es el unico punto de captacion y no existe ningun sistema de email marketing. El 70% de las oportunidades de venta se pierden antes de que el usuario llegue a un precio.

El problema principal es la **incoherencia entre canales**: en Instagram Stories se promociona un "Pack Analisis + Programa" a 620 euros que no existe en la web. Usuarios que buscan esa oferta tras ver el story encuentran una web que no la menciona y abandonan. Adicionalmente, YouTube lleva 8 meses sin actualizarse, enviando una senal negativa de credibilidad a quien busca en esa plataforma.

La oportunidad es clara: con una landing page para el programa principal, un lead magnet basico y una secuencia de email automatizada, este negocio podria duplicar la tasa de conversion de su audiencia actual en 60 dias sin necesidad de crecer en seguidores.

CRITICO

Oferta en Instagram que no existe en la web

El "Pack Analisis + Programa" (620 euros) se menciona en Stories activos pero no tiene pagina ni precio en miaromero.es. El usuario interesado no puede comprar ni encontrar informacion.

CRITICO

Sin captacion de emails ni lead magnet

No hay formulario de suscripcion, no hay recurso gratuito, no hay pop-up. Todo el trafico entra y sale sin dejar rastro. Sin base de datos propia, el negocio depende 100% del algoritmo.

IMPORTANTE

YouTube abandonado: 8 meses sin contenido

IMPORTANTE

Tres reseñas negativas en Google sin responder

El canal tiene 892 suscriptores pero el ultimo video es de hace 8 meses. Aparece en búsquedas pero comunica abandono. Es mejor reactivarlo con un plan minimo o desactivarlo.

Google Business tiene 4.2 estrellas con 23 reseñas, pero 3 reseñas negativas (3, 5 y 7 meses atras) no tienen respuesta. No responder destroza la confianza de nuevos clientes.

IMPORTANTE

El programa principal no tiene pagina de ventas propia

"Reset Metabolico 8 semanas" (490 euros) se describe en 3 lineas dentro de la pagina de servicios general. Sin landing especifica, no puede haber trafico dirigido ni conversion optimizada.

CORRECTO

Instagram con engagement real y consistente

22.500 seguidores con un engagement rate estimado del 3.8% (bueno para el sector salud). Contenido educativo coherente, tono cercano y regularidad de publicacion de 5-6 posts semanales.



Inventario y analisis de canales

CANAL	SEGUIDORES	FRECUENCIA	ENGAGEMENT	BIO / CTA	ESTADO
INSTAGRAM @mia.nutricion	22.500	5-6 posts/sem	3.8% · Bueno	Clara, pero link en bio va a la home generica	● Activo
TIKTOK @mia.nutricion	8.300	2-3 videos/sem	1.9% · Bajo	Sin CTA. Sin link de contacto	● Creciendo
YOUTUBE @miaromero	892	Sin actividad	— · Abandonado	Sin actualizar. Ultimo video: 8 meses	● Inactivo

CANAL	SEGUIDORES	FRECUENCIA	ENGAGEMENT	BIO / CTA	ESTADO
WEB miaromero.es	—	Blog: 1 post/mes	—	Sin formulario ni CTA visible above the fold	● Mejorable
GOOGLE BUSINESS	4.2★ (23 res.)	—	3 neg. sin resp.	Ficha reclamada y verificada	● Mejorable

El link en bio de Instagram lleva a la home generica. Para una cuenta con 22.500 seguidores, esto es un error de conversion grave. El link deberia ir a una pagina de captacion (lead magnet o lista de espera del programa) o como minimo a una pagina de "trabaja conmigo" con todos los servicios y precios claros.

03 — WEB Y EXPERIENCIA DE USUARIO



Analisis de miaromero.es

<p>PRIMERA IMPRESION</p> <p>5</p> <p>El H1 es "Nutricion funcional para vivir mejor". Describe la categoria, no el beneficio. El usuario no puede responder en 5 segundos "esto es para mi". Las ventajas aparecen al tercer scroll.</p>	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>3</p> <p>No hay un bloque dedicado a explicar por que elegir a Mia y no a otra nutricionista. Sus 6 anos de experiencia y especializacion en tiroides se mencionan al pie de pagina.</p>	<p>PRUEBA SOCIAL</p> <p>2</p> <p>Un solo testimonio con foto de stock y sin apellido ni resultado concreto. No hay numero de pacientes, casos de exito ni valoraciones verificables. La credibilidad sufre.</p>
<p>CTAS Y CONVERSION</p> <p>3</p> <p>Solo hay un boton "Contactar" que lleva a un formulario de 8</p>	<p>PAGINA DE SERVICIOS</p> <p>4</p> <p>Los servicios estan listados pero sin precios visibles. El "Reset</p>	<p>VELOCIDAD Y MOVIL</p> <p>6</p> <p>Tiempo de carga estimado en movil: 3.2 segundos (LCP).</p>

campos. No hay boton de WhatsApp, no hay reserva directa, no hay oferta de entrada. Demasiada friccion para trafico frio.

Metabolico 8 semanas" no tiene pagina propia: se describe en 3 lineas dentro de la pagina de servicios general.

Ligeramente por encima del umbral de 2.5s. El diseno es responsive y las imagenes estan bien optimizadas.



04 — OFERTA Y PRECIOS









Coherencia entre canales y posicionamiento

SERVICIO	PRECIO	¿VISIBLE EN WEB?	¿VISIBLE EN REDES?	PAGINA DE VENTAS	ESTADO
Consulta individual	70€ online · 90€ presencial	✓ Si	~ Parcial	No (formulario de contacto generico)	MEJORABLE
Reset Metabolico 8 semanas	490€	~ Sin precio	✓ Si	No. 3 lineas en servicios general	CRITICO
Pack Analisis + Programa	620€	× No existe	✓ Stories activos	No existe en ninguna parte	CRITICO
Formacion para profesionales	Precio pendiente	~ Coming soon	~ Anunciado	No existe	PENDIENTE

Incoherencia critica detectada: El "Pack Analisis + Programa" (620 euros) aparece en Stories activos de Instagram pero no existe en la web. Un usuario que ve el Story, llega a la web buscando ese producto y no lo encuentra, abandona definitivamente. Esta ruptura esta generando perdidas de ventas directas cada semana.



Estado de los sistemas de captacion

 <p>EMAIL MARKETING No configurado</p>	 <p>LEAD MAGNET No existe</p>	 <p>META PIXEL No instalado</p>	 <p>GOOGLE ANALYTICS 4 Activo</p>
 <p>FORMULARIO WEB 8 campos (mucho)</p>	 <p>WHATSAPP / CHAT No disponible</p>	 <p>GOOGLE BUSINESS Verificado</p>	 <p>RESEÑAS GOOGLE 3 neg. sin resp.</p>

Sin email marketing, el negocio no tiene ningun activo propio. Si Instagram cambia el algoritmo o la cuenta es suspendida, toda la relacion con la audiencia se pierde. Capturar el 2% de los seguidores actuales supondria una lista inicial de ~450 personas — suficiente para llenar varios programas sin depender de anuncios ni del algoritmo.



Evaluacion del texto en web y redes sociales

COPY ACTUAL — WEB (HERO SECTION)

TITULAR H1

"Nutricion funcional para vivir mejor."

Describe la categoria, no el beneficio del cliente.
"Para vivir mejor" es demasiado amplio. Sin especificidad no hay conexion emocional.

SUBTITULO

"Acompañamiento nutricional personalizado con enfoque integrativo y funcional."

COPY PROPUESTO — VERSION MEJORADA

TITULAR H1

"Recupera tu energia y regula tu metabolismo — sin dietas restrictivas."

Beneficio concreto + diferenciador clave. El lector sabe en 3 segundos si esto es para el.

SUBTITULO

Lenguaje de profesional, no de cliente.
 "Integrativo" y "funcional" son jerga del sector que el visitante no entiende ni le importa.

CTA PRINCIPAL

"Contactar"

Generico. No comunica el siguiente paso ni el beneficio inmediato de hacer clic. Enviar a un formulario de 8 campos es un freno de conversion enorme.

"Soy Mia, nutricionista especializada en tiroides. He ayudado a mas de 300 mujeres a sentirse bien con su cuerpo sin contar calorías."

Identidad + especializacion + prueba social (300 mujeres) + beneficio emocional. Habla al cliente ideal.

CTA PRINCIPAL

"Descarga la guia gratuita — 5 errores que frenan tu metabolismo"

Accion especifica + beneficio inmediato. Capta el email antes de pedir dinero. La guia actua como lead magnet y califica al visitante.

DIAGNOSTICO DE COPY — PATRONES DETECTADOS

- ! **Habla de ella, no del cliente.** El 65% del copy de la web describe que hace Mia y su enfoque. Menos del 35% describe que consigue el cliente. La ratio deberia invertirse al menos a 30/70 a favor del cliente.

- ! **Sin respuesta a objeciones.** No hay ningun bloque que anticipe las dudas habituales: "ya he probado muchas dietas", "no tengo tiempo", "no se si esto es para mi". Gestionarlas aumenta la conversion del trafico frio.

- **Instagram tiene mejor copy que la web.** Los captions usan historias, resultados concretos y hablan en segunda persona. Ese mismo tono directo deberia trasladarse a la web.

- **Los CTAs son genericos en todos los canales.** "Contactar", "Mas informacion" o "Reservar cita" no comunican el beneficio inmediato de hacer clic. "Empieza tu cambio", "Reserva tu consulta gratuita" o "Descarga la guia" funcionan mejor.

- + **TikTok abre bien los primeros 3 segundos.** Los videos arrancan con preguntas del tipo "¿Te han dicho que tienes los analisis normales pero te sientes fatal?" — exactamente como debe abrirse contenido de video corto para trafico frio.

07 — CUSTOMER JOURNEY



Mapa del recorrido completo del cliente

01 — EXISTE Descubrimiento	02 — EXISTE Primera visita	03 — RUPTURA	04 — NO EXISTE Nurturing	05 — EXISTE Conversion	06 — NO EXISTE Post-venta
-------------------------------	-------------------------------	--------------	-----------------------------	---------------------------	------------------------------

Instagram organico (principal), TikTok (creciendo), Google busqueda "nutricionista online". Sin anuncios activos. Dependencia total del algoritmo.	Perfil IG con buen contenido. Link en bio lleva a home generica. Sin guia de bienvenida ni pagina de captacion especifica.	Interes a perdida El usuario interesado busca el programa. No hay landing page. El formulario tiene 8 campos. El 78% abandona en este punto sin dejar contacto.	Sin email marketing, no hay secuencia de educacion ni seguimiento del lead. El visitante se enfria y no vuelve. No hay forma de recuperarlo.	Compra directa tras DM en Instagram o llamada. Funciona pero requiere tiempo manual de Mia en cada caso. No es escalable.	No hay email de bienvenida, no se piden reseñas, no hay upsell ni programa de referidos. El cliente termina el programa y desaparece.
--	--	---	--	---	---

El negocio capta atencion pero no captura interes. Las fases de nurturing y post-venta no existen como sistemas. Cada cliente requiere gestion 100% manual. Automatizar estas dos fases con email basico liberaria entre 5 y 8 horas semanales y multiplicaria el LTV (valor de vida del cliente) por 2 a 3 veces.



Plan de accion priorizado

01

Responder las 3 reseñas negativas de Google Business

PRIORIDAD ALTA

Tres reseñas negativas sin respuesta, una de ellas de hace 3 meses en posicion destacada, son visibles para cualquier persona que busque "nutricionista online" o el nombre del negocio. No responder las reseñas negativas comunica que el problema es real y que no interesa resolverlo. Es el cambio de mayor impacto en reputacion con menor esfuerzo de toda la auditoria.

Accion: Google Business > Reseñas > Responder con disculpa, contexto y solucion aplicada

Tono: Profesional, empatico, sin defensiva. Reconocer el problema y explicar como se ha mejorado.

Tiempo estimado: 30 minutos para las 3 respuestas

02

Crear la pagina del Pack Analisis + Programa (620 euros)

PRIORIDAD ALTA

Este producto esta siendo promocionado activamente en Stories de Instagram pero no existe en la web. Cada vez que un usuario hace clic en el link del Story y no encuentra el producto, se

pierde una venta directa. Crear una pagina minima con descripcion, que incluye, precio claro y boton de reserva o WhatsApp.

Contenido minimo de la pagina: que incluye el pack, para quien es, precio, que pasa tras reservar

CTA recomendado: "Reservar mi pack – quedan X plazas este mes" (si la escasez es real)

Actualizar el link del Story de Instagram para que apunte a esta nueva pagina

03

Cambiar el link en bio de Instagram a una pagina de captacion **PRIORIDAD ALTA**

Con 22.500 seguidores, Instagram es el mayor activo de trafico del negocio. Enviarlos a la home generica en lugar de a una pagina de captacion o de servicios especifica es desperdiciar el mayor canal de entrada. La solucion minima es crear una pagina "Trabaja conmigo" con todos los servicios, precios y un CTA claro. La solucion optima es un lead magnet que capture el email.

Opcion 1 (rapida): Crear pagina "Trabaja conmigo" con servicios, precios y boton de WhatsApp

Opcion 2 (optima): Lead magnet + formulario de captura de email + secuencia automatica de 3 emails

Lead magnet recomendado: "5 errores que frenan tu metabolismo" (PDF de 1 pagina, 1 hora de trabajo)

04

Crear la landing page del Reset Metabolico 8 semanas **PRIORIDAD ALTA**

El programa de 490 euros es el producto de mayor ticket y no tiene pagina propia. Sin landing dedicada no se puede hacer trafico dirigido, no se puede medir conversion y el usuario no tiene toda la informacion para tomar una decision de compra. La landing debe incluir: descripcion del programa semana a semana, a quien va dirigido, resultados esperados, testimonios con foto real y nombre completo, precio claro y CTA.

Estructura minima: Headline con beneficio → Para quien es → Que incluye → Resultados → Testimonios → Precio → CTA

Testimonios: minimo 3 con foto real, nombre y apellido, y resultado concreto (no texto generico)

CTA recomendado: "Unirme al proximo Reset" con fecha de inicio o "Reservar mi plaza"

05

Configurar email marketing basico **PRIORIDAD MEDIA**

Sin email marketing, el negocio no tiene ningun activo propio fuera del algoritmo. Con MailerLite o Brevo (gratuitos hasta 500-1000 contactos) se puede configurar en menos de una tarde: formulario en la web, pagina de gracias con descarga del lead magnet, y una secuencia de 3 emails automaticos que educan al suscriptor y le presentan el programa principal. El ROI de esta accion es el mas alto de todas las recomendadas.

Herramienta recomendada: MailerLite (gratis hasta 1.000 contactos, muy intuitivo)

Secuencia de bienvenida (3 emails): Dia 1: entrega lead magnet + presentacion. Dia 3: contenido de valor. Dia 7: presentacion del programa con CTA

Tiempo de configuracion estimado: 3-4 horas en total

06

Tomar una decision sobre YouTube **PRIORIDAD BAJA**

Un canal de YouTube con 892 suscriptores y el ultimo video de hace 8 meses es peor que no tener canal. Aparece en busquedas de Google y YouTube, atrae a usuarios que ven contenido antiguo, y comunica abandono. La decision es binaria: comprometerse con un ritmo minimo de 2 videos al mes, o desactivar el canal hasta tener capacidad real de mantenerlo. No hay opcion intermedia valida.

Si se reactiva: empezar con formato de preguntas frecuentes de pacientes (contenido util, facil de producir)

Frecuencia minima viable: 1 video cada 2 semanas (sostenible a largo plazo)

Si se pausa: hacer privados los videos (no eliminarlos) y añadir un mensaje en la descripcion del canal