

# INFORME DE LA PÁGINA WEB PARA LA MARCA HIDRAL

INTRODUCCIÓN: Este informe consolida la revisión exhaustiva de la interfaz y estructura de la página web de Hidral (Portada, Sección de Productos y Vista Detalle). El análisis se ha organizado en torno a dos premisas comerciales críticas: la optimización del flujo de navegación para un público tradicional (dueños de ferreterías, distribuidores y especialistas) con baja adopción digital, donde la sencillez y el redireccionamiento inmediato al canal humano son esenciales para la conversión; y la visibilidad estratégica de las especificaciones técnicas para construir confianza en el sector.

## I. SECCIÓN PORTADA Y SEGUNDO BLOQUE ("TODO LO QUE NECESITAS SABER")

### 1. Observaciones para Corregir:

➔ **Menú duplicado en el cuerpo de la web:** En la sección de la portada, las 3 tarjetas duplican exactamente las secciones del menú superior (*Beneficios*, *Aplicaciones* y *Blog*). Para captar el interés inmediato del ferretero, se sugiere corregir este bloque y **reemplazarlo por accesos directos a las líneas de producto reales de Hidral** (no se considera la pestaña de “Nosotros” porque es pieza fundamental en el encabezado). Las tarjetas visuales deben segmentarse de forma clara como:

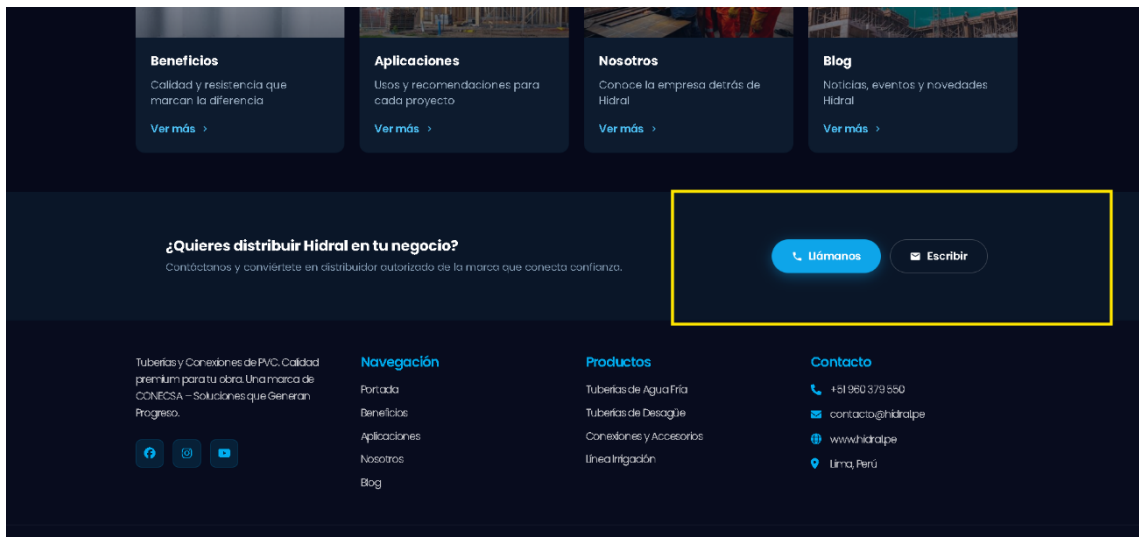
- *Línea Sanitaria* (Agua Fría y CPVC)
- *Línea de Alcantarillado* (Tubería de Desagüe Naranja)
- *Línea Eléctrica* (Tuberías y Canaletas de PVC)
- *Conexiones y Accesorios*



- ➔ Se tiene "Conoce los Beneficios" y "Sobre nosotros" juntos. Cuando le das dos opciones de igual peso visual al usuario, generas parálisis por análisis. El botón principal debe agregarse y redireccionar a lo que más le importa al ferretero o especialista: **"Ver Catálogo"**. "Sobre nosotros" puede ser un enlace de texto más discreto o enviarse directo al menú superior.

## 2. Puntos para Agregar:

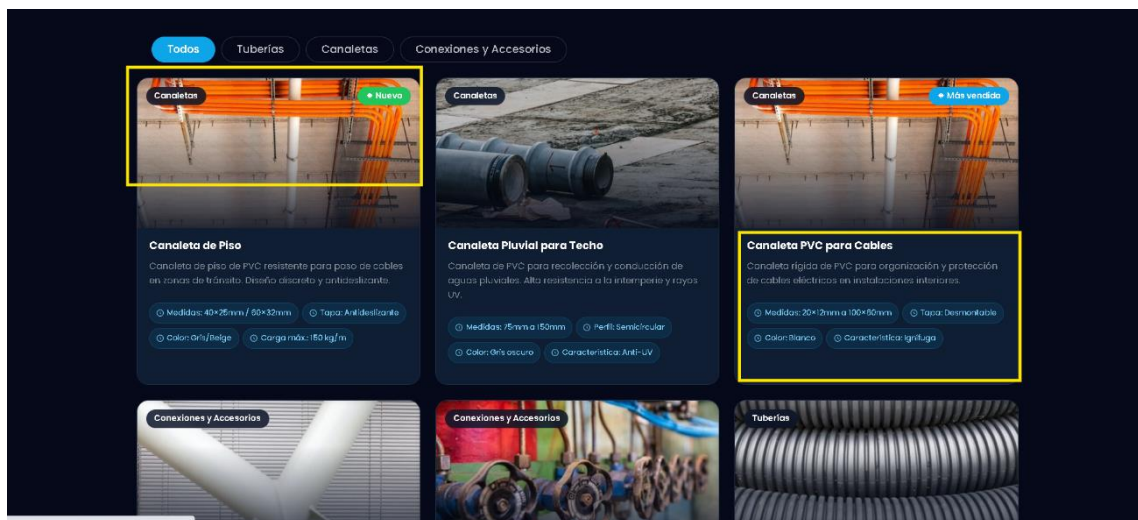
- **Botón de Acción Directa de WhatsApp en todas las secciones:** Sabiendo y conociendo que los ferreteros hoy en día no suelen ser tecnológicos, ellos prefieren evitar formularios extensos, se debe agregar un botón principal, grande y con el color característico de WhatsApp en la portada que diga: **"Cotizar por WhatsApp (Envía tu lista aquí)"**. La acción abrirá un chat directo con un mensaje predeterminado. Esto permite al cliente tomar una foto a su cuaderno o lista escrita a mano y enviarla en un solo clic.
- **Cambiar el botón de escribir (correo electrónico):** Realizar corrección en el botón "Escribir" por un botón de "Escribir por WhatsApp" o que el botón redirija al chat de WhatsApp.



## I. SECCIÓN DE PRODUCTOS:

- ➔ **Darles prioridad visual a las líneas principales del negocio:** En las pestañas de filtro (*Todos, Tuberías, Canaletas, Conexiones*), la categoría "Canaletas" aparece antes que "Conexiones y Accesorios". Para este rubro, las conexiones y accesorios son complementos críticos que se venden junto con las tuberías principales. El orden de las pestañas debería reflejar la prioridad comercial del catálogo.
- ➔ **Añadir un botón de llamado a la acción (CTA) directo en cada tarjeta:** Actualmente, las tarjetas de producto solo muestran especificaciones técnicas de manera informativa, pero no le dicen al usuario qué hacer a continuación. Cada tarjeta debería incluir un botón claro y directo que diga **"Cotizar por WhatsApp"** o **"Consultar Stock"** para que el cliente tradicional no tenga que adivinar cómo comprar o que pueda tener comunicación directa con la central de ventas.

- ➔ **Incluir un botón visible para descargar la Ficha Técnica (opcional):** El ferretero y el maestro de obra necesitan validar las especificaciones, diámetros y certificaciones oficiales antes de recomendar o comprar una marca. Colocar un enlace o botón de "Descargar Ficha Técnica" (en formato PDF) dentro de cada producto o en la cabecera es fundamental para generar confianza técnica.
- ➔ **Mejorar el contraste y legibilidad de las especificaciones:** Las características técnicas en la parte inferior de las tarjetas (como *Medidas, Color, Carga máx.*) están dentro de píldoras azules con un texto blanco muy pequeño y delgado. Sobre el fondo marino oscuro, esto genera fatiga visual. Es necesario aumentar el tamaño de la fuente perfectamente y no forzar la lectura.
- ➔ **Hacer más visibles las etiquetas destacadas ("Nuevo" y "Más vendido"):** Estas etiquetas son excelentes disparadores psicológicos para los comerciantes (les ayuda a saber qué productos rotan más rápido en el mercado). Sin embargo, son muy pequeñas y se confunden con la imagen de fondo. Deberían tener un diseño más sólido y limpio para captar la atención de inmediato.



## II. SECCIÓN DEL PRODUCTO:

- ➔ **Añadir el botón de conversión principal de inmediato:** La vista actual del producto carece de una llamada a la acción clara. Es fundamental colocar un botón grande, contrastante y prioritario justo debajo de la descripción corta que diga "Cotizar por WhatsApp", facilitando el inicio de la negociación tradicional.
- ➔ **Visibilizar la descarga de la ficha técnica:** En lugar de esconder los datos clave dentro de la pestaña desplegable "Información adicional", se debe añadir también un botón directo de "Descargar Ficha Técnica (PDF)". Para un especialista, la información técnica, los diámetros y las normas son lo primero que busca para validar el producto.



## Canaleta de Piso

Canaleta de piso de PVC resistente para paso de cables en zonas de tránsito. Diseño discreto y antideslizante.

SKU: HID-CAN-FIS Categoría: Canaletas Etiqueta: Nuevo

### - Descripción

Canaleta de piso fabricada en PVC de alta resistencia para el paso seguro de cables en zonas de tránsito peatonal. Diseño discreto con tapa antideslizante. Soporta hasta 150 kg/m.

### + Información adicional

### + Valoraciones 0

➔ **Optimizar el bloque de "Productos relacionados":** Mostrar sugerencias, pero las tarjetas inferiores repiten los mismos problemas de contraste del texto azul pequeño sobre fondo oscuro detectados anteriormente. Deben limpiarse visualmente para mantener una lectura rápida; y también agregar productos sugeridos de acuerdo al catálogo para poder generar un cross-selling.