GUÍA DE GENERACIÓN DE IDEAS DE CONTENIDO

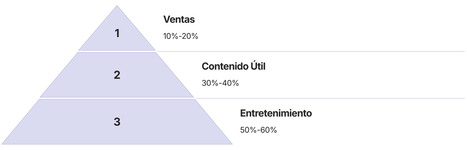
El desafío de la creación de contenido es que, aunque se tenga una idea profunda y clara, si no se presenta bien, se convierte en algo incomprensible o aburrido. Por esta razón, la creación de buen contenido es una **habilidad** que se entrena con **práctica y observación**, y no se debe depender de la espontaneidad.

La situación de que "no hay nada que grabar" es inexistente. Una **vida interesante no es lo mismo que buen contenido**; el contenido se crea, no se espera.

A continuación, se presenta una guía completa sobre **de dónde sacar ideas** para tu contenido, estructurada por fuentes de inspiración y etapas estratégicas, especialmente enfocada en Instagram Stories y lanzamientos.

I. Principios Fundamentales para Generar Ideas

Para generar ideas de forma constante, es crucial tener clara tu estrategia de contenido, que debe estar equilibrada:



El objetivo de este contenido no es "enseñar a las personas," sino **despertarles interés** a través de **emociones, intriga, deseo e inspiración**.

Tipos de Contenido por Fuente de Ideas

Existen tres tipos de contenido que sirven como base para tu banco de ideas:

En el Momento

Inspiración espontánea, un problema que surge, o un mensaje directo (DM) interesante.

Planificado

Historias personales, lecciones aprendidas, o contenido educativo pensado con antelación.

Momentos Guiados

Historias con un *storytelling* claro, como documentar una compra o una experiencia.

Si no está ocurriendo nada interesante durante el día, puedes recurrir a tu **banco de ideas** para mantener el ritmo de *stories*, hablar desde tu *expertise*, o compartir lo que esté ocurriendo en ese momento.

II. El Banco de Ideas: Planificación y Organización

La planificación del contenido debe cubrir el día, la semana y el mes. Se recomienda **planificar con antelación** y usar herramientas como **Notion o una aplicación de notas** para estructurar tus ideas.

El calentamiento eterno (*calentamiento*) se recomienda que se realice **300 días al año**.

Estructura de tu Banco de Ideas

Debes organizar tus ideas en categorías específicas para asegurar la variedad de temas y significados que transmites:

1

Contenido Diario

Plan del día, ideas sueltas, pensamientos clave.

2

Personalidad

Valores, errores, miedos, aprendizajes personales.

3

Vida

Rutinas, lugares, personas cercanas, estilo de vida.

4

Expertise

Lo que sabes, cómo lo haces, testimonios, análisis.

5

Ventas

Proceso de creación del producto, beneficios, resultados, fechas clave.

Principios de contenido: También es importante **no cambiar de tema** y **mostrar tu crecimiento**.

III. Ideas Basadas en las 8 Etapas del Calentamiento

El calentamiento consiste en historias que llevan a la audiencia desde la etapa de "¿Quién eres?" al estado de "¡Quiero comprar!". Las ideas deben fluir a través de ocho etapas estratégicas:

1. Crear un contexto

Transmite: Pedro trabaja haciendo páginas web. Muestra cómo creas una web o intercambias experiencias.

2. Calentamiento de la personalidad

Transmite: Pedro es de fiar. Muestra tus problemas y soluciones, o historias personales.

3. Calentamiento del nicho

Transmite: El nicho es un trabajo de ensueño. Muestra la vida exitosa de un especialista, o cómo trabajas desde cualquier lugar.

4. Calentamiento del expertise

Transmite: Pedro es un experto. Muestra tus mejores trabajos, reseñas, o un challenge analizando webs.

5. Cierre de objeciones

Transmite: Es fácil si sigues los pasos. Demuestra facilidad llevando a seguidores a resultados en un mes.

6. Calentamiento hacia el curso gratuito

Muestra capturas de seguidores pidiendo un curso, o anuncia fechas y programa del webinar gratuito.

7. Calentamiento para el curso

Muestra los resultados para estudiantes y anuncia las **plazas limitadas**.

8. Ventas

Detalles del curso, **garantías**, plazas limitadas, pagos a cuotas, y la **transformación** personal.

IV. Ganchos y Storytelling (Ideas para el "Hook")

El **90% de tu esfuerzo** debe ir en las primeras tres historias para captar la atención. Estos ganchos deben ser cortos y atractivos:

- Intriga y Drama

  "Hoy les quiero contar algo por lo que casi me pongo a llorar hace tres días", "Esta noticia va a marcar un antes y después En mi Instagram", "¿A que no son capaces de adivinar por qué estoy tan feliz/triste/enfadado", "Algo no salió como planeamos".

- Logro y Aspiración

  "Hoy voy a cumplir un sueño", "Por fin he conseguido lo que tanto quería" (ej. independizarme o conseguir este cliente), Mostrar la **vida viajando** o la vida de ensueño.

- Vulnerabilidad y Conexión

  "Quiero compartirles mi mayor miedo", "Esta es la dura realidad de X" (ej. trabajar en pareja o vivir en Dubái), Contar una **conversación sincera** sobre tu estado de ánimo.

V. Ideas para Aumentar el Engagement y las Visualizaciones

El algoritmo premia la interacción. Estas ideas y temas ayudan a generar ese interés y retención:

Temas que Naturalmente Generan Vistas

- Temas Provocativos

  Sexo, alcohol, dinero, relaciones (manejados con cuidado y relevancia).

- Cambio

  Mostrar un **cambio de look** (peinado, ropa, musculatura) o un **cambio de ubicación** (viajes, mudanzas, hoteles).

- Emoción y Vulnerabilidad

  Historias con **drama o evolución** (pasado vs. presente, dificultades superadas). **Cuantos más problemas, incertidumbres, miedos y dificultades puedas recordar y mostrar, mejores serán tus ventas**.

- Análisis de *Hate*

  Comentar sobre un conflicto o polémica.

- Humor ligero

  El humor relaja y genera más vistas.

Ideas Interactivas (Usando Stickers)

Utiliza los *stickers* para generar *feedback* y micro validaciones rápidas:

Encuestas (Polls)

Pedir la opinión de la audiencia sobre temas divertidos o ideas de producto, o para **micro validaciones rápidas y públicas**.

Preguntas (AMA)

Abrir un *Ask Me Anything* para resolver dudas o hablar sobre los valores de la marca.

Cuestionarios (Quiz)

Poner a prueba los conocimientos de los seguidores (ej. desmentir mitos sobre el cuidado de la piel).

Cuenta Regresiva (Countdown)

Anunciar lanzamientos, eventos en vivo, o el **cierre de un registro**. Permite identificar clientes potenciales.

Repostear UGC

Volver a publicar contenido generado por usuarios para generar **prueba social** y conectar de forma auténtica.

Made with GAMMA