GUÍA PRÁCTICA + BIBLIOTECA DE HERRAMIENTAS

# Te damos la bienvenida. Empieza tu camino aquí.

**Gracias por estar aquí.** Si tienes este archivo en tus manos es porque tienes algo valioso que ofrecer —un conocimiento, una experiencia, un producto— y quieres que llegue a quien lo necesita. Ese es justo el camino que vamos a recorrer contigo.

No hace falta saber de marketing ni de diseño, ni mostrar tu cara. Solo necesitas leer, aplicarlo a tu caso y avanzar, una pieza cada vez y a tu ritmo.

En este archivo tienes dos partes que se acompañan:

PARTE 1

### Guía práctica

Cinco módulos paso a paso: Mercado, Faceless, Marca, Contenido y Herramientas, con ejemplos y un ejercicio en cada lección.

5

PARTE 2

### Biblioteca de herramientas

10 recursos listos para usar, a partir de la página 50. La Guía práctica te indica cuál usar en cada momento.

10

CÓMO EMPEZAR

1. **Haz tu diagnóstico**
   En la página 3: marca cómo estás hoy en cada módulo.
2. **Avanza módulo a módulo**
   En orden: cada uno se apoya en el anterior.
3. **Usa el recurso indicado**
   Cada módulo te dice qué recurso de la Biblioteca abrir.

Estamos contigo en cada paso.
Si tienes cualquier duda, escríbenos a **hola@feyra.online**.

**Con cariño,**
el equipo de Feyra

ANTES DE EMPEZAR

# Cómo usar la Guía práctica

Esta guía te enseña a construir los cinco módulos, uno por uno, aplicados a tu profesión o a tu negocio.

## ES PARA TI SI…

- Eres **profesional independiente** y quieres que te encuentren más clientes.
- Tienes un **comercio** y quieres llegar a gente nueva por redes.
- Eres **estudiante** y quieres empezar a mostrar lo que sabes hacer.
- Tienes una **habilidad** que quieres convertir en ingresos.

## CINCO MÓDULOS, UN CAMINO

1. **Mercado**
   Tu cliente ideal y la necesidad que resuelves. **Resultado:** una frase que explica a quién ayudas.
2. **Faceless**
   Tu estrategia de presencia, con o sin cara. **Resultado:** presencia profesional que no depende de tu imagen.
3. **Marca**
   Historia, mensaje, personalidad e identidad visual. **Resultado:** una marca que se reconoce en tres segundos.
4. **Contenido**
   Pilares, objetivos y calendario. **Resultado:** sabes qué publicar cada semana.
5. **Herramientas**
   Tu sistema para crear, responder y vender. **Resultado:** un negocio que atiende aunque no estés conectado.

## CÓMO ESTÁ ARMADO CADA MÓDULO

- **El problema** que resuelve y lo que pasa en realidad.
- **Lecciones cortas** con ejemplos de distintos oficios y comercios.
- **Un ejercicio** para aplicarlo a tu caso. Ten a mano papel y lápiz, o un documento nuevo.
- **Un resultado** concreto para cerrar el módulo.

PUNTO DE PARTIDA

# Tu diagnóstico en 2 minutos

Marca una casilla por fila. Es una foto de hoy, no una nota.

| Módulo | Lo tengo claro | Más o menos | Todavía no |
|---|---|---|---|
| **Mercado:** sé para quién y para qué | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Faceless:** sé cómo quiero mostrarme | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Marca:** me reconocen sin mi logo | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Contenido:** cada publicación tiene un propósito | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Herramientas:** mi sistema trabaja por mí | ☐ | ☐ | ☐ |

Los módulos funcionan juntos. Si falta uno, los demás pierden fuerza:

- Sin mercado = contenido sin destinatario
- Sin marca = difícil de recordar
- Sin contenido = perfil vacío
- Sin herramientas = todo depende de ti

LO QUE VAS A DESCUBRIR

**Las filas donde marcaste "todavía no" son tu punto de partida. No te saltes ningún módulo: cada uno se apoya en el anterior.**

? Cuando termines el Módulo 5, vuelve a esta página y repite el diagnóstico. Compara las dos fotos.

01 **MERCADO**

# ¿Para quién es lo que haces?

Es el primer módulo porque ordena todos los demás. Sin él, todo lo que publiques le habla a nadie en particular.

### ¿TE SUENA?

*«Atiendo a cualquiera que me llame... y termino compitiendo solo por precio.»*
**CONTADOR**

*«Hago contenido de fitness para todo el mundo, pero nadie me escribe.»*
**PERSONAL TRAINER**

*«Mis clientes son los del barrio. No sé cómo llegar a otros.»*
**COMERCIO**

### LO QUE PASA EN REALIDAD

«Contabilidad», «fitness» o «ropa» no son mercados: son **temas**. Un mercado aparece cuando unes lo que sabes con personas concretas que tienen una necesidad concreta. Y una misma persona puede estar en muchos mercados según el problema que le quieras resolver.

La buena noticia: tu mercado no empieza mirando afuera. Empieza en ti: en lo que sabes, en lo que ya resolviste y en lo que la gente te pregunta una y otra vez.

### LO QUE RESUELVE ESTE MÓDULO

**Cuando sabes para quién y para qué, todo lo demás (qué publicar, qué ofrecer, cómo hablar) se vuelve mucho más fácil.**

### EN ESTE MÓDULO VAS A RECORRER

1. Tu punto de partida: tu porqué
2. Conócete a ti mismo
3. Qué te define: formación, experiencia, talento
4. Identifica tus fortalezas
5. Del tema al mercado
6. Tu Ikigai: cruzar pasión y mercado
7. ¿Hay interés real? Valida antes de invertir
8. Conoce a tu cliente ideal
9. Mira a tu competencia sin compararte
- ✓ Cierre: tu frase de mercado

? Completa la frase: «Ayudo a _____ que necesitan _____». Si te cuesta completarla, ya encontraste tu primera tarea.

MÓDULO 1 · LECCIÓN 1

# Tu punto de partida: tu porqué

Antes de pensar en clientes, define qué te mueve a dar este paso.

Es tentador saltarse esta parte, pero no lo hagas. Tu porqué y tu visión son lo que te va a sostener cuando el entusiasmo baje: la semana en que publiques y nadie reaccione, o el día en que prefieras dejarlo para mañana.

No hace falta que sea una frase elegante. Alcanza con que sea tuya y que la puedas leer en voz alta sin que suene falsa.

IDEA CLAVE

**Cuando falten las ganas, tu porqué te mantiene en marcha. Escríbelo ahora, mientras tienes claridad.**

### Contador

«Quiero que mis clientes lleguen también por internet y no depender solo de recomendaciones.»

### Comercio de barrio

«Quiero que me conozca gente de otras zonas, no solo los de siempre.»

### Estudiante

«Quiero empezar a cobrar por lo que ya sé hacer.»

Ejemplos ilustrativos para inspirarte; tu porqué puede ser totalmente distinto.

EJERCICIO · TOMA UNA LIBRETA Y RESPONDE

1. ¿Por qué quiero darme a conocer en el mundo digital?
2. ¿Qué me gustaría que sea diferente en mi trabajo o negocio dentro de seis meses?
3. ¿Cómo se vería mi semana ideal si esto funcionara? ¿Cómo me haría sentir?
4. Más allá del trabajo, ¿qué más podría mejorar en mi vida?

? Coloca tus respuestas donde las veas todos los días: el escritorio, el espejo o el fondo de pantalla del móvil.

MÓDULO 1 · LECCIÓN 2

# Conócete a ti mismo

Antes de decidir a quién quieres ayudar, necesitas saber qué tienes para ofrecer. Todo comienza contigo.

Esta lección es un inventario. No busques la respuesta "correcta": escribe todo lo que se te ocurra, sin filtrar. Si ya tienes una audiencia y tu mercado muy claro, puedes recorrerla rápido; si no, tómate tu tiempo.

EJERCICIO · DIEZ PREGUNTAS PARA CONOCERTE MEJOR

- ¿En qué eres realmente bueno?
- ¿De qué te gusta hablar o enseñar?
- ¿Qué te preguntan más las personas a tu alrededor?
- ¿Qué certificaciones o títulos tienes?
- ¿Cuál ha sido tu experiencia laboral más significativa?
- ¿Qué resultados concretos has logrado hasta ahora?
- ¿Por qué te pagan por lo que haces?
- ¿Qué actividades te resultan tan fáciles que parecen no costarte esfuerzo?
- ¿Qué dificultades has superado a lo largo de tu vida?
- Si ya tienes audiencia, ¿qué preguntas te hacen con más frecuencia?

TUS NOTAS

### Una pregunta más

¿En qué temas te sentirías cómodo creando contenido durante meses? Esta respuesta te da una excelente pista del mercado adecuado para ti.

IDEA CLAVE

**Conocerte a fondo es el primer paso para conectar mejor con tu audiencia y elegir el camino correcto para tu contenido.**

MÓDULO 1 · LECCIÓN 3

# ¿Qué te define?

Seis piezas forman lo que tú puedes ofrecer. Identifica las tuyas.

### Educación

Tu formación académica, certificaciones y títulos. Puede ser distinta de la experiencia laboral que acumulaste.

### Expertise

El conocimiento profundo que desarrollaste con la práctica, el estudio o los años en un área. Suele estar ligado a tu trabajo.

### Habilidades

Lo que sabes hacer: organizar, comunicar, manejar tecnología. Tener una habilidad no exige ser el mayor referente mundial.

### Historia

Experiencias y momentos que te marcaron: alegrías o desafíos superados que te dieron una perspectiva valiosa.

### Pasión

Lo que disfrutas y te llena de energía. También lo que no te gusta o quisieras cambiar: suele revelar tu verdadera motivación.

### Talento

Lo que parece salirte de forma natural, como liderar equipos, explicar con claridad o una habilidad creativa. Se perfecciona con práctica.

IDEA CLAVE

**No necesitas ser "el mejor": necesitas saber algo que otra persona todavía no sabe y quiere aprender o resolver.**

EJERCICIO · COMPLETA TU MAPA PERSONAL

| Pieza | Lo mío |
|---|---|
| Educación | |
| Expertise | |
| Habilidades | |
| Historia | |
| Pasión | |
| Talento | |

MÓDULO 1 · LECCIÓN 4

# Identifica tus fortalezas

Ahora cruza tu mapa con los problemas que otras personas tienen. Ahí aparece lo que puedes ofrecer.

## CUATRO EJEMPLOS DE CÓMO SE VE

### Psicóloga

Diez años acompañando a estudiantes. Le preguntan cómo manejar los nervios antes de un examen. **Fortaleza:** explicar con calma lo que cuesta poner en palabras.

### Contador

Trabaja con autónomos que se pierden en los impuestos. **Fortaleza:** traducir la normativa a lenguaje cotidiano.

### Tienda de ropa

La dueña sabe qué prenda le queda bien a cada cuerpo. **Fortaleza:** asesorar para que la clienta compre con seguridad.

### Estudiante de diseño

Sus amigos le piden ayuda con presentaciones. **Fortaleza:** ordenar ideas visualmente.

Ejemplos ilustrativos, pensados para mostrar el razonamiento.

## EJERCICIO · REFLEXIONA Y ESCRIBE

- ¿Qué problemas viviste y superaste que hoy podrías ayudar a resolver a otros?
- ¿Para qué te piden ayuda amigos y conocidos?
- ¿En qué tareas cotidianas te sientes especialmente seguro?
- ¿Qué pasiones, habilidades y experiencias tuyas se combinan para resolver un problema específico?

## MARCA TUS TRES OPCIONES PRINCIPALES

Ordena lo que escribiste según qué temas te daría más alegría tratar a diario. Elige tres y, para cada una, escribe una historia breve que la respalde:

| Opción 1 | Opción 2 | Opción 3 |
| --- | --- | --- |
| | | |
| | | |
| | | |

Tus experiencias son las que te conectan con tu audiencia y te hacen auténtico. Volveremos a estas tres opciones más adelante en el módulo. **Tip:** para cada una, anota cinco ideas de contenido y observa cuál te resulta más fácil de llenar.

MÓDULO 1 · LECCIÓN 5

# Del tema al mercado

Un nicho es un segmento específico dentro de un mercado amplio, con problemas concretos que puedes resolver.

En marketing se debate mucho si hace falta un nicho. En la práctica, definirlo es simplemente identificar **el problema que mejor sabes resolver** y **las personas a las que puedes ayudar mejor**. Tu nicho responde a dos preguntas:

**¿Para quién?** **¿Para qué?**

Elegirlo depende de tres cosas: lo que se te da bien, a quién disfrutas ayudar y si hay demanda real.

## CÓMO PASAR DE UN TEMA A UN MERCADO

| Tema (muy amplio) | Mercado (concreto) |
|---|---|
| Contabilidad | Autónomos que quieren entender sus impuestos sin jerga. |
| Fitness | Personas mayores de 40 que quieren volver a entrenar sin ir al gimnasio. |
| Ropa | Mujeres que buscan vestirse para la oficina con prendas cómodas. |
| Psicología | Estudiantes que necesitan herramientas para manejar la ansiedad ante exámenes. |

Ejemplos ilustrativos.

## TRES GRANDES ÁREAS CON DEMANDA CONSTANTE

**Salud**
Bienestar, nutrición, mente, movimiento.

**Dinero**
Finanzas, negocios, trabajo, impuestos.

**Relaciones**
Familia, pareja, comunidad, crianza.

Son una guía, no una obligación: tu mercado no tiene que encajar perfectamente en ninguna. Lo importante es que te inspire y se alinee con lo que disfrutas hacer, porque vas a hablar de ello todos los días.

## EJERCICIO · ESCRIBE TRES VERSIONES DE TU FRASE

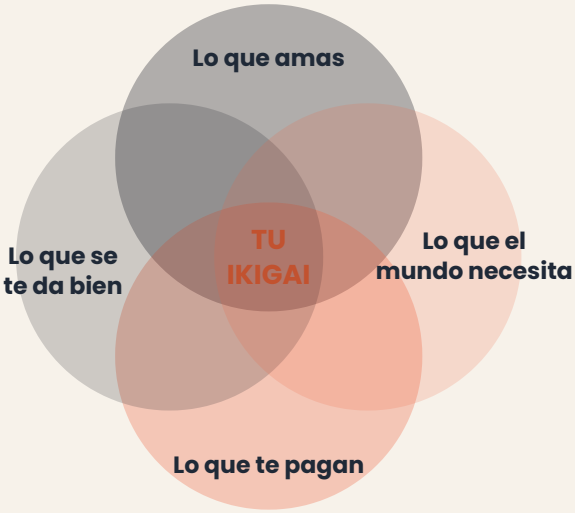
«Ayudo a _____ que necesitan _____.»

MÓDULO 1 · LECCIÓN 6

# Encuentra tu Ikigai

El punto de equilibrio entre pasión, talento y mercado.

El Ikigai es el lugar donde se cruzan cuatro áreas: lo que amas, lo que el mundo necesita, lo que se te da bien y lo que puede generarte ingresos.




### Lo que disfrutas

¿Qué actividad te hace perder la noción del tiempo?

### Lo que te gustaría cambiar

¿Qué problema o situación quisieras mejorar? Puede ser un motor muy poderoso.

### Lo que se te da bien

¿Qué habilidades o talentos te resultan fáciles y te hacen destacar?

### El mercado

¿Hay una demanda real? ¿Hay personas buscando soluciones a ese problema?

**Ejemplo**

Si te apasiona el bienestar, se te da bien enseñar técnicas de relajación y ves que hay una audiencia interesada en manejar el estrés (aplicaciones, cursos, blogs de mindfulness), tu Ikigai podría estar en ayudar a otras personas a manejar el estrés.

EJERCICIO · COMPLETA TU CRUCE

| | |
|---|---|
| **Lo que disfruto** | **Lo que me gustaría cambiar** |
| **Lo que se me da bien** | **Lo que el mercado demanda y paga** |

**Mi punto de cruce:**

MÓDULO 1 · LECCIÓN 7

# ¿Hay interés real? Valida antes de invertir

Tu tiempo es valioso. Antes de construir algo, comprueba que alguien lo está buscando.

Tu objetivo es resolver un problema concreto para un grupo concreto. Para saber si el tuyo está vivo, mira qué buscan hoy las personas en tu mercado. Si buscan activamente, es una señal de que hay interés.

## CUATRO FORMAS GRATUITAS DE COMPROBARLO

### 1 · Google Trends

**Google Trends** (trends.google.com). Compara tus tres opciones y mira cuál se busca más, cómo cambia con el tiempo y en qué regiones hay más interés.

### 2 · Autocompletado

Escribe tu tema en **Google** (google.com) y en la lupa de **Instagram** (instagram.com). Lo que se sugiere es lo que la gente realmente teclea.

### 3 · Cuentas del tema

Busca cuentas que hablen de lo mismo. ¿Tienen seguidores y comentarios? Hay interés si la gente reacciona.

### 4 · Preguntas directas

Pregunta a cinco personas de tu mercado qué les cuesta más. Sus palabras valen más que cualquier dato.

**SEÑAL, NO SENTENCIA**

Como referencia, un tema con al menos unas 1.000 búsquedas mensuales en tu país suele indicar demanda. Si el tuyo es más pequeño, no lo descartes: puede ser un mercado más específico, y eso también ayuda a afinar tu enfoque.

**EJERCICIO · REPITE EL PROCESO CON TUS TRES OPCIONES**

| Opción | ¿Se busca? ¿Cuánto? | Palabras clave que aparecen | Señal |
|---|---|---|---|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |

**Tip:** guarda las palabras clave. Las vas a usar más adelante, en el módulo de Contenido.

? No subestimes esta investigación: puede marcar una gran diferencia en el resultado final.

MÓDULO 1 · LECCIÓN 8

# Conoce a tu cliente ideal

La persona más importante de tu negocio es la que quieres atraer. Saber quién es y cómo ayudarla es la base de tu estrategia.

No alcanza con edad, género o ubicación. Necesitas saber qué le preocupa, qué le quita el sueño y qué desea lograr. A veces, tu cliente ideal es una versión tuya antes de haber resuelto lo que hoy sabes resolver, y por eso conectar con su punto de vista te resulta más fácil.

### TRES COSAS QUE DEBES DESCUBRIR

**Sus dolores**
Lo que le preocupa y quiere cambiar ya. *«Me cuesta mantenerme organizado.»*

**Sus miedos**
Lo que frena su decisión. *«No creo que pueda hacerlo.»*

**Sus deseos**
Lo que quiere lograr. *«Quiero aumentar mis ingresos.»*

Si tu contenido no aborda esos miedos, puede que no conectes. No se trata solo de vender: se trata de ofrecer valor que resuene con lo que de verdad necesitan.

### HABLA SU IDIOMA

**Si tu público dice "necesito más facilidad" y tú hablas de "estructura", hay una desconexión. Usa sus mismas palabras.**

### EJERCICIO · PREGUNTA Y ESCUCHA

Si ya tienes audiencia o clientes, pregúntales directamente. Si no, entrevista a tres personas que encajen con tu mercado y anota sus frases textuales.

| Dolores | Miedos | Deseos |
|---|---|---|
| | | |

### Un atajo con inteligencia artificial

*«Hola. Ayudo a [tu público] con [el problema que resuelves]. ¿Puedes ayudarme a identificar los 10 puntos de dolor y deseos más comunes de mi público?»*

Úsalo para generar ideas y contrástalas siempre con personas reales.

MÓDULO 1 · LECCIÓN 9

# Mira a tu competencia sin compararte

Tus competidores ya están en redes. Puedes aprender mucho de ellos sin caer en la comparacionitis.

La comparacionitis aparece cuando miras a otros solo para medirte y terminas desmotivado. La idea es la contraria: observar para **encontrar inspiración y huecos**, sin perder lo que te hace único. No se trata de copiar.

## MÉTODO EN CUATRO PASOS

1. **Elige de 3 a 5 cuentas** que hablen a tu mismo mercado.
2. **Estudia qué publican** y cómo responde la gente: qué comentan, qué guardan, qué preguntan.
3. **Detecta los huecos:** qué dudas quedan sin responder y qué nadie está diciendo.
4. **Adapta con tu toque:** toma la idea, no la forma, y cuéntala desde tu experiencia.

### EJERCICIO · TU TABLA DE REFERENTES

| Cuenta | Qué hace bien | Qué le falta o qué nadie dice |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

### IDEA CLAVE

**Ver lo que otros hacen no debe llevarte a imitarlos, sino a diferenciarte con lo que solo tú puedes aportar.**

? ¿Qué problema de tu mercado nadie está explicando bien, y que tú sí podrías explicar?

MÓDULO 1 · CIERRE

# Tu frase de mercado

Reúne todo lo que trabajaste en una sola frase que se entienda en segundos.

FÓRMULA

**Ayudo a [quién] que necesitan [qué] a través de [tu enfoque o forma de trabajar].**

## CÓMO SE VE EN DISTINTOS CASOS

Ayudo a **autónomos** que necesitan **entender sus impuestos** a través de **explicaciones sin jerga y ejemplos reales**.

Ayudo a **estudiantes** que necesitan **manejar la ansiedad antes de los exámenes** a través de **herramientas prácticas de cinco minutos**.

Ayudo a **mujeres que trabajan en oficina** que necesitan **vestirse con comodidad y estilo** a través de **asesoría personalizada por mensaje**.

Ejemplos ilustrativos.

TU FRASE

## CHECKLIST DEL MÓDULO

- ☐ Escribí mi porqué y lo tengo a la vista.
- ☐ Elegí mis tres opciones principales.
- ☐ Conozco los dolores y miedos de mi cliente.
- ☐ Completé mi mapa personal.
- ☐ Validé el interés con datos reales.
- ☐ Estudié a mi competencia y encontré un hueco.

**Resultado del módulo:** una frase que explica en segundos a quién ayudas y por qué elegirte.
**Lo que sigue:** Módulo 2 · Faceless. Ya sabes para quién; ahora decides cómo quieres mostrarte.

02 FACELESS

# ¿Tienes que mostrar tu cara para vender?

No. Faceless no es esconderse: es una estrategia para decidir cómo te presentas y dónde pones el foco.

### ¿TE SUENA?

*«Por confidencialidad prefiero no exponerme, pero sin redes no me encuentran.»*
**PSICÓLOGA**

*«Me da vergüenza grabarme, así que nunca empiezo.»*
**ESTUDIANTE**

*«En mi negocio el protagonista es el producto, no yo.»*
**COMERCIANTE**

### LO QUE PASA EN REALIDAD

Ser faceless significa crear contenido sin mostrar tu rostro de forma habitual. También puedes ser **semi-faceless**: aparecer un poco, cuando quieras. No es todo o nada: el nivel de exposición lo decides tú.

Y no te quedas sin recursos. Puedes usar:

Tu voz · Tus manos · Demostraciones · Tus productos · Tu espacio · Capturas de pantalla · Diseño y carruseles

Eso sí: sacar la cara no quita la necesidad de un mensaje claro. Faceless decide **cómo** te muestras, no **qué** proyecto construyes.

### LO QUE RESUELVE ESTE MÓDULO

**Te permite crecer en redes cuidando tu privacidad, tu imagen profesional o tu comodidad, y poner el foco en lo que resuelves.**

### EN ESTE MÓDULO VAS A RECORRER

1. Qué es ser faceless y por qué elegirlo
2. Elige tu nivel de exposición
3. Qué mostrar sin tu cara
4. Beneficios y constancia

? ¿Qué parte de tu trabajo podría mostrarse sin que aparezcas tú?

MÓDULO 2 · LECCIÓN 1

# ¿Qué es ser faceless y por qué elegirlo?

Un creador faceless produce contenido online sin mostrar su rostro. Prefiere mantener el anonimato en videos, fotos o cualquier otro formato.

## SEIS RAZONES VÁLIDAS PARA ELEGIRLO

### Privacidad
Separas tu vida personal de tu presencia online y proteges tus datos.

### Personalidad
Si eres tímido o te sientes más cómodo sin cámara, puedes crear sin la presión de estar frente a una audiencia.

### Foco en el contenido
Sin expectativas sobre tu apariencia, pones toda tu energía en lo que compartes.

### Requisitos laborales
Algunos trabajos no permiten construir una marca personal online. El anonimato respeta esas reglas.

### Razones personales o de salud
Hay motivos que no necesitas explicar para preferir no mostrar tu rostro.

### Preferencia personal
En última instancia, no tienes que justificarte. Cada creador tiene su propio camino.

IDEA CLAVE

**No hay una única forma correcta de ser creador. Lo importante es que te sientas cómodo con la manera en que compartes lo que sabes.**

EJERCICIO · ¿CUÁLES SON TUS RAZONES?

Marca las que sientes tuyas y escribe, con tus palabras, qué te frena hoy de aparecer en cámara:

- ☐ Privacidad
- ☐ Foco en el contenido
- ☐ Motivos personales
- ☐ Timidez o comodidad
- ☐ Restricciones laborales
- ☐ Prefiero que el protagonista sea mi producto

? Si nadie fuera a juzgar tu apariencia, ¿publicarías más? Si la respuesta es sí, faceless puede ser tu punto de partida.

MÓDULO 2 · LECCIÓN 2

# Elige tu nivel de exposición

Faceless no es todo o nada. Es una escala, y tú decides en qué punto te sientes cómodo.

1 **Faceless total** — sin cara ni voz

2 **Con tu voz** — voz en off, sin cara

3 **Semi-faceless** — apareces en parte

4 **Con tu cara** — cuando tú decides

**Semi-faceless** significa aparecer un poco y a tu manera: tus manos, tu perfil, de espaldas o solo en algunas historias. Puedes cambiar de nivel más adelante, cuando te sientas listo.

### CÓMO PODRÍA VERSE SEGÚN EL OFICIO

| Perfil | Nivel posible | Qué publicaría |
|---|---|---|
| Psicóloga | 1 o 2 | Carruseles y voz en off con herramientas para manejar la ansiedad, sin mostrar casos reales. |
| Contador | 1 | Capturas de pantalla y carruseles que explican trámites paso a paso. |
| Comercio de ropa | 3 | Manos mostrando prendas, el local, el empaque de un pedido. |
| Personal trainer | 3 | Ejercicios grabados de cuello para abajo, con explicación en texto. |
| Estudiante | 2 | Voz sobre la pantalla mostrando cómo hace sus trabajos. |

Ejemplos ilustrativos.

### EJERCICIO · DEFINE TUS REGLAS DE EXPOSICIÓN

Mi nivel de partida: **1 · 2 · 3 · 4** (rodea uno).

Lo que sí estoy dispuesto a mostrar:

Lo que nunca voy a mostrar (rostro, casa, familia, clientes, datos):

### REGLA DE ORO

**Decide una vez qué no mostrarás y respétalo siempre. Esa coherencia también construye confianza.**

MÓDULO 2 · LECCIÓN 3

# Qué mostrar sin tu cara

Sin rostro no te quedas sin material. Estos ocho recursos te dan contenido para meses.

### Tu voz
Voz en off sobre imágenes, tomas o capturas. Transmite cercanía sin cámara.

### Tus manos
Escribiendo, preparando, ordenando o señalando. Muestran el hacer.

### Demostraciones
Cómo se hace algo, paso a paso. Enseñar es la mejor presentación.

### Tus productos
Primer plano de lo que vendes, su empaque y detalles.

### Tu espacio
Tu escritorio, tu local o tu taller: transmiten identidad.

### Capturas de pantalla
Tutoriales, procesos o resultados. Ideales si tu servicio es digital.

### Diseño y carruseles
Frases, listas y esquemas con tu paleta de marca, creados en **Canva** (canva.com).

### Tomas de apoyo (B-roll)
Imágenes cotidianas que acompañan tu voz o tus textos. Puedes grabarlas tú o tomarlas de un banco gratuito.

**IDEAS DE TOMAS COTIDIANAS QUE PUEDES GRABAR CON EL MÓVIL**

- Verter café en una taza
- Caminar por un parque
- Tu rutina matutina
- Cocinar en lapso rápido
- Pasar la página de un libro
- Gotas de lluvia en la ventana
- Cuidar tus plantas
- Comprar online desde el móvil
- Doblar la ropa
- Tu escritorio mientras trabajas
- El paisaje cambiando por la ventana
- Momentos con tu mascota

Este tipo de contenido es fácil de crear y aporta autenticidad. Elige solo las tomas que se relacionen con el mensaje de tu publicación: cada imagen debe acompañar una idea.

### Si no quieres grabar: bancos gratuitos de imágenes y videos
Fotos: **Pexels** (pexels.com), **Pixabay** (pixabay.com) y **Unsplash** (unsplash.com). Videos y música: **Coverr** (coverr.co), **Mixkit** (mixkit.co) y **Pexels** (pexels.com/videos). Para editar tus clips: **CapCut** (capcut.com). Revisa la licencia de cada archivo antes de usarlo.

**EJERCICIO · TU BANCO DE TOMAS**

Escribe cinco cosas de tu trabajo o negocio que puedes mostrar sin que aparezca tu rostro:

MÓDULO 2 · LECCIÓN 4

# Beneficios y constancia

Ser faceless te quita barreras. La constancia hace el resto.

## LO QUE GANAS AL CREAR SIN MOSTRAR TU CARA

### Creación más relajada
Te concentras en crear, sin el peso de las expectativas sobre tu apariencia.

### Ideal si eres tímido
Se elimina la barrera de la cámara y puedes crear sin exponerte.

### Más privacidad
Al compartir menos información personal, cuidas tus datos.

### Sin estrés por la perfección
No necesitas cientos de tomas para encontrar "la" toma ideal.

### Varios temas sin agotarte
Puedes adaptar el enfoque a distintos temas o líneas de tu negocio.

### Genera curiosidad
Lo que no se muestra despierta interés y anima a la participación.

LA CONSTANCIA PESA MÁS QUE EL TALENTO

**Quien publica con regularidad y ajusta sobre la marcha llega más lejos que quien espera el momento perfecto.**

Aborda este camino con la mente abierta y sé flexible: si algo no funciona, cambia la estrategia, no el objetivo. Empezar requiere muy poca inversión: un móvil, una idea clara y quince minutos.

EJERCICIO · TU COMPROMISO DE CONSTANCIA

**Publicaré** (días por semana): _____ **Día y hora fijos:** _____

**Lo que podría frenarme** y cómo lo resolveré:

_____

_____

_____

? ¿Qué parte del camino te resulta más difícil sostener: el tiempo, el miedo a empezar o las ideas?

MÓDULO 2 · CIERRE

# Tu estrategia de presencia

Resume en una ficha cómo vas a mostrarte. Sé concreto: esta ficha será tu guía.

### MI FICHA DE PRESENCIA

| Pregunta | Mi decisión |
|---|---|
| Mi nivel de exposición (1 a 4) | |
| Lo que sí muestro | |
| Lo que nunca muestro | |
| Mi voz (texto, voz en off, música) | |
| Mi frecuencia de publicación | |

### CHECKLIST DEL MÓDULO

- ☐ Identifiqué mis razones para ser faceless.
- ☐ Definí lo que nunca mostraré.
- ☐ Fijé día y hora para publicar.
- ☐ Elegí mi nivel de exposición.
- ☐ Tengo mi banco de cinco tomas.
- ☐ Mi mensaje del Módulo 1 sigue siendo el centro.

**Resultado del módulo:** una presencia profesional que no depende de tu imagen.
**Lo que sigue:** Módulo 3 · Marca. Ya sabes para quién y cómo te muestras; ahora construyes lo que te hace reconocible.

03 MARCA

# ¿Te reconocerían sin ver tu logo?

Una marca no es un logo bonito. Es lo que hace que te recuerden y confíen en ti antes de escribirte.

### ¿TE SUENA?

*«Tengo logo y colores, pero mis publicaciones parecen de cualquier tienda.»*
COMERCIO

*«Un día publico serio, otro con humor... y nadie sabe bien qué ofrezco.»*
PERSONAL TRAINER

*«Quiero transmitir confianza, pero mi perfil se ve frío.»*
PSICÓLOGA

### LO QUE PASA EN REALIDAD

Logo, colores y tipografías expresan tu marca, pero no explican qué representa. Una marca completa tiene cuatro partes:

**Historia**
Por qué existe tu proyecto.

**Mensaje**
La idea que repites de mil formas.

**Personalidad**
Tu tono, tu forma de explicar.

**Identidad visual**
Cómo se ve todo lo anterior.

Y tienen que ir en la misma dirección. Si cada publicación dice algo distinto, el resultado confunde, aunque cada una esté bien hecha.

### LO QUE RESUELVE ESTE MÓDULO

**Una marca coherente hace que te reconozcan, te recuerden y te elijan, incluso si nunca muestras tu cara.**

### EN ESTE MÓDULO VAS A RECORRER

1. Tu historia de marca
2. Tu mensaje y tu personalidad
3. Tu identidad visual
4. Configura tu perfil de Instagram
5. Tu bio en cuatro líneas
- ✓ Cierre: el test de coherencia

? Si tapas tu nombre y tu logo, ¿tus publicaciones siguen pareciendo tuyas?

MÓDULO 3 · LECCIÓN 1

# Tu historia de marca

Lo que realmente conecta a las personas con tu marca es tu historia y tu mensaje, no solo cómo se ve.

Construir una marca es mucho más que elegir colores y fuentes: es cómo haces sentir a las personas. Muchos negocios no destacan porque tienen una marca débil o sin propósito. Tu historia es tu **porqué**: lo que le da sentido a todo lo que haces.

Si eres faceless, tu historia pesa todavía más: es lo que atrae a tu gente sin que tengas que mostrar tu cara.

## CUATRO PIEZAS PARA CONTARLA

1. **De dónde vienes.** Tu situación inicial.
2. **Qué cambió.** El momento que te hizo actuar.
3. **Qué descubriste.** Lo que aprendiste en el camino.
4. **Para qué lo haces hoy.** Tu porqué actual.

**Ejemplo ilustrativo · Contadora independiente**

«Pasé años viendo a autónomos entrar en pánico cada vez que llegaba un vencimiento. Un día entendí que no les faltaba dinero: les faltaba que alguien les explicara sin tecnicismos. Hoy hago exactamente eso, para que dejen de temerle a los papeles.»

EJERCICIO · ESCRIBE TU HISTORIA

**1 · De dónde vengo:**

**2 · Qué cambió:**

**3 · Qué descubrí:**

**4 · Para qué lo hago hoy:**

IDEA CLAVE

**Tu marca no es solo lo que haces, sino por qué lo haces. Ese porqué la vuelve única y memorable.**

MÓDULO 3 · LECCIÓN 2

# Tu mensaje y tu personalidad

Dos decisiones que hacen que todo lo que publiques suene a ti.

## Mensaje de marca

Es la forma en que te comunicas con tu audiencia y lo que representa tu marca. Debe ser claro y coherente: quien te lee debe entender rápidamente qué ofreces y por qué le importa.

## Personalidad de marca

Es tu vibra: cómo quieres que se sientan quienes visitan tu perfil y qué quieres que digan de ti. ¿Eres cercano, riguroso, divertido, confiable?

PERSONALIDAD: TRES ADJETIVOS Y SU LÍMITE

| Soy… | pero no… |
|---|---|
| Cercana | informal ni poco profesional |
| Rigurosa | fría ni complicada |
| Directa | brusca |

Ejemplo ilustrativo. Cada adjetivo con su límite evita que tu tono se contradiga de una publicación a otra.

EJERCICIO · DEFINE TU MENSAJE Y TU PERSONALIDAD

**Mi mensaje central en una frase** (la idea que repetiré de mil formas):

**Quiero que mis seguidores digan de mí…**

| Soy… | pero no… |
|---|---|
| | |
| | |
| | |

**Tres cosas que nunca diría ni publicaría:**

? ¿Qué te diferencia de los demás en tu mercado, y qué valor concreto aportas?

MÓDULO 3 · LECCIÓN 3

# Tu identidad visual

Un kit visual simple te permite ser coherente sin ser diseñador.

### Nombre

Debe reflejar lo que haces y ser fácil de recordar y entender. Evita números, símbolos o palabras al azar. Puede ser tu nombre, tu apellido o una palabra clave de tu mercado.

### Colores

Los colores influyen en cómo se siente la gente. Usa una paleta consistente en todas tus redes, páginas y materiales. Elige tonos suaves a la vista y anota sus códigos.

### Tipografías

Elige una para títulos y otra para textos, y úsalas siempre. Dos son suficientes. Encuéntralas gratis en **Google Fonts** (fonts.google.com).

### Logo

Hazlo sencillo pero memorable. Puedes crearlo con plantillas gratuitas en **Canva** (canva.com), **Adobe Express** (adobe.com/express) o **VistaCreate** (create.vista.com), o usar una foto tuya o de tu producto.

REGLA PRÁCTICA

**Máximo 3 colores por pieza: un color de fondo, uno de texto y uno de acento. Eso es lo que hace que tu marca se reconozca en tres segundos.**

EJEMPLO: LA PALETA DE ESTE MÉTODO

Fondo · #1F4E79 | Acento · #C97B5B | Claro · #F5EFE6 | Texto · #2B2B2B

EJERCICIO · TU KIT VISUAL

| Elemento | Mi elección |
|---|---|
| Nombre de marca | |
| Color de fondo (código) | |
| Color de texto (código) | |
| Color de acento (código) | |
| Tipografía de títulos | |
| Tipografía de textos | |
| Logo o imagen de perfil | |

MÓDULO 3 · LECCIÓN 4

# Configura tu perfil de Instagram

Un perfil cuidado atrae clientes. Uno desordenado hace que te pasen por alto.

Imagina que quieres comprar un pastel de cumpleaños. Entras a una tienda desordenada, y justo al lado hay otra limpia, bien iluminada, con gente feliz comiendo su pastel. ¿A cuál irías? Tu perfil funciona igual: es tu escaparate.

## CUATRO AJUSTES QUE CONVIENE HACER YA

### 1 · Cuenta profesional y pública

Cambia a cuenta profesional o de creador en los ajustes y verifica que tu perfil sea público para que cualquiera pueda encontrarte.

### 2 · Calidad de imágenes

Activa la opción de subir fotos y videos en alta calidad en los ajustes de la aplicación.

### 3 · Seguridad

Activa la autenticación en dos pasos y guarda tus datos de seguridad en un lugar al que solo tú accedas, por ejemplo, tu correo.

### 4 · Nombre de usuario

Claro y fácil de recordar, sin números ni símbolos complejos. Lo ideal es tu nombre, el de tu negocio o una palabra clave de tu mercado.

## EJERCICIO · AUDITORÍA RÁPIDA DE TU PERFIL

- ☐ Mi cuenta es profesional y pública.
- ☐ Tengo activada la autenticación en dos pasos.
- ☐ Mi foto se ve clara incluso en tamaño pequeño.
- ☐ Subo imágenes en alta calidad.
- ☐ Mi usuario es fácil de escribir y recordar.
- ☐ Mi enlace lleva a un recurso que tiene sentido.

**Mi usuario actual y mi usuario ideal:**

? ¿Un desconocido entendería en tres segundos, solo viendo tu perfil, qué haces y para quién?

MÓDULO 3 · LECCIÓN 5

# Tu bio en cuatro líneas

Instagram funciona como un buscador. Usa palabras sencillas que tu público realmente escribiría.

F **Foto de perfil.** Clara y amigable, o tu logo si prefieres no aparecer.

1 **Nombre y primera línea.** Tu nombre y una palabra clave de lo que haces. Sé claro, no original.

2 **«Ayudo a…».** A quién ayudas y qué resultado logra contigo (tu frase del Módulo 1).

3 **Credibilidad.** Una credencial, años de experiencia o un detalle que te haga cercano.

4 **Llamada a la acción.** Invita a tocar el enlace para obtener algo gratuito y útil.

↗ **Enlace.** Debe llevar a tu tienda o a un recurso gratuito, no a un sitio genérico. Puedes reunir varios con **Linktree** (linktr.ee) o **Beacons** (beacons.ai).

### Ejemplo ilustrativo

**Laura | Contadora para autónomos**
Ayudo a autónomos a entender sus impuestos sin jerga
Contadora pública · +10 años de experiencia
↓ Descarga la guía gratuita

La biografía admite pocos caracteres (alrededor de 150), así que prioriza lo esencial.

## HISTORIAS DESTACADAS

Agrupa tus historias por categorías para que quien llegue a tu perfil encuentre lo importante enseguida. Algunas ideas: **Mi historia, Cómo trabajo, Testimonios, Preguntas frecuentes.** Usa portadas coherentes con tu paleta de marca.

EJERCICIO · ESCRIBE TU BIO

**Línea 1 · Nombre + palabra clave:**

**Línea 2 · Ayudo a…:**

**Línea 3 · Credibilidad:**

**Línea 4 · Llamada a la acción:**

MÓDULO 3 · CIERRE

# El test de coherencia

Antes de pasar a Contenido, comprueba que tu marca dice lo mismo en todas partes.

### TEST DE LOS TRES SEGUNDOS

Pide a tres personas que no te conozcan bien que miren tu perfil durante tres segundos y respondan:

| Pregunta | Persona 1 | Persona 2 | Persona 3 |
|---|---|---|---|
| ¿Qué hace esta cuenta? | | | |
| ¿Para quién es? | | | |
| ¿Qué sensación transmite? | | | |

? Tapa tu nombre y tu logo. ¿Una publicación tuya sigue pareciendo tuya? Si no, revisa tu mensaje, tu tono o tus colores.

### CHECKLIST DEL MÓDULO

- ☐ Escribí mi historia de marca.
- ☐ Definí tres adjetivos y sus límites.
- ☐ Mi perfil está configurado.
- ☐ Tengo una frase de mensaje central.
- ☐ Completé mi kit visual.
- ☐ Mi bio tiene las cuatro líneas.

**Resultado del módulo:** una marca que se reconoce en tres segundos.
**Lo que sigue:** Módulo 4 · Contenido. Ya sabes quién eres y cómo te ves; ahora decides qué publicar cada semana.

04 CONTENIDO

# «¿Qué publico hoy?»

La pregunta de todos los días. Y casi nunca el problema es la falta de ideas.

### ¿TE SUENA?

*«Subo algo cuando me acuerdo, sin ningún plan.»*
**CONTADOR**

*«Solo publico ofertas, y la gente ya ni las mira.»*
**COMERCIANTE**

*«Le pido ideas a la IA, pero no sé cuáles me sirven.»*
**ESTUDIANTE**

### LO QUE PASA EN REALIDAD

Tener ideas no es tener una lógica. Primero va la **intención** («¿qué quiero que esta persona entienda?») y después el **formato** (Reel, carrusel, historia). Además, no todo contenido tiene que vender: cada publicación puede cumplir una función distinta:

- Que te descubran
- Que comprendan
- Que se identifiquen
- Que interactúen
- Que avancen hacia tu oferta

### LO QUE RESUELVE ESTE MÓDULO

**Cuando cada publicación tiene un propósito, dejas de improvisar y empiezas a construir confianza y, con ella, ventas.**

### EN ESTE MÓDULO VAS A RECORRER

1. Primero la intención, después el formato
2. Tus pilares de contenido
3. El embudo en tres fases
4. La regla 40-40-20
5. Ganchos y llamadas a la acción
6. Historias que venden
7. Planifica, publica y mide
8. Cierre: tu plan semanal

? ¿Qué quieres que la persona haga o sienta después de ver tu próxima publicación?

MÓDULO 4 · LECCIÓN 1

# Primero la intención, después el formato

Publicar sin un propósito es como tirar el anzuelo y esperar. Antes de cada publicación, pregúntate: ¿qué quiero lograr?

| Objetivo | Qué busca | Ejemplos de contenido |
|---|---|---|
| **Conciencia** Que te conozcan | Captar la atención de personas nuevas y que te recuerden. | Consejos útiles, datos curiosos, tu historia, errores que cometiste y lo que aprendiste. |
| **Interacción** Que te quieran | Crear conversación y fortalecer tu comunidad. | Preguntas, encuestas, algo que invite a participar. Responder siempre a comentarios y mensajes. |
| **Conversión** Que confíen y den el paso | Animar a comprar, registrarse o agendar una consulta. | Testimonios, demostraciones, resultados, ofertas por tiempo limitado. |

Las historias de Instagram son perfectas para interactuar y también para convertir. Lo importante es que todo lo que publiques esté alineado con un objetivo: no se trata de llenar el feed, sino de crear una experiencia que te lleve de ser un desconocido a ser alguien de confianza. Y siempre, auténtico.

IDEA CLAVE

**Primero decide la intención. Después elige el formato: Reel, carrusel, historia o directo.**

EJERCICIO · APLÍCALO A TU PRÓXIMA PUBLICACIÓN

**¿Qué quiero que entienda, sienta o haga la persona?**

**Objetivo:** Conciencia · Interacción · Conversión

**Formato elegido y por qué:**

MÓDULO 4 · LECCIÓN 2

# Tus pilares de contenido

Son los temas clave que representan tu marca y lo que le interesa a tu público. Funcionan como sombrillas que guían tus publicaciones.

Deben estar relacionados con tu propuesta de valor y con lo que ofreces. Elige entre **tres y cinco**: no te limitan, te dan dirección. Algunos deben conectar directamente con tus productos o servicios.

### EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

| Perfil | Pilares posibles |
|---|---|
| Contador para autónomos | Impuestos explicados fácil · Errores frecuentes · Organización del negocio · Casos reales |
| Psicóloga | Herramientas de calma · Mitos sobre terapia · Hábitos de bienestar · Cómo empezar |
| Tienda de ropa | Cómo combinar prendas · Tendencias · Cuidado de la ropa · Detrás del local |

### CUATRO TIPOS DE CONTENIDO QUE PUEDES COMBINAR

**Educativo**
Enseña, guía e informa: tutoriales, consejos, errores comunes.

**Entretenido**
Divierte y relaja: historias, humor, algo ligero.

**Inspirador**
Empatiza y motiva: tus aprendizajes y tu historia.

**Promocional**
Convierte: testimonios, reseñas, ofertas especiales.

Alterna los tipos para mantener el equilibrio entre aportar valor, mantener el interés y generar conversiones.

### EJERCICIO · DEFINE TUS PILARES

| Pilar | Tipo principal | Primera idea |
|---|---|---|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 (opcional) | | |
| 5 (opcional) | | |

MÓDULO 4 · LECCIÓN 3

# El embudo en tres fases

Te ayuda a crear contenido para cada etapa del camino, desde que alguien te conoce hasta que te elige.

### Parte superior · Conciencia · «Que te conozcan»

Ideal si empiezas una cuenta o eres nuevo en tu mercado. Las personas buscan información y pueden encontrarte si tu bio usa las palabras clave que tu cliente ideal escribiría. **Contenido:** presentación, consejos que resuelven problemas comunes, desmentir ideas equivocadas. **Llamadas a la acción:** seguir tu cuenta, compartir, comentar.

↓

### Parte media · Consideración · «Que te gusten»

Ya te conocen y evalúan si eres lo que necesitan. Profundiza la conexión. **Contenido:** tu historia, tus diferenciales, consejos aplicables de inmediato, casos o testimonios. **Llamadas a la acción:** encuestas en historias, guardar los pasos, pedir tu guía gratuita.

↓

### Base · Decisión · «Que confíen y den el paso»

Están listos para decidir. Ayúdales a superar dudas y objeciones. **Contenido:** respuestas a sus miedos, testimonios, resultados posibles, qué hace único tu enfoque. **Llamada a la acción:** reservar, escribir o comprar.

**ANTES DE EMPEZAR TU EMBUDO, COMPRUEBA QUE TIENES**

- ☐ Tu mercado y el problema que resuelves.
- ☐ Un recurso gratuito para captar contactos.
- ☐ Un perfil optimizado con tu frase «Ayudo a...».
- ☐ Un enlace que lleve a tu oferta o a tu sistema de ventas.

**EJERCICIO · ¿EN QUÉ FASE ESTÁS?**

Si estás empezando: céntrate en **Conciencia**. Si ya tienes comunidad: **Consideración**. Si tienes seguidores listos para actuar: **Decisión**. Mi fase actual y por qué:

MÓDULO 4 · LECCIÓN 4

# La regla 40-40-20

Una proporción sencilla para repartir tu contenido de cada semana.




Antes de planificar, piensa en qué te vas a enfocar la próxima semana: ¿lanzas algo nuevo?, ¿ajustas tu sistema? Eso te ayuda a decidir qué publicar. Esta fórmula sirve para que te conozcan, te gusten y confíen en ti de forma orgánica.

| Tipo | Para qué sirve | Ejemplos ilustrativos |
|---|---|---|
| **Atracción** 40% | Atrae a tu cliente ideal. Si empiezas, dale más peso. | Resolver un problema concreto («3 errores al presentar tus impuestos»). Responder una pregunta frecuente. Hablar directo a un deseo: «¿Quieres ordenar tus cuentas sin estrés?» |
| **Conexión** 40% | Da valor, muestra tu experiencia y genera confianza. | Una lección aprendida. Tu historia. Un «lo que me pasó esta semana con un cliente». Un detrás de escena de tu trabajo. |
| **Conversión** 20% | Convierte seguidores en clientes. Más útil cerca de un lanzamiento. | Un caso de cliente (con su permiso). Responder una duda u objeción: «No necesitas ser experto para empezar». Mostrar el antes y el después de tu servicio. |

Los ejemplos son orientativos: adáptalos a tu mercado y nunca prometas resultados que no puedas respaldar.

**EJERCICIO · REPARTE TUS PRÓXIMAS DIEZ PUBLICACIONES**

Con la regla 40-40-20, de diez publicaciones: **4** de atracción, **4** de conexión y **2** de conversión. Escribe una idea para cada una:

MÓDULO 4 · LECCIÓN 5

# Ganchos y llamadas a la acción

Un gancho frena el desplazamiento en el primer segundo. Una llamada a la acción le dice a la persona qué hacer después.

### GANCHOS: LA PRIMERA FRASE DE UN REEL O LA PRIMERA LÁMINA DE UN CARRUSEL

- «Esto es lo que nadie te está diciendo sobre…»
- «Por favor, deja de cometer este error.»
- «No creas todo lo que dicen sobre esto…»
- «Tienes que dejar de hacer esto si quieres ver resultados.»
- «Yo tampoco quería creerlo, pero…»
- «Estos mitos necesitan ser desmentidos ya.»
- «Me sorprende que aún haya gente que no sepa esto.»
- «Aquí te explico por qué sigo haciendo esto, aunque nadie más lo haga.»

### LLAMADAS A LA ACCIÓN PARA INTERACTUAR Y COMPARTIR

- «¿Qué opinas? Cuéntamelo en los comentarios.»
- «¿A o B? Vota en los comentarios.»
- «Guarda esto para cuando lo necesites.»
- «Envíaselo a alguien que necesite escuchar esto.»
- «Comparte esto con alguien a quien le sirva ahora.»
- «¿Me falta algo? Menciónalo abajo.»

**ESTO ES SOLO UNA MUESTRA**

**La lista completa, con 100 ganchos y 100 llamadas a la acción organizadas por objetivo, en tu Biblioteca de herramientas.**

**EJERCICIO · ESCRIBE TUS TRES PRIMEROS GANCHOS**

Adapta los ejemplos a tu mercado y a un problema real de tu cliente:

MÓDULO 4 · LECCIÓN 6

# Historias que venden

Las historias de Instagram fortalecen la conexión y la confianza con quienes ya te siguen. Son el lugar ideal para mostrar tu personalidad.

Quienes ven tus historias son tus seguidores más comprometidos: los más cercanos y los más propensos a convertirse en clientes. Combina cinco tipos de historia para presentar lo que ofreces de forma natural.

### Storytelling

Por qué empezaste tu proyecto · qué inspiró tu nombre · un error y lo que aprendiste · una lección de esta semana · un cambio de mentalidad.

### Educativas

3 consejos para lograr...· un mito del sector desmentido · un tutorial corto · un truco para ahorrar tiempo · errores a evitar · una lista de verificación.

### Venta

Reseñas de clientes (con permiso) · una demostración · cómo aprovechar mejor lo que ofreces · el antes y el después · responder a una objeción común.

### Detrás de escena

Un recorrido por tu espacio de trabajo · cómo preparas un pedido · un día en tu trabajo · novedades de tu proyecto.

### Conexión

Una cita que te inspire · describir a la persona a la que quieres ayudar · una frustración o un momento divertido de tu sector.

IDEA CLAVE

**Alterna los cinco tipos y mezcla el tono: no todo tiene que ser venta. La confianza se construye mostrando cómo trabajas.**

Esto es una muestra. Un plan completo de secuencias de historias está en el recurso «Vende con Historias de Instagram», dentro de tu Biblioteca de herramientas.

EJERCICIO · TUS PRÓXIMAS CINCO HISTORIAS

| Tipo | Idea concreta |
|---|---|
| Storytelling | |
| Educativa | |
| Venta | |
| Detrás de escena | |
| Conexión | |

MÓDULO 4 · LECCIÓN 7

# Planifica, publica y mide

La constancia se construye con un sistema simple: planificar, publicar, interactuar y ajustar.

### Planifica

Crea un calendario y un horario que puedas cumplir. Ten listos los visuales, audios, textos y hashtags antes de publicar. Puedes programar con **Meta Business Suite** (**business.facebook.com**), **Buffer** (**buffer.com**), **Later** (**later.com**) o **Metricool** (**metricool.com**).

### Elige el formato

Reels, publicaciones estáticas, historias o carruseles. Ten grabadas las tomas y diseñadas las portadas con **Canva** (**canva.com**) y edita tus Reels con **CapCut** (**capcut.com**).

### Escribe con palabras clave

Instagram es un buscador. Usa en tus textos y videos las palabras clave que encontraste en tu investigación del Módulo 1.

### Interactúa

Dedica de 10 a 15 minutos antes y después de publicar a responder comentarios, ver historias y comentar cuentas de tu mercado.

### Elige tu horario

Empieza con uno que puedas sostener. Cuando tengas comunidad, revisa en tus estadísticas (**Instagram** (**instagram.com**) › Estadísticas, o **Meta Business Suite** (**business.facebook.com**)) cuándo está más activa y publica un poco antes.

### Hashtags

Úsalos al final del texto y combina algunos amplios con otros más específicos. Las palabras clave en el texto pesan igual o más.

MIDE Y AJUSTA

**Después de publicar, revisa qué funcionó (alcance, guardados, comentarios y clics) y qué mejorar. Repite lo que funciona y ajusta lo que no.**

EJERCICIO · TU CALENDARIO DE UNA SEMANA

| Día | Objetivo | Formato | Idea |
|---|---|---|---|
| Lunes | | | |
| Miércoles | | | |
| Viernes | | | |
| Domingo (historias) | | | |

MÓDULO 4 · CIERRE

# Tu plan semanal

Reúne tus decisiones en una sola ficha. Con ella, no volverás a preguntarte «¿qué publico hoy?».

### MI FICHA DE CONTENIDO

| Elemento | Mi decisión |
|---|---|
| Mis pilares (3 a 5) | |
| Mi mezcla 40-40-20 esta semana | |
| Frecuencia y horario | |
| Formatos principales | |
| Palabras clave que usaré | |
| Cómo mediré el resultado | |

### CHECKLIST DEL MÓDULO

- ☐ Defino la intención antes del formato.
- ☐ Conozco las tres fases del embudo.
- ☐ Tengo mis primeros ganchos escritos.
- ☐ Tengo de tres a cinco pilares.
- ☐ Reparto mi contenido con 40-40-20.
- ☐ Mi calendario semanal está listo.

**Resultado del módulo:** dejas de improvisar: sabes qué publicar cada semana.
**Lo que sigue:** Módulo 5 · Herramientas. Ya sabes qué publicar; ahora montas el sistema para crear, responder y cobrar sin depender de tu tiempo.

MÓDULO 4 · ANEXO

# Herramientas del módulo de Contenido

Todas las aplicaciones que se mencionan en este módulo, qué hace cada una y dónde encontrarla. Empieza solo con las que necesites.

| Aplicación | Para qué sirve | Página web |
|---|---|---|
| **Canva** | Diseña publicaciones, carruseles, historias y portadas de Reels con plantillas. | canva.com |
| **Adobe Express** | Alternativa de diseño con plantillas para redes y logos. | adobe.com/express |
| **CapCut** | Edita Reels y videos cortos: cortes, textos en pantalla y subtítulos. | capcut.com |
| **Pexels** | Fotos y videos gratuitos para acompañar tu voz o tus textos. | pexels.com |
| **Pixabay** | Imágenes, videos y música gratuitos. | pixabay.com |
| **Unsplash** | Fotografías de alta calidad de uso gratuito. | unsplash.com |
| **Coverr** | Videos de apoyo (B-roll) gratuitos. | coverr.co |
| **Mixkit** | Videos, música y efectos de sonido gratuitos. | mixkit.co |
| **ChatGPT** | Asistente de IA para ideas de contenido, guiones y borradores. | chatgpt.com |
| **Google Trends** | Comprueba qué se busca y cómo cambia el interés con el tiempo. | trends.google.com |
| **Meta Business Suite** | Programa publicaciones en Instagram y Facebook y consulta estadísticas. | business.facebook.com |
| **Buffer** | Planifica y programa tu calendario de publicaciones. | buffer.com |
| **Later** | Calendario visual y programación para redes sociales. | later.com |
| **Metricool** | Planifica, programa y analiza el rendimiento de tu contenido. | metricool.com |
| **Linktree** | Reúne varios enlaces en uno solo para tu bio. | linktr.ee |

Revisa siempre las condiciones, los planes gratuitos y las licencias de uso de cada herramienta antes de empezar. Las páginas pueden cambiar con el tiempo.

05 HERRAMIENTAS

# ¿Te falta otra app… o te falta un sistema?

Es el último módulo a propósito: las herramientas sirven cuando ya sabes qué necesitas hacer.

### ¿TE SUENA?

*«Pago varias aplicaciones y uso la mitad.»*
**PERSONAL TRAINER**

*«Respondo cada consulta a mano y se me escapan pacientes.»*
**PSICÓLOGA**

*«Me escriben por Instagram preguntando precios y no doy abasto.»*
**COMERCIO**

### LO QUE PASA EN REALIDAD

Primero la función, después la herramienta. Tu proyecto necesita cubrir cuatro funciones, y no hace falta tenerlas todas resueltas desde el primer día:

**Crear**
Textos, imágenes, videos.

**Comunicar**
Responder y cuidar contactos.

**Operar**
Ofrecer, cobrar, automatizar.

**Evaluar**
Ver qué funciona y decidir.

### LO QUE RESUELVE ESTE MÓDULO

**Con las herramientas justas, tu proyecto sigue trabajando aunque tú no estés mirando el teléfono.**

### EN ESTE MÓDULO VAS A RECORRER


1. Primero la función, después la herramienta
2. Crear: diseño e inteligencia artificial
3. Comunicar I: tu recurso gratuito
4. Comunicar II: correo y campaña
5. Operar: enlace, página y cobros
6. Evaluar y ajustar
7. Checklist de lanzamiento
✓ Cierre de la guía


? ¿Qué tarea repites todos los días que podría hacerse sola?

MÓDULO 5 · LECCIÓN 1

# Primero la función, después la herramienta

No necesitas más aplicaciones. Necesitas saber qué función te falta cubrir.

| Función | La pregunta | Una herramienta puede ser… |
|---|---|---|
| **Crear** | ¿Cómo produzco mis textos, imágenes y videos sin perder horas? | Diseño con plantillas (**Canva** (canva.com)), editor de video (**CapCut** (capcut.com)), asistente de IA (**ChatGPT** (chatgpt.com)) |
| **Comunicar** | ¿Cómo respondo y cuido a quien me escribe o se suscribe? | Plataforma de correo (**Systeme.io** (systeme.io), **MailerLite** (mailerlite.com)), respuestas guardadas, mensajes directos |
| **Operar** | ¿Cómo ofrezco, cobro y entrego sin hacerlo todo a mano? | Enlace en la bio (**Linktree** (linktr.ee)), página de oferta (**Systeme.io** (systeme.io)), pasarela de pagos (**PayPal** (paypal.com), **Stripe** (stripe.com)) |
| **Evaluar** | ¿Cómo sé qué funciona y qué cambiar? | Estadísticas de **Instagram** (instagram.com), **Google Analytics** (analytics.google.com), métricas de la página y del correo |

REGLA DE DECISIÓN

**Antes de sumar una herramienta, escribe qué problema concreto resuelve. Si no puedes decirlo en una frase, no la necesitas todavía.**

EJERCICIO · TU INVENTARIO

**Tareas que repito todos los días o todas las semanas:**

**Aplicaciones que pago o uso hoy y cuánto las uso:**

**La función que más me falta cubrir (Crear, Comunicar, Operar o Evaluar):**

? ¿Qué tarea podría ahorrarte una hora a la semana si se resolviera con una sola herramienta?

MÓDULO 5 · LECCIÓN 2

# Crear: diseño e inteligencia artificial

Un sistema mínimo para producir contenido de forma rápida y con tu estilo.

### Diseño con plantillas

**Canva** (canva.com), **Adobe Express** (adobe.com/express) o **VistaCreate** (create.vista.com) te permiten crear publicaciones, carruseles y portadas de Reels sin saber diseño; para editar videos, **CapCut** (capcut.com). Parte de plantillas y adáptalas a tu kit visual del Módulo 3.

### Inteligencia artificial

Te ayuda con ideas, borradores, guiones y respuestas. Opciones: **ChatGPT** (chatgpt.com), **Claude** (claude.ai) o **Gemini** (gemini.google.com). Úsala como asistente: tú revisas, corriges y le das tu voz.

PRO TIP

**Ten todo listo (textos e imágenes) antes de abrir cualquier herramienta. Reducirás mucho el tiempo que tardas en crear.**

TRES INDICACIONES PARA EMPEZAR CON IA

### 1 · Conocer a tu cliente

«Ayudo a [tu público] con [el problema que resuelves]. Dame los 10 dolores y deseos más comunes de este público.»

### 2 · Generar ideas de contenido

«Soy [tu oficio] y mis pilares son [A, B y C]. Dame 20 ideas de Reels para atraer a [tu público], sin que yo aparezca en cámara.»

### 3 · Escribir en tu estilo

«Reescribe este texto con un tono [tus tres adjetivos del Módulo 3]. No uses frases hechas ni promesas exageradas.»

Revisa siempre lo que genera la IA: verifica los datos y ajusta el texto para que suene a ti.

EJERCICIO · CREA TU SISTEMA MÍNIMO

Mi herramienta de diseño será:

Mi asistente de IA será:

Mi primera tarea que voy a automatizar con ellas:

MÓDULO 5 · LECCIÓN 3

# Comunicar I: tu recurso gratuito

Un recurso gratuito a cambio del correo de quien te lo pide: la forma más sólida de construir una comunidad que sea tuya.

## POR QUÉ CONVIENE TENER UNO

### Tu lista es tuya

Las redes pueden cambiar sus reglas o cerrarse. Tu lista de contactos está bajo tu control.

### Atrae interesados reales

Quien pide tu recurso ya tiene interés en lo que ofreces.

### Genera confianza

Ofrecer valor antes de pedir nada te posiciona como alguien serio.

### Permite nutrir la relación

Con correos de seguimiento, guías de camino a la compra y casos, avanzas paso a paso.

## CÓMO CREAR UN BUEN RECURSO GRATUITO

- **Conéctalo con tu oferta:** debe ser una muestra de lo que ofreces. Da un adelanto, no todo.
- **Responde dudas y deseos comunes** de tu cliente ideal. Usa lo que descubriste en el Módulo 1.
- **Estructúralo así:** portada, introducción clara, valor real y aplicable, información sobre tu oferta sin presionar, y cierre con agradecimiento.
- **Elige un formato simple:** una guía de inicio, una checklist, plantillas, un mini taller o un ebook corto.

EJERCICIO · DISEÑA TU RECURSO

**Problema que resuelve:**

**Formato (guía, checklist, plantilla...):**

**Título que promete un resultado concreto:**

**Cómo conecta con mi oferta:**

? Te recomendamos empezar con una guía de inicio o una checklist: son simples y muy útiles.

MÓDULO 5 · LECCIÓN 4

# Comunicar II: correo y campaña

Tu correo profesional y una secuencia corta de mensajes mantienen la conversación con quien se suscribe.

## TU DOMINIO Y TU CORREO PROFESIONAL

Registra un dominio que refleje lo que haces y cómo ayudas. Puede ser tu nombre completo o algo relacionado con tu mercado. Si el nombre está ocupado, prueba variantes sin guiones ni números y lo más corto posible. Si puedes, elige la extensión **.com**, la más común y confiable. Puedes registrarlo en **Namecheap** (namecheap.com), **GoDaddy** (godaddy.com) o **Hostinger** (hostinger.com). Un buen correo (*hola@tudominio.com*) transmite profesionalismo; puedes crearlo con **Google Workspace** (workspace.google.com) o **Zoho Mail** (zoho.com/mail).

## TU PLATAFORMA DE CORREO

Para empezar, puedes configurar el flujo de correos de tu recurso gratuito en una plataforma todo en uno, como **Systeme.io** (systeme.io), o usar una especializada de correo: **MailerLite** (mailerlite.com), **Brevo** (brevo.com), **Kit** (kit.com) o **Mailchimp** (mailchimp.com). Elige la que se adapte a tu presupuesto y a cuánto te sientes cómodo con la tecnología.

## UNA SECUENCIA DE CUATRO CORREOS

| Correo | Objetivo | Idea del mensaje |
|---|---|---|
| **1 · Bienvenida** | Entregar el recurso | Agradece, entrega el enlace y cuenta qué encontrarán. Invita a responder si tienen dudas. |
| **2 · Seguimiento** | Abrir conversación | Pregunta si pudieron revisarlo y qué les pareció. Muestra cercanía. |
| **3 · Valor** | Aportar y educar | Comparte un consejo, un caso o una historia útil relacionada con su problema. |
| **4 · Invitación** | Presentar tu oferta | Cuenta cómo puedes ayudar y cómo dar el siguiente paso, sin presionar. |

Usa un tono cercano y honesto. No prometas ingresos ni resultados garantizados.

EJERCICIO · ESBOZA TU SECUENCIA

**Asunto del correo 1:**

**Asunto del correo 3 (el que más valor aporta):**

MÓDULO 5 · LECCIÓN 5

# Operar: enlace, página y cobros

El camino que recorre una persona desde tu contenido hasta que te contrata o compra no debería depender de que tú contestes en el momento.

## LAS TRES PIEZAS QUE NECESITAS

### 1 · Enlace en la bio

Es tu punto de conexión. Debe llevar a tu oferta o a un recurso gratuito, nunca a un sitio genérico. Herramientas: **Linktree** (linktr.ee) o **Beacons** (beacons.ai).

### 2 · Página de oferta o de suscripción

Diseña una página de captación, una de oferta o ventas y una de agradecimiento. Un editor de arrastrar y soltar basta: **Systeme.io** (systeme.io), **Carrd** (carrd.com), **Wix** (wix.com) o **WordPress** (wordpress.com).

### 3 · Forma de cobrar

Conecta una pasarela como **PayPal** (paypal.com), **Stripe** (stripe.com) o **Mercado Pago** (mercadopago.com), o usa una plataforma que cobre y entregue por ti. En las dos páginas siguientes tienes el directorio. Compara condiciones antes de elegir.

ANTES DE ABRIR LA HERRAMIENTA

**Define a quién le hablas y qué necesita, qué ofrecerás y cómo se ve cada página. Con todo listo, montarla lleva mucho menos tiempo.**

## AUTOMATIZA LO QUE PUEDAS

Crea reglas sencillas basadas en lo que hacen tus contactos: que un correo de bienvenida salga solo cuando alguien se suscribe, o que reciba un seguimiento cuando hace clic en un enlace. Revisa los límites de tu plan antes de diseñar muchas reglas.

## PREGUNTAS FRECUENTES

**¿Necesito un sitio web?** Es útil para controlar tu marca, pero no es imprescindible: puedes empezar con plataformas de terceros.

**¿Cuánto tarda en estar listo?** Depende de tu oferta, tu página y tu audiencia. Empieza con lo mínimo y mejora sobre la marcha.

EJERCICIO · TU CAMINO DE LA PUBLICACIÓN AL COBRO

Escribe los pasos: publicación → … → contacto → … → compra o consulta.

MÓDULO 5 · ANEXO A

# Directorio de pasarelas y medios de pago

Para cobrar a tu página, tu enlace o tu tienda. Cada una tiene condiciones, comisiones y países disponibles distintos: revísalos antes de elegir.

| Aplicación | Para qué sirve | Página web |
|---|---|---|
| **PayPal** | Cobros y pagos internacionales con tarjeta o saldo. | paypal.com |
| **Stripe** | Pagos con tarjeta y suscripciones para tu web o tu enlace de cobro. | stripe.com |
| **Mercado Pago** | Cobros con tarjeta, transferencia y código QR en Latinoamérica. | mercadopago.com |
| **Square** | Cobros presenciales y en línea para comercios. | squareup.com |
| **Payoneer** | Recibe pagos internacionales de clientes y plataformas. | payoneer.com |
| **Wise** | Cuenta multidivisa para cobrar y transferir con comisiones bajas. | wise.com |
| **Revolut Business** | Cuenta para negocio con cobros y pagos en varias monedas. | revolut.com |
| **Skrill** | Monedero digital para pagos y envíos en línea. | skrill.com |
| **Klarna** | Permite a tus clientes pagar a plazos. | klarna.com |
| **Paddle** | Cobra productos digitales y gestiona impuestos internacionales. | paddle.com |
| **PayU** | Pasarela de pagos con presencia en Latinoamérica y otras regiones. | payu.com |
| **dLocal** | Medios de pago locales de países emergentes. | dlocal.com |
| **Wompi** | Medios de pago de Bancolombia para Colombia, Panamá, Guatemala y El Salvador. | wompi.com |
| **Flow** | Pasarela de pagos para negocios en Chile. | flow.cl |
| **Bizum** | Pagos inmediatos entre personas y comercios en España. | bizum.com |
| **Apple Pay** | Pago con un toque desde iPhone, Mac y Apple Watch. | apple.com/apple-pay |
| **Google Pay** | Pago rápido con tarjetas guardadas en tu cuenta de Google. | pay.google.com |

La disponibilidad cambia según tu país y el de tus clientes. Esta lista reúne las opciones más usadas y no es exhaustiva.

MÓDULO 5 · ANEXO B

# Plataformas que cobran y entregan por ti

Reúnen página de venta, cobro y entrega del producto digital en un solo lugar. Útiles si quieres empezar sin conectar varias piezas.

| Aplicación | Para qué sirve | Página web |
|---|---|---|
| **Systeme.io** | Páginas, embudos, correo, cursos y cobros en una sola plataforma, con plan gratuito. | systeme.io |
| **Hotmart** | Venta de cursos, ebooks y membresías con cobro y afiliados. | hotmart.com |
| **Gumroad** | Vende productos digitales con página propia y entrega automática. | gumroad.com |
| **Payhip** | Vende descargas digitales, cursos y membresías. | payhip.com |
| **Lemon Squeezy** | Cobra productos digitales y gestiona los impuestos por ti. | lemonsqueezy.com |
| **Ko-fi** | Recibe apoyos y vende productos digitales a tu comunidad. | ko-fi.com |
| **Buy Me a Coffee** | Apoyos, membresías y venta de contenido digital. | buymeacoffee.com |
| **Teachable** | Plataforma para crear y vender cursos en línea. | teachable.com |
| **Kajabi** | Cursos, comunidad, páginas y correo en un solo lugar. | kajabi.com |
| **Podia** | Cursos, descargas y membresías con tienda propia. | podia.com |
| **Sellfy** | Tienda sencilla para productos digitales y físicos. | sellfy.com |
| **Shopify** | Tienda en línea completa para productos físicos y digitales. | shopify.com |
| **Kit** | Correo, páginas de captación y venta de productos digitales. | kit.com |
| **Beacons** | Enlace en la bio con tienda y correo integrados. | beacons.ai |

CÓMO ELEGIR

**Mira qué comisión cobra, en qué países puedes cobrar, cuándo recibes el dinero y si entrega el producto de forma automática. Empieza con una sola y compruébala con una compra de prueba.**

Condiciones y planes cambian con el tiempo: consulta siempre la página oficial de cada plataforma.

MÓDULO 5 · LECCIÓN 6

# Evaluar y ajustar

Lo que no se mide no se puede mejorar. Una revisión corta cada semana es suficiente.

## ANTES DE LANZAR, PRUÉBALO TODO

- Recorre cada paso como si fueras un cliente: del enlace de tu bio a la página, al correo y a la entrega.
- Envíate un correo de prueba y comprueba que llegue y que los enlaces funcionen.
- Si cobras, haz una compra de prueba y confirma que quien paga recibe lo prometido sin problemas.

## QUÉ MIRAR

| Qué revisar | Qué te dice |
|---|---|
| Alcance y guardados de tus publicaciones | Qué ideas atraen y cuáles merecen repetirse. |
| Clics en tu enlace | Si tu llamada a la acción es clara. |
| Suscripciones a tu recurso gratuito | Si tu oferta resulta atractiva. |
| Aperturas y clics en tus correos | Si tus asuntos y mensajes conectan. |
| Consultas, ventas o reservas | Si el camino completo funciona. |

Dónde verlo: estadísticas de **Instagram** (**instagram.com**) o **Meta Business Suite** (**business.facebook.com**), **Google Analytics** (**analytics.google.com**) para tu página y las métricas de tu plataforma de correo (por ejemplo, **Systeme.io** (**systeme.io**)).

PRUEBA UNA COSA A LA VEZ

**Si quieres mejorar un asunto, un botón o un texto, cambia solo uno por vez y compara. Así sabrás qué hizo la diferencia.**

EJERCICIO · TU REVISIÓN SEMANAL

**Lo que funcionó esta semana:**

**Lo que voy a cambiar la próxima:**

MÓDULO 5 · LECCIÓN 7

# Checklist de lanzamiento

Revisa estos puntos antes de salir al mundo. No hace falta tenerlos todos el primer día.

### Preparación

- Tengo claros mi mercado y mi cliente.
- Validé el interés con datos reales.
- Defino objetivos y un plan sencillo.
- Tengo un espacio y un horario para trabajar.

### Oferta

- Sé qué voy a ofrecer y qué problema resuelve.
- Mi oferta está bien presentada y sin errores.
- Respeto derechos de autor y licencias de todo lo que uso.

### Presencia online

- Mi dominio y mi correo reflejan mi marca.
- Mi enlace en la bio es fácil de usar.
- Mis cobros son seguros.
- Uso palabras clave para ser encontrado.

### Legal y administrativo

- Redacté términos, privacidad y devoluciones si corresponde.
- Consulté con un profesional las normas que me aplican.
- Tengo los permisos o registros necesarios.

### Comunicación

- Elegí mi plataforma de correo.
- Tengo mi recurso gratuito y mis correos.
- Mi calendario de contenido está armado.

### Atención al cliente

- Tengo un canal claro para consultas.
- Respondo rápido y registro lo que me preguntan.
- Recojo opiniones para mejorar.

MÁS ADELANTE, CUANDO CREZCAS

- Automatiza las tareas repetitivas y revisa tus métricas con regularidad.
- Considera pedir ayuda o delegar parte del trabajo.
- Explora colaboraciones para llegar a más personas.

? No hace falta cumplir toda la lista para empezar. Marca lo que ya tienes y elige tres puntos para esta semana.

COMPLEMENTO DE LA GUÍA PRÁCTICA

# Tu Biblioteca de herramientas: 10 recursos

Herramientas listas para llevar cada módulo a la práctica. Las tienes más abajo, en este mismo archivo: «Biblioteca de herramientas».

| # | Recurso | Para qué te sirve | Módulo |
|---|---|---|---|
| 1 | **60 Días de Contenido Faceless** | Dos meses de ideas organizadas para no quedarte en blanco. | 2 y 4 |
| 2 | **+100 Ideas para crear un eBook** | Encontrar tu primer producto digital. | 5 |
| 3 | **100 Ganchos Virales** | Frases de apertura para que la gente se detenga. | 4 |
| 4 | **Guía de Reels Faceless** | Grabar y editar Reels sin mostrarte. | 2 y 4 |
| 5 | **100 CTAs y 300 Prompts** | Llamadas a la acción e instrucciones listas para IA. | 4 y 5 |
| 6 | **Vende con Historias de Instagram** | Secuencias de historias para vender sin presionar. | 4 |
| 7 | **Optimizando la Bio de Instagram** | Convertir cada visita en seguidor o consulta. | 3 |
| 8 | **Crea un eBook con ChatGPT** | Pasar de la idea al producto terminado con IA. | 5 |
| 9 | **Plantillas editables en Canva** | Plantillas listas para personalizar con tu marca. | 3 y 5 |
| 10 | **Domina Canva** | Empezar a diseñar con confianza, sin ser diseñador. | 5 |

CÓMO ENCAJAN

**Perfil que convence → ideas para publicar siempre → ganchos que frenan el scroll → Reels con alcance → acciones claras → ventas en historias → tu propio producto digital.**

? Úsalos en el orden en que los necesites: empieza por el recurso del módulo en el que estás trabajando.

TU SIGUIENTE PASO

# Todo lo que sabes ya tiene un camino

Recorriste los cinco módulos. Esto es lo que te llevas y cómo ponerlo en marcha en 30 días.

## REPITE TU DIAGNÓSTICO

| Módulo | Lo tengo claro | Más o menos | Todavía no |
|---|---|---|---|
| **Mercado:** sé para quién y para qué | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Faceless:** sé cómo quiero mostrarme | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Marca:** me reconocen sin mi logo | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Contenido:** cada publicación tiene un propósito | ☐ | ☐ | ☐ |
| **Herramientas:** mi sistema trabaja por mí | ☐ | ☐ | ☐ |

Compara con la foto del principio. Lo que sigue en «Todavía no» es tu próxima prioridad.

## TU PLAN DE 30 DÍAS

### Semana 1 · Mercado y presencia

Define tu frase de mercado y tu nivel de exposición.

### Semana 2 · Marca y perfil

Cierra tu historia, tu kit visual y tu bio.

### Semana 3 · Contenido

Define pilares, ganchos y tu calendario; publica tus primeras piezas.

### Semana 4 · Sistema

Monta tu recurso gratuito, tu enlace y tu primera revisión de métricas.

LO QUE TE LLEVAS

**Los cinco módulos, ejercicios aplicados a tu caso, la Biblioteca de herramientas y un camino claro. Lo que sabes ya tiene valor. Ahora, que lo encuentren quienes lo necesitan.**

COMPLEMENTO DE LA GUÍA PRÁCTICA

# Biblioteca de herramientas

Diez recursos prácticos para llevar la Guía práctica a tu día a día.

CONTENIDO

# Tu Biblioteca de herramientas: 10 recursos

Toca un recurso para ir directo a él. Cada uno indica en qué módulo de la Guía lo vas a usar.


1 **60 Días de Contenido Faceless** — p. 3
Para no volver a quedarte en blanco. — MÓDULOS 2 Y 4

2 **+100 Ideas para crear un eBook** — p. 14
Para encontrar tu primer producto digital. — MÓDULO 5

3 **100 Ganchos Virales** — p. 20
Para que la gente se detenga en tu publicación. — MÓDULO 4

4 **Guía de Reels Faceless** — p. 26
Para usar el formato con más alcance, sin mostrarte. — MÓDULOS 2 Y 4

5 **100 CTAs y 300 Prompts** — p. 38
Para generar respuestas y crear más rápido con IA. — MÓDULOS 4 Y 5

6 **Vende con Historias de Instagram** — p. 64
Para vender sin sentir que molestas. — MÓDULO 4

7 **Optimizando la Bio de Instagram** — p. 74
Para que cada visita se convierta en seguidor o consulta. — MÓDULO 3

8 **Crea un eBook con ChatGPT** — p. 80
Para pasar de la idea al producto terminado. — MÓDULO 5

9 **Plantillas editables en Canva** — p. 90
Plantillas listas para personalizar con tu marca. — MÓDULOS 3 Y 5

10 **Domina Canva** — p. 92
Para empezar a diseñar con confianza, sin ser diseñador. — MÓDULO 5


Los enlaces a Canva dentro de los recursos siguen funcionando: tócalos para abrir las plantillas en la aplicación.

01

RECURSO 1 · MÓDULOS 2 Y 4

# 60 Días de Contenido Faceless

Para no volver a quedarte en blanco.

## La clave definitiva para el éxito es atraer tráfico y construir tu audiencia

Antes de profundizar en las diferentes formas de ganar dinero en línea, hay algo fundamental que necesitas entender primero, sin importar qué trabajo secundario elijas. Hoy en día, cualquiera puede crear un producto y ponerlo a la venta en línea, pero para tener éxito en las ventas, la clave es: TRÁFICO.

¿Qué significa esto? En términos simples, necesitas llevar tus productos frente a posibles compradores. Cuanto mayor sea el tráfico que atraigas, más posibilidades tendrás de realizar ventas. Pero no es tan sencillo como parece.

Existen varias estrategias comunes para generar tráfico hacia tus ofertas: redes sociales (como TikTok, Facebook, Instagram), Pinterest, y anuncios. El objetivo inicial es atraer a los usuarios y captar su interés, ya sea guiándolos a seguirte, ofreciéndoles un recurso gratuito (como un "imán de plomo") o invitándolos a suscribirse a tu boletín.

Una vez que hayas captado la atención de un cliente potencial, es crucial nutrir esa relación mediante campañas de correo electrónico, publicaciones en redes sociales, entre otros. Debes educar al cliente sobre el problema que tu producto resuelve, explicar por qué lo necesita y cómo puede beneficiarse de él, abordar sus inquietudes y preguntas frecuentes, y construir una relación de confianza. En definitiva, el objetivo es convertir a esos prospectos en compradores reales.

Es esencial que pongas tu producto frente a tu mercado objetivo. Por ejemplo, si vendes productos para perros, debes enfocarte en llegar a personas que tengan mascotas. También es importante entender el tipo de producto que ofreces: si es un artículo sencillo que se compra de forma impulsiva o un producto más complejo que requiere una audiencia más nutrida y un proceso de convencimiento más largo.

## 60 días de post faceless o 30 días si publicas 2 veces

### Día 1: Estética del perfil

Ofrece consejos sobre cómo mantener un feed de Instagram visualmente atractivo y coherente. Explica la importancia de la paleta de colores, la disposición de las publicaciones y cómo crear una identidad visual que refleje la personalidad de tu marca.

### Día 2: Aprovechando los audios en tendencia

Informa a tu audiencia sobre la relevancia de utilizar audios en tendencia en sus publicaciones, destacando cómo aprovecharlos para mejorar la visibilidad y aumentar el alcance. Usa un ejemplo práctico de tu propio contenido para ilustrar cómo hacerlo correctamente.

### Día 3: Contenido generado por tus seguidores

Destaca el contenido creado por tu comunidad, como testimonios, arte de fans o formas creativas en que usan tus productos. Esto no solo fomenta la participación, sino que también refuerza la conexión emocional con tu audiencia.

### Día 4: Celebración de hitos

Celebra los logros importantes, como el número de seguidores alcanzado. Agradece a tu comunidad por su apoyo y participa activamente con ellos para fortalecer el sentido de comunidad y colaboración.

### Día 5: Tutorial del lunes

Cada lunes, comparte un tutorial paso a paso que sea útil para el crecimiento en Instagram o en tu nicho. Asegúrate de que el contenido sea claro, práctico y fácil de seguir para que tu audiencia pueda aplicar lo aprendido de inmediato.

### Día 6: Tu historia personal

Dedica una publicación para contar tu historia. Habla sobre tu trayectoria, los retos que has superado y lo que estás haciendo actualmente. Este tipo de contenido ayuda a humanizar tu marca y a crear una conexión más profunda con tu audiencia.

### Día 7: Desmitificando el algoritmo de Instagram

Aclara los mitos comunes sobre el algoritmo de Instagram. Explica cómo realmente funciona y ofrece consejos prácticos para navegar por las reglas de la plataforma y maximizar el alcance de las publicaciones.

### Día 8: Estrategia de mensajes directos (DM)

Comparte estrategias efectivas para interactuar con tus seguidores a través de mensajes directos. Da consejos sobre cómo construir relaciones auténticas y significativas, generando una comunidad más comprometida.

### Día 9: Datos curiosos de tu nicho

Educa y entretén a tu audiencia con datos interesantes y curiosos relacionados con tu nicho. Esta información puede generar conversación y mostrar tu experiencia en el tema, mientras mantienes a tu comunidad enganchada.

### Día 10: Cita inspiradora

Comparte citas poderosas o mensajes motivacionales que resuenen con tu audiencia. Acompáñalos de gráficos llamativos para potenciar el impacto visual y emocional del mensaje.

### Día 11: Producto destacado

Dedica una publicación a resaltar un producto o servicio específico. Utiliza imágenes atractivas, infografías o demostraciones para mostrar cómo tu oferta puede beneficiar a tu audiencia de manera clara y visual.

### Día 12: Beneficios del contenido en carrusel

Destaca las ventajas de usar publicaciones en carrusel para compartir contenido más completo. Comparte ideas creativas sobre cómo organizar varias imágenes o slides en una sola publicación para mantener el interés de los seguidores.

### Día 13: Testimonios de clientes satisfechos

Comparte testimonios positivos de clientes que han tenido una experiencia exitosa con tus productos o servicios. Convierte estos comentarios en gráficos atractivos para hacerlos más visuales y fáciles de compartir.

### Día 14: Diseño de portadas de destacados

Enseña a tus seguidores cómo crear portadas de historias destacadas llamativas que representen su marca visualmente. Ofrece consejos sobre los elementos gráficos y las mejores prácticas para que sus destacados sean más atractivos.

### Día 15: Guías paso a paso

Crea y comparte guías prácticas sobre temas que interesen a tu audiencia, presentadas de manera clara y fácil de seguir. Estas guías pueden ser tutoriales sobre herramientas, estrategias o consejos relacionados con tu nicho.

### Día 16: Momentos de recuerdo

Lleva a tu audiencia en un viaje nostálgico a través de fotos antiguas, hitos importantes o logros pasados. Revivir estos momentos no solo conecta con tu comunidad, sino que también muestra el progreso y la evolución de tu proyecto.

### Día 17: El futuro de Instagram

Habla sobre las próximas características y tendencias que llegarán a Instagram. Prepara a tu audiencia para los cambios que están por venir y cómo pueden aprovechar las nuevas herramientas y funcionalidades para mejorar su presencia en la plataforma.

### Día 18: Encuestas y sondeos

Involucra a tu comunidad a través de encuestas y preguntas interactivas relacionadas con tu nicho. Este tipo de contenido no solo fomenta la participación, sino que también te ayuda a conocer mejor a tu audiencia y sus intereses.

### Día 19: Reflexión y planes a futuro

Haz una pausa para reflexionar sobre el mes que ha pasado. Comparte lo que has aprendido, los hitos alcanzados y tus planes para el futuro. Expresa tu gratitud por el apoyo de tus seguidores y celebra el viaje de crecimiento que están compartiendo contigo.

### Día 20: Desmitificando conceptos

Desacredita los mitos y conceptos erróneos comunes dentro de tu nicho. Ayuda a tu audiencia a entender las realidades y proporciona información precisa que pueda mejorar su perspectiva sobre temas clave.

### Día 21: Citas para compartir

Diseña citas poderosas y motivacionales que tu audiencia pueda compartir fácilmente en sus redes sociales. Utiliza un diseño llamativo para que tus seguidores se sientan inspirados a difundir el mensaje.

### Día 22: Domingos motivacionales

Comienza la semana con una dosis de energía positiva y motivación. Comparte un mensaje que impulse a tu comunidad a afrontar la semana con optimismo y determinación. También puedes agregar un reto o desafío para incentivar la acción.

### Día 23: Reflexión y gratitud

Reflexiona sobre tu trayectoria y expresa tu gratitud hacia tu audiencia. Agradece a tus seguidores por su apoyo constante y comparte tu entusiasmo por los proyectos futuros, mostrando que lo mejor está por venir.

### Día 24: Trucos para el crecimiento

Ofrece consejos prácticos para aumentar tus seguidores de manera orgánica. Comparte estrategias para mejorar el alcance, generar interacción y ganar tracción en Instagram de manera efectiva y auténtica.

### Día 25: Viernes de recuerdos

Revive momentos memorables o comparte contenido antiguo que evoque nostalgia. Este tipo de contenido humaniza tu marca y ofrece una forma de conectar con tu audiencia a través de experiencias pasadas.

### Día 26: Preguntas y respuestas con seguidores

Organiza una sesión de preguntas y respuestas con tus seguidores. Responde a sus inquietudes o dudas y crea gráficos visualmente atractivos basados en las preguntas más comunes para hacer que el contenido sea más dinámico.

### Día 27: Datos y estadísticas relevantes

Comparte datos o estadísticas clave relacionados con tu nicho. Presenta la información de manera visual y fácil de entender para que tu audiencia pueda aprovecharla para tomar decisiones informadas.

### Día 28: Narración

Crea historias cautivadoras relacionadas con tu nicho o experiencias personales. La narración es una poderosa herramienta para conectar emocionalmente con tu audiencia y mantener su atención.

### Día 29: Reutilización de contenido

Comparte estrategias para reutilizar contenido de manera eficiente. Explica cómo adaptar el mismo material para diferentes formatos y plataformas para maximizar su alcance y eficacia.

### Día 30: Perspectivas de la industria

Habla sobre las tendencias, noticias y cambios en tu industria sin necesidad de mostrar tu rostro. Ofrece tu análisis y visión para mantener a tu audiencia informada y lista para adaptarse a los nuevos desarrollos.

### Día 31: Optimización de destacados de historias

Enseña a tus seguidores la importancia de los destacados de historias. Brinda una guía sobre cómo crear y organizar estos destacados para maximizar su impacto y asegurarte de que tus mejores contenidos estén siempre al alcance de tu audiencia.

### Día 32: Consejos para crear infografías

Crea gráficos visuales con consejos rápidos o sugerencias prácticas relacionadas con tu nicho. Las infografías son una excelente forma de presentar información de manera clara, concisa y atractiva.

### Día 33: Dominio de hashtags

Ofrece consejos prácticos sobre cómo utilizar hashtags de manera efectiva para mejorar la visibilidad de tus publicaciones. Explica el proceso de investigación y selección de hashtags, destacando la importancia de combinar etiquetas populares con específicas de nicho para alcanzar una mayor audiencia.

### Día 34: Desafíos de relleno de espacios

Involucra a tu audiencia de manera creativa, desafiándolos a completar frases o compartir sus opiniones sobre temas relevantes. Este tipo de interacción fomenta la participación activa y la conexión emocional con tu comunidad.

### Día 35: Recomendaciones de listas de reproducción

Crea y comparte listas de reproducción que reflejen la esencia de tu marca y resuenen con tu audiencia. Ya sea música, podcasts o videos, estas listas pueden ser una forma divertida de conectar con tus seguidores y proporcionarles contenido que complemente tu propuesta.

### Día 36: Rellenar los espacios en blanco

Publica una frase o cita con palabras faltantes y pide a tu audiencia que la complete. Este tipo de publicación fomenta la creatividad de tus seguidores y aumenta la interacción al hacerlos sentir parte de la conversación.

### Día 37: Preguntas y respuestas sobre el algoritmo

Organiza una sesión de preguntas y respuestas enfocada en el algoritmo de Instagram. Aborda las dudas y preocupaciones más comunes de tu audiencia sobre cómo funciona el algoritmo y cómo pueden mejorar su visibilidad en la plataforma.

### Día 38: Análisis detallado de analíticas

Explica cómo interpretar las métricas clave de Instagram Insights para optimizar el rendimiento del contenido. Proporciona consejos sobre cómo analizar los datos y usar esta información para ajustar estrategias y aumentar el alcance de tus publicaciones.

### Día 39: Leyendas atractivas

Comparte estrategias para escribir leyendas cautivadoras que aumenten el compromiso de tu audiencia. Enfatiza la importancia de un texto persuasivo y cómo una buena leyenda puede transformar una publicación común en una conversación activa.

### Día 40: Producto destacado

Dedica una publicación a resaltar un producto o servicio específico, utilizando imágenes de alta calidad, infografías o demostraciones visuales. Asegúrate de mostrar cómo este producto puede aportar valor a tu audiencia y por qué deberían considerarlo.

### Día 41: Sabiduría digital

Comparte citas inspiradoras o consejos útiles sobre marketing digital, crecimiento en Instagram y generación de ingresos pasivos. Acompáñalos de gráficos llamativos que amplifiquen el impacto visual y hagan que el mensaje sea aún más memorable.

### Día 42: Consejos profesionales

Cada martes, ofrece consejos prácticos sobre cómo hacer crecer tu cuenta de Instagram, crear productos digitales o diversificar tus fuentes de ingresos. Asegúrate de proporcionar contenido útil y aplicable que tu audiencia pueda implementar de inmediato.

### Día 43: Presentación de productos

Destaca uno de tus productos digitales o guías a través de publicaciones visualmente atractivas. Utiliza imágenes, infografías o demostraciones que resalten sus características clave y muestren cómo puede beneficiar a tu audiencia.

### Día 44: Historias de éxito

Comparte historias de personas que han logrado resultados significativos utilizando tus productos digitales o estrategias de crecimiento. Las historias de éxito pueden inspirar y motivar a tu audiencia, mostrando que los resultados son alcanzables.

### Día 45: Reintroducción

Haz una reflexión sobre tu comienzo en el marketing digital y cuenta cómo ha evolucionado tu enfoque desde que comenzaste a trabajar sin mostrar tu rostro. Esta reintroducción puede humanizar tu marca y permitir que tu audiencia se conecte de una manera más personal contigo.

### Día 46: Encuestas e ideas

Involucra a tu audiencia a través de encuestas para conocer sus preferencias, desafíos y necesidades en el ámbito del marketing digital. Este tipo de interacción puede brindarte valiosa información para mejorar tu contenido y ajustarlo a las expectativas de tu comunidad.

### Día 47: Recomendaciones de recursos

Comparte recursos valiosos, como sitios web, podcasts, libros o cursos, que han influido en tu camino hacia el éxito en el marketing digital y la creación de ingresos pasivos. Ofrecer estos recursos puede ser una forma poderosa de aportar valor a tu audiencia y ayudarles a seguir creciendo.

### Día 48: Detrás de escena

Brinda a tu audiencia un vistazo exclusivo de tu proceso de marketing digital sin revelar tu rostro. Muestra las herramientas que usas, tu espacio de trabajo o las rutinas creativas que sigues. Este tipo de contenido humaniza tu marca y permite que tu comunidad se conecte con el proceso que hay detrás de tus resultados.

### Día 49: Testimonios destacados

Resalta testimonios de clientes que han tenido éxito con tus productos digitales o servicios de marketing. Comparte sus experiencias positivas para demostrar cómo tu orientación ha impactado de manera significativa en su camino hacia el éxito.

### Día 50: Trucos para ingresos pasivos

Ofrece consejos prácticos y estrategias efectivas para crear múltiples flujos de ingresos pasivos en el mundo digital. Comparte tus propios métodos o casos de éxito que inspiren a tu audiencia a explorar y aplicar estas ideas.

### Día 51: Contenido curado

Comparte artículos interesantes, videos o recursos útiles de otros expertos en la comunidad de marketing digital e ingresos pasivos. Este tipo de contenido valioso amplía tu red de influencia y muestra tu disposición a aportar a tu audiencia más allá de lo que produces tú mismo.

### Día 52: Ideas de infografías

Presenta datos e información relevante utilizando infografías visualmente atractivas, especialmente relacionadas con estrategias de marketing digital y generación de ingresos pasivos. Las infografías facilitan la comprensión de conceptos complejos y ayudan a que tu audiencia retenga mejor la información.

### Día 53: Viernes de libertad financiera

Dedica este día a hablar sobre los aspectos financieros del marketing digital y los ingresos pasivos. Comparte estrategias y consejos sobre cómo alcanzar la libertad financiera a través de la planificación estratégica y la creación de flujos de ingresos sostenibles.

D**ÍA 54: LOGROS DEL PASADO** Haz una pausa para reflexionar sobre los hitos importantes, logros y lanzamientos exitosos de tu trayectoria en marketing digital. Esta reflexión no solo celebra tus éxitos, sino que también inspira a tu audiencia a ver que el progreso es posible a través del trabajo constante.

### Día 55: Colaboración de contenido

Aborda las oportunidades de colaboración con otros profesionales del marketing digital o creadores de contenido. Comparte ideas sobre asociaciones que pueden beneficiar a ambas partes y cómo la colaboración puede abrir nuevas puertas para tu negocio y tu audiencia.

### Día 56: Revelación del algoritmo de Instagram

Desglosa las complejidades del algoritmo de Instagram para ayudar a tu audiencia a entender cómo funciona. Comparte estrategias para navegar las constantes actualizaciones y ofrecer contenido que maximice su visibilidad y engagement en la plataforma.

### Día 57: Carrusel de contenido

Explica los beneficios de utilizar publicaciones en carrusel en Instagram. Comparte ideas creativas sobre cómo utilizar múltiples imágenes o diapositivas en una sola publicación para entregar contenido de manera efectiva, asegurando que la audiencia se mantenga comprometida y reciba valor en cada deslizamiento.

### Día 58: El futuro del marketing digital

Analiza las tendencias emergentes y el futuro del marketing digital. Prepara a tu audiencia para los cambios y oportunidades que se presentarán en el espacio digital, ayudándoles a estar un paso adelante en un entorno tan dinámico.

### Día 59: Transformación de contenido

Muestra cómo un solo tipo de contenido puede ser transformado y adaptado para diferentes formatos y plataformas. Puedes dar ejemplos de cómo un video de Instagram puede convertirse en una publicación de blog, una infografía para Pinterest o una serie de historias. Este tipo de contenido es muy útil para quienes buscan maximizar el alcance de su material sin tener que crear algo desde cero cada vez.

### Día 60: Errores comunes al iniciar un proyecto digital

Habla sobre los errores más comunes que cometen las personas al empezar un negocio o proyecto digital, basados en tu propia experiencia o los problemas más frecuentes que has observado en tu nicho. Ofrece soluciones o recomendaciones para evitar estos tropiezos y acelerar el éxito.

# Curación y programación del contenido

### La consistencia es clave en Instagram.

Publicar de manera regular no solo mantiene a tu audiencia comprometida, sino que también te ayuda a seguir siendo visible para el algoritmo de Instagram. Piensa en ello como el aceite que mantiene el motor de tu negocio en línea funcionando de manera fluida y eficiente.

### Fuente imágenes y videos de alta calidad relacionados con tu nicho.

Puedes encontrar contenido visual de alta calidad en diversas plataformas, como sitios de fotos gratuitas, plataformas de licencias creativas o incluso contenido generado por usuarios (¡con su permiso, por supuesto!). Canva y Pexels son excelentes opciones para obtener imágenes y videos.

Es importante que estas imágenes y videos se alineen con la estética y el tema de tu perfil. Además, siempre recuerda dar crédito a los creadores originales si utilizas su contenido. Si decides compartir material de otros, asegúrate de obtener su permiso y darles la atribución correspondiente.

USA HERRAMIENTAS COMO CANVA PARA REALIZAR EDICIONES Y PERSONALIZAR TU CONTENIDO. Una vez que tengas tus imágenes, puedes importarlas a Canva (o utilizar cualquier otra herramienta de diseño) para hacer ajustes. Haz ediciones simples para mejorar el atractivo visual, o agrega superposiciones de texto que proporcionen contexto o una llamada a la acción.

Mantén un esquema de colores o filtros consistente a lo largo de todas tus publicaciones para lograr una apariencia cohesiva y profesional. Tu perfil debe sentirse como una galería curada, no como un mercadillo desordenado.

PROGRAMA TUS PUBLICACIONES CON HERRAMIENTAS COMO LATER O BUFFER (OPCIONAL). Si prefieres no publicar manualmente durante todo el día, puedes optar por herramientas de programación de contenido. Programar tus publicaciones te permite mantener una presencia constante sin tener que estar publicando en tiempo real. Apunta al menos a una publicación por día para asegurarte de mantenerte activo en Instagram y seguir siendo visible para tu audiencia.

02

RECURSO 2 · MÓDULO 5

# +100 Ideas para crear un eBook

Para encontrar tu primer producto digital.

## Antes de elegir un tema, piensa en esto...

Te será mucho más sencillo escribir tu libro electrónico si eliges un tema que te apasione o en el que tengas habilidades. Para inspirarte, piensa en estos aspectos de tu experiencia profesional y vida personal:

- Tus fortalezas en el trabajo (tanto en tu posición actual como en empleos anteriores).
- Los aspectos de tu trabajo que más disfrutas o te resultan interesantes.
- Tus hobbies, especialmente aquellos en los que destacas.
- Otros intereses o actividades que te motiven fuera del ámbito laboral.
- Temas que disfrutaste estudiar en la escuela o que te despertaron curiosidad.
- Lo que amigos y familiares consideran que haces bien.

Anota tus respuestas e incluye cualquier otra área que te apasione o domines. Si encuentras un tema que combines ambas cosas, disfrute y habilidad ¡mejor aún! Escribir sobre él te resultará más fluido y natural.

## +100 ideas de e-books que te encantarán

**01** Cómo Empezar un Negocio Secundario

**02** Guía de Supervivencia para Padres

**03** Guía para una Vida Sostenible

**04** Marketing Digital para Principiantes

**05** Cómo Iniciar un Podcast desde Cero

**06** Cocina Vegana para Principiantes

**07** El Arte de la Oratoria y Hablar en Público

**08** Fundamentos de Photoshop: Domina las Bases

**09** Introducción a la Inversión en Acciones

**10** Cómo Crear un Blog Exitoso

**11** Fotografía para Principiantes

**12** Guía para Iniciar un Canal de YouTube

**13** El Arte de la Manifestación

**14** Dieta Keto para Principiantes

**15** Cómo Crear un Embudo de Ventas Eficaz

**16** Tips para Viajar con Presupuesto Ajustado

**17** Cómo Generar Ingresos Pasivos

**18** Jardinería para Principiantes

**19** Cómo Entrenar a tu Cachorro

**20** Guía para una Vida Minimalista

**21** Domina la Meditación: Habilidades Clave

**22** Cómo Vivir con un Presupuesto

23 Guía para Planificar la Boda Perfecta

24 Palabras Clave para SEO: Guía Integral

25 Cómo Construir Confianza en tu Negocio

26 Introducción a la Criptomoneda Paso a Paso

27 Guía para Comprar Moda Asequible

28 Dominando tu Primer Año en Bienes Raíces

29 Cómo Aprovechar al Máximo tu Plataforma Social

30 Yoga para Principiantes: Inicia tu Práctica

31 Cómo Solicitar una LLC Paso a Paso

32 Guía para Triunfar en Ventas en Amazon

33 Consejos y Trucos para una Vida Saludable

34 Cómo Decorar tu Hogar al Estilo Bohemio

35 La Agenda Guiada Definitiva para el Amor Propio

36 Ayuno Intermitente para Principiantes

37 Cómo Construir un Negocio de Pestañas de 6 Figuras

38 La Guía Completa para Tonificar Glúteos

39 Usando Canva para Crear Productos Digitales

40 Cómo Construir un Negocio de Comercio Electrónico Exitoso

41 Mis Mejores Peinados para el Verano

42 Paso a Paso para Iniciar una Marca de Ropa

43 DJ 101: Cómo Iniciar tu Carrera

44 Trucos de Maquillaje para Principiantes

45 Guía Completa para la Escritura Creativa

46 Cómo Escribir y Publicar un Libro Infantil

47 Supera tu Miedo al Fracaso

48 Guía para Crear Velas Aromáticas

49 El Arte de la Negociación

50 Consejos para Mejorar tu Sueño

51 Estrategias de Marketing Digital para Pequeñas Empresas

52 Decoración DIY para el Hogar con Presupuesto Limitado

53 Cómo Hacer una Mudanza a Bali

54 Domina la Creación de Marca para tu Negocio

55 Guía para el Marketing de Afiliación

56 Trucos de Edición de Video que Te Encantarán

57 Conviértete en Experto en la Preparación de Comidas

58 Cómo Identificar a tu Audiencia Objetivo

59 Supera la Ansiedad con Estos Pasos Simples

60 Guía para Iniciar tu Negocio en Airbnb

61 El Arte del Origami

62 Los 10 Mejores Consejos para Pagar Deudas Rápidamente

63 Cómo Generar Ingresos en Pinterest

64 Dominando el Marketing de Atracción

65 Guía para Contar Macros: Principiantes Bienvenidos

66 Cómo Crear Imprimibles Digitales

67 Los 10 Errores a Evitar al Empezar un Negocio

68 Domina el Arte de la Mixología

69 Cómo Manifestar a tu Pareja Ideal

70 TikTok para Principiantes: Tips de Algoritmo Incluidos

71 Cómo Crear un Currículum Impactante

72 Feng Shui para Principiantes

73 Maquillaje de Novia DIY

74 Mis 10 Mejores Tips para una Piel Radiante

75 Cómo Conseguir Colaboraciones y Acuerdos de Marca

76 Gestión del Tiempo: Domina Esta Habilidad

77 Guía Práctica de la Ley de Atracción

78 Cómo Comprar tu Primera Propiedad

79 Contorneado de Maquillaje para Principiantes

80 Cómo Manifestar Abundancia Financiera

81 Afirmaciones para Fortalecer la Autoconfianza

82 Guía de Astronomía para Principiantes

83 Familias Mixtas: Cómo Navegar y Superar Desafíos

84 Horneado para Principiantes: De Galletas a Pasteles

85 Guía Básica para el Desarrollo de Aplicaciones Móviles

86 Crochet y Tejido: Guía para Principiantes

87 Trucos para Organizar y Simplificar tu Vida

88 El Arte de las Citas: Cómo Encontrar a tu Pareja Ideal

89 Habilidades de Liderazgo: Inspirar y Motivar a tu Equipo

90 Diseño Web Simplificado para Todos

91 Nómada Digital: Trabaja y Viaja a Tiempo Completo

92 Cómo Destacar en tus Entrevistas de Trabajo

93 Guía para Viajeros Solitarios

94 Los Lenguajes del Amor: Cómo Comprenderlos

95 Inteligencia Artificial para No-Técnicos: Explicación Clara

96 Manicuras DIY y Técnicas de Diseño de Uñas

97 Redescubre tu Identidad Más Allá de la Maternidad

98 Cambio Climático: Todo lo que Debes Saber

99 Guía para un Bronceado Perfecto en Casa

100 Snacks Saludables y Nutrición para Niños

101 Cómo Ahorrar e Invertir para un Futuro Financiero Seguro

102 Belleza Natural: Consejos para el Cuidado de la Piel

103 Fabricación de Joyería Artesanal

104 Relaciones a Distancia: Cómo Navegarlas

105 Cabello Saludable: Consejos para Hebras Fuertes y Brillantes

106 Guía Completa para Dueños de Mascotas

107 Reaviva el Romance: Cómo Recuperar la Pasión

108 Cómo Crear Múltiples Fuentes de Ingresos

109 Guía Financiera para Madres Solteras

# Identifica tu nicho: El equilibrio entre pasión y rentabilidad

Elegir un nicho es como seleccionar el suelo perfecto para una planta; es la base que sustentará todo lo demás. Un nicho bien escogido puede marcar la diferencia entre una cuenta de Instagram exitosa y una que lucha por ganar tracción. Es la piedra angular que define tu contenido, audiencia y estrategias de monetización.

### 1. Investiga nichos populares:

Empieza por listar los nichos populares en Instagram, como viajes, comida, mascotas, moda y bienestar, que suelen ser apuestas seguras. Usa la función de búsqueda de Instagram para explorar hashtags relacionados con estos nichos. Observa la cantidad de publicaciones y la calidad del contenido destacado.

### 2. Consejo profesional:

No te limites a seguir lo que hace la mayoría; elige un nicho que realmente te apasione. ¡Tu entusiasmo se notará en tu trabajo! Además, analiza la Competencia y Saturación del Mercado. Una vez que tengas algunos nichos en mente, evalúa la competencia. Investiga páginas exitosas en tus nichos seleccionados: analiza su número de seguidores, tasa de interacción y frecuencia de publicación. También considera el nivel de saturación del mercado: ¿hay espacio para una nueva cuenta en este nicho? Herramientas como

SocialBlade o Instagram Insights pueden ayudarte a recopilar datos sobre competidores potenciales. ¡Recuerda, el conocimiento es poder!

3. ELIGE UN NICHO QUE COMBINE TUS INTERESES CON POTENCIAL DE MONETIZACIÓN: Tras investigar y analizar, selecciona uno o dos nichos que te interesen y que además tengan oportunidades de monetización. Piensa en productos, servicios o programas de afiliados que podrías promover en ese nicho y haz una lista inicial. Inscríbete en programas de afiliados y guarda tus enlaces en un documento para tenerlos siempre a mano.

# 03

RECURSO 3 · MÓDULO 4

# 100 Ganchos Virales

Para que la gente se detenga en tu publicación.

## Ganchos disruptivos

**01** Deja de tirar tu dinero en esto... ¡No lo creerás!

**02** Yo tampoco quería creerlo... pero esto cambió todo.

**03** Esto es lo que NADIE más te está contando... y necesitas saberlo.

**04** No te dejes llevar por el hype... aquí está la verdad.

**05** Esto es lo que X no quiere que descubras...

**06** Debes dejar de creer esto si realmente quieres _____.

**07** Si quieres _____, TIENES que dejar de hacer esto ahora.

**08** Por favor, ¡deja de cometer este error antes de que sea tarde!

**09** Este cambio de mentalidad lo cambió TODO para mí... aquí te explico por qué.

**10** Aquí están los mitos que NECESITO romper YA.

**11** Si sigues pensando así, podría estar costándote tiempo y dinero...

**12** Esto va en contra de lo que la mayoría te dice... pero es esencial que lo sepas.

**13** Llevaré esta idea a la tumba... incluso si soy el único que lo hace.

**14** No puedo creer que aún haya gente que no sabe esto... ¿eres uno de ellos?

**15** Probablemente reciba odio por decir esto... pero lo defiendo al 100%.

**16** No te rindas en esto solo porque todos lo dicen... te explicaré por qué.

**17** No estoy de acuerdo con ____ y aquí te doy mis razones.

**18** Aquí está el motivo por el que sigo ____ a pesar de lo que piensen los demás.

**19** ¿AÚN crees en este mito? Es hora de romperlo.

**20** Transformemos juntos la manera en que piensas sobre ____.

**21** La verdad que descubrí y de la que NADIE se atreve a hablar...

**22** ¿Crees que [creencia común] es cierta? No siempre lo es... aquí te explico por qué.

**23** Dicen que hagas [práctica común], pero esto es lo que realmente descubrí...

**24** ¿Por qué hago [acción] diferente a los demás? La respuesta te sorprenderá.

**25** La gran mentira en [industria/campo] que debes conocer.

**26** Rethinking [concepto]: el enfoque tradicional está fallando y aquí está la razón.

| | |
|---|---|
| 27 | Opinión impopular: aquí está lo que REALMENTE pienso sobre [tema]... |
| 28 | Esto puede sonar controversial, pero es momento de hablar sobre [tema]. |
| 29 | Revolucionando [industria/campo]: La verdad detrás del mito. |
| 30 | ¿Sigues a la multitud en [área]? Podrías estar en un grave error. |
| 31 | La paradoja de [tema]: Esto es lo que no quieren que descubras. |
| 32 | La verdad malentendida sobre [tema] que TODO el mundo debería conocer. |
| 33 | Por qué desafío la creencia de que [creencia común] es correcta... |
| 34 | Exponiendo el lado oculto de [tema]: Esto es lo que la mayoría no ve. |
| 35 | Voy a decirlo sin miedo: esto es lo que pienso de [tema]... |
| 36 | Por qué rechacé [método popular] y lo que hago en su lugar. |
| 37 | Aquí tienes la verdadera historia detrás de [tema]... y te va a sorprender. |

## Ganchos inspiracionales

| | |
|---|---|
| 38 | Así fue como pasé de estar totalmente perdido a encontrar mi camino en ____. Si yo pude, créeme, tú también puedes. |
| 39 | No sabes cómo me costó, pero aquí va la historia de cómo cambié mi vida... No te lo voy a pintar bonito, fue un proceso. |
| 40 | Este pequeño cambio hizo que todo se pusiera en su lugar. Te cuento cómo lo hice, porque no fue magia, fue esfuerzo. |
| 41 | Si realmente quieres lograr ____ sin volverte loco en el camino, quédate porque esto es para ti. |
| 42 | Sé lo que se siente pensar que no vas a superar ____. Yo también pensé eso, y aquí te cuento cómo lo logré. |
| 43 | Hice un cambio de mentalidad, pero la verdad es que fue más difícil de lo que parece. Déjame contarte por qué... |
| 44 | Nunca pensé que me iba a recuperar de ____, pero aquí estoy, contándote cómo logré superar todo eso. |

| | |
|---|---|
| **45** | Te preguntas cómo alguien puede pasar de __ a __? No es fácil, pero aquí está cómo yo lo hice. |
| **46** | Aunque todo el mundo me decía que no podía, aquí estoy. Y te cuento cómo lo logré, aunque no tenía ni idea al principio. |
| **47** | Este fue el momento en mi vida que cambió todo. Te quiero llevar a ese punto antes de ser quien soy ahora... |
| **48** | Si realmente quieres ____ pero sin complicarte, lo que voy a decirte puede ser la clave. |
| **49** | Así fue como alguien como yo, que pensaba que no iba a lograrlo, terminó consiguiendo lo que quería. No fue tan fácil, pero valió la pena. |
| **50** | Esta historia siempre me da fuerzas, porque sé que si yo pude, tú también puedes. |
| **51** | Si ya estás harto de sentir que no avanzas, quiero decirte que esto puede cambiarlo todo para ti. |
| **52** | Aquí te cuento por qué nunca debes rendirte, aunque todo parezca un caos. Créeme, sé lo que es. |
| **53** | El día que todo se vino abajo fue el comienzo de algo que ni yo me esperaba. Te lo cuento porque en su momento no lo entendí. |
| **54** | Cómo una decisión medio tonta me llevó por un camino que no pensaba recorrer. Pero mira, todo pasó por algo. |
| **55** | Así fue como pasé de estar completamente arruinado a empezar a ver la luz en solo un año. No fue fácil, pero te cuento todo. |
| **56** | Te voy a contar la verdadera historia de cómo cambié mi vida, porque no todo fue bonito ni rápido. |
| **57** | Esta simple cosa cambió todo para mí. De verdad, aquí te cuento lo que pasó. ¿Listo para lograr tus metas sin tanto lío? A mí me funcionó. |
| **58** | Pensé que nunca podría superar [problema], pero mira, lo logré. |
| **59** | Te voy a contar cómo lo hice, porque sé lo difícil que es. |
| **60** | Mi peor momento fue el inicio de algo increíble. Aquí te cuento cómo me levanté después de tocar fondo. |
| **61** | Nunca creí que me recuperaría de [desafío], pero lo hice. Y sé que tú también puedes. Aquí te cuento mi historia. |
| **62** | ¿Cómo pasas de no tener nada a lograr [meta]? Te lo voy a contar todo, aunque no fue tan fácil como parece. |

| | |
|---|---|
| 63 | Incluso con [obstáculo], lo logré. Y créeme, no fue sencillo. Aquí te cuento cómo lo hice. |
| 64 | Todos decían que no podía, pero aquí estoy. Así fue como lo logré, y no fue un camino recto. |
| 65 | Ese día, todo cambió para mí. No sabía lo que me esperaba, pero fue el comienzo de algo grande. |
| 66 | ¿Quieres [meta] pero sin tener que lidiar con [obstáculo]? Te voy a decir cómo lo logré yo. |

## Ganchos de conexión

| | |
|---|---|
| 67 | Si esto te interesa, ¡definitivamente deberíamos conectar! |
| 68 | ¡Atención a todos los ____! Este mensaje es para ustedes. |
| 69 | ¿Dónde están los ____ que están listos para dar el siguiente paso en su vida? |
| 70 | Estoy buscando a ____. Si te sientes identificado con esto, sigue leyendo... |
| 71 | Si eres un ____ que está harto de ____, este es el lugar para ti. |
| 72 | Espero que este video llegue a ____. ¿Me puedes decir si te llegó? |
| 73 | ¡Este es un dato crucial que todos los ____ necesitan saber! |
| 74 | Si eres un ____, esto podría cambiar por completo tu forma de ver las cosas. |
| 75 | Ojalá más ____ supieran esto... ¡es algo que podría marcar la diferencia! |
| 76 | ¿Por qué nadie le está diciendo a ____ lo que realmente necesitan saber? |
| 77 | Este consejo es para ____. Si no te identificas, puedes seguir navegando. |
| 78 | Aquí van 3 pasos que todos los ____ deberían estar dando ahora mismo. |
| 79 | Si eres un ____, asegúrate de no olvidar este paso fundamental. |
| 80 | Si sientes que te cuesta ____, tranquilo, no estás solo en esto. |
| 81 | ¿Te suena familiar? Dime si te identificas con esto... 3 cosas que todo ____ DEBE saber si quiere avanzar. |
| 82 | Si eres un ____ y estás pasando por dificultades, déjame echarte una mano. |
| 83 | Si tienes más de ____, esto podría ser el cambio que necesitas. |

| | |
|---|---|
| **84** | ¿Has estado buscando soluciones a ____ por todas partes? ¿Es esto para ti? |
| **85** | Pensé que era el único que ____, pero por favor, dime que no soy el único. |
| **86** | Si te apasiona [intereses específicos], creo que somos la combinación perfecta. ¡Saludos a todos los [grupo específico], vamos a conectar! |
| **87** | ¿Eres [descripción]? Si es así, este espacio es para ti. |
| **88** | ¿Cansado de [frustración común]? Tengo justo lo que necesitas. |
| **89** | Este mensaje es para [grupo específico]. Espero que lo encuentres útil. |
| **90** | Consejos esenciales para todos los [grupo específico]. No puedes perderte esto. |
| **91** | ¡[Grupo específico], para de desplazar y presta atención! Este mensaje es para ti. Aquí tienes las 3 cosas que deberías estar haciendo. |
| **92** | Este paso es crucial, especialmente si eres [grupo específico]. No lo dejes pasar. |
| **93** | ¿Alguien del [grupo específico] se siente identificado con esto? |
| **94** | Si eres [grupo específico] y estás lidiando con [problema], estoy aquí para ayudarte. |
| **95** | ¿Eres la [persona específica] que estaba buscando? ¡Hablemos! |
| **96** | Pensé que era el único que [experimentar algo], ¿me puedes decir que no estoy solo en esto? |
| **97** | Si eres [grupo específico] y te sientes [emoción], vamos a conectar y hablar de ello. |
| **98** | ¿Te apasiona [tema] tanto como a mí? ¡Vamos a unirnos! |
| **99** | Para todos los [grupo específico] que están enfrentando [desafío específico], estoy aquí para ayudar. |
| **100** | ¡Llamando a todos los [grupo específico]! Este mensaje es para ti. |
| **101** | Si estás buscando [solución], conectémonos y lo solucionamos juntos. |

04

RECURSO 4 · MÓDULOS 2 Y 4

# Guía de Reels Faceless

Para usar el formato con más alcance, sin mostrarte.

## Esto es para ti si...

### Valoras tu privacidad

Es totalmente válido valorar tu privacidad y preferir mantener un perfil bajo en línea. No tienes que sacrificar tu privacidad para tener éxito en el mundo digital. ¡Puedes lograr grandes resultados vendiendo en línea sin necesidad de mostrar tu rostro!

### Eres introvertido

Si eres un emprendedor o propietario de negocio más introvertido y te sientes incómodo con la exposición personal, no te preocupes: aún puedes tener éxito vendiendo online. Es posible prosperar en el mercado digital manteniendo tu anonimato, sin necesidad de salir de tu zona de confort.

### Quieres mantenerte anónimo

¡Te entiendo perfectamente! Puede ser liberador tener una cuenta donde nadie sabe quién eres realmente. Crear contenido y expresarte es mucho más fácil cuando no sientes que todo el mundo está observando cada movimiento. Además, puede resultar mucho más tranquilo saber que tus amigos y familiares no te están siguiendo.

### No te importa mostrarte un poco

Quizás no te molesta mostrar tu rostro de vez en cuando, pero la idea de tener que bailar frente a desconocidos todos los días te causa ansiedad. ¡Te entiendo perfectamente! La buena noticia es que puedes encontrar el equilibrio perfecto. Y esta guía te enseñará cómo hacerlo.

## Introducción

¡Bienvenido/a a la Guía de Faceless Reels! La clase comienza ahora. Esta guía te llevará de la mano, paso a paso, para dominar la creación de reels sin mostrar tu rostro, entender su impacto y, lo más importante, conectar con tu audiencia ideal. En este eBook, no guardamos secretos: lo compartimos todo. Prepárate para llevar tu negocio al siguiente nivel con estrategias claras y prácticas, mientras aprendes a crecer en el mundo de las redes sociales.

## Ventajas de los Reels faceless

MAYOR PRIVACIDAD:

No tendrás que preocuparte por ser reconocido en público ni por exponer tu identidad. Esto te brinda mayor libertad para ser creativo sin restricciones.

MENOS PRESIÓN:

Al no mostrar tu rostro, puedes liberarte de la presión de lucir perfecto en todo momento. Lo más importante es el valor de tu contenido, no tu apariencia.

FLEXIBILIDAD DE TIEMPO:

Puedes programar tus publicaciones con antelación y tomarte descansos cuando lo necesites, sin que esto afecte el flujo de tu marca.

## Videos de b-roll

El B-Roll es básicamente metraje de fondo que usas como video principal para tu reel. Este estilo se ha vuelto muy popular, ¡y eso es excelente porque implica menos trabajo para ti! Además, significa que no tienes que mostrar tu rostro si no lo deseas.

Es sencillo y consume mucho menos tiempo. ¡No subestimes el impacto de un clip breve y simple de algo cotidiano!

### Ejemplos de metraje b-roll incluyen:

- Tus pies caminando
- Escribiendo en tu computadora
- Sirviendo una taza de agua, café o batido de proteínas
- Un breve clip del atardecer... básicamente, cualquier momento casual en tu día.

### Consejo:

Graba clips de 5-7 segundos a lo largo del día (o elige un día a la semana para capturar varios). Guárdalos en un álbum en tu teléfono para que siempre los tengas a mano cuando quieras crear tus reels.

## Reels para guardar o compartir

El objetivo de cada uno de tus reels (o al menos de la mayoría, si quieres llegar a más personas) debería ser hacerlos súper COMPARTIBLES o súper GUARDABLES... ¡o ambos!

### Compartibles:

Este tipo de contenido hace que tu seguidor ideal piense: "¡Soy yo!" o "¡Esto me recuerda a alguien!". Es específico de tu nicho, lo que hace que tus seguidores se sientan vistos, escuchados y comprendidos... ¡y naturalmente lo comparten!

### Guardables:

Este contenido ofrece valor a tu seguidor ideal: conocimiento, motivación, orientación, consejos, ideas, etc. Cualquier cosa que ellos quieran "guardar" para volver a ver más tarde.

## El seguidor ideal

Lo sé, probablemente has escuchado "cliente ideal" y "seguidor ideal" hasta el cansancio. Pero quiero retarte a algo: ¿realmente SABES quién es tu seguidor ideal? Definirlo con claridad es esencial, porque

cada reel que crees debería hablar directamente a esa persona.

Por lo general, tu seguidor ideal es alguien similar a ti o alguien con quien te llevarías bien.

### Desafío:

Toma 2-3 minutos, abre la app de Notas en tu teléfono y haz una lluvia de ideas rápida: anota todo lo que sepas sobre tu seguidor ideal.

Aquí tienes algunas preguntas para guiarte:

- ¿Cuál es su género?
- ¿Qué edad tienen?
- ¿Dónde viven?
- ¿A qué se dedican?
- ¿Cuáles son sus pasatiempos?
- ¿Qué metas tienen?
- ¿Qué necesitan de ti?
- ¿Qué los haría sentirse vistos y comprendidos?

No pases de largo esta parte. Te aseguro que conocer a tu seguidor ideal te ayudará a crear contenido que conecte, aporte valor y atraiga a las personas adecuadas a tu página.

## El gancho

¡El gancho es CLAVE! Es esa frase o palabra corta y pegajosa que hace que tu espectador se detenga y preste atención. Un buen gancho debe aparecer en dos lugares clave de tu reel:

### Texto en pantalla:

Son las primeras palabras que verá tu espectador mientras se desplaza. El objetivo aquí es simple: detener el scroll y captar su atención para que vean el reel completo.

### Inicio de la leyenda:

Las primeras palabras de tu leyenda también deben enganchar. Su función es atraer a los usuarios a leerla. Y recuerda, cuanto mejor sea tu leyenda, más tiempo dedicarán a leerla -> más tiempo de visualización obtendrá tu reel -> más visibilidad tendrá tu contenido para nuevas audiencias.

## Ideas de gancho

- La verdad que nadie te cuenta sobre...
- Honestamente... AQUÍ TE LO CUENTO ⬇

- ¡Atención a esto!
- Si tuviera que decirle algo a [persona] sobre [tema], sería esto... 3 cosas que ojalá hubiera sabido sobre [tema]
- ¡Evita este error! Perspectiva: [tema]
- Si realmente quieres [resultado], esto es para ti.
- No caigas en esta mentira... 5 maneras efectivas de [acción]
- Ten cuidado de no hacer esto... 3 hábitos que deberías abandonar YA.
- Si [condición], entonces necesitas leer esto.
- No necesitas [acción] para lograr [resultado].
- Aquí tienes tu recordatorio para [acción]
- El secreto que cambia todo sobre [tema]...
- Esto va a sorprenderte...
- Consejos para ahorrar tiempo en [actividad].
- MITO: [Creencia común que no es cierta] 3 errores comunes en [tema] que debes evitar.
- ¿Sabías esto sobre [tema]?
- RECORDATORIO para todos los [grupo específico].
- La PEOR forma de [acción].
- Toma prestado este [estrategia/idea]...
- Lo que dice tu [acción/hábito] sobre ti.
- Haz ESTO si estás buscando [resultado].

- Me equivoqué por completo...
- ¡Atención a todos los [grupo específico]!
- Nunca te imaginarías esto... 3 lecciones que aprendí de [experiencia/situación] 5 cosas que necesitas dejar de hacer para lograr [objetivo]
- Sin ánimo de ser dramático, pero...
- A ver, sé lo que probablemente estás pensando...
- Esto parece casi ilegal saberlo...
- No vas a creer lo que acabo de hacer...
- Esto cambiará tu perspectiva sobre [tema] por completo.
- Prepárate, porque esto podría sorprenderte...
- Alguien tenía que decirlo, así que aquí va...
- Advertencia: esto es una opinión impopular...

# Llamados a la acción

Las llamadas a la acción (CTA) en tus reels son clave para incrementar la participación, el tiempo de visualización y convertir seguidores en clientes.

Al igual que el gancho, puedes elegir entre varios tipos de CTA (¡y usar ambos en un mismo reel si lo prefieres!):

### CTA en pantalla:

usa este tipo de CTA para dirigir a los espectadores a tu pie de foto para más detalles o para que tomen una acción específica, como comentar o enviar un mensaje directo con una palabra clave.

### CTA en el pie de foto:

asegúrate de incluir al menos un CTA en tu pie de foto, y si necesitas, ¡usa varios! Aprovecha este espacio para invitar a los espectadores a realizar una acción concreta (como seguirte, dejar un comentario, enviar un mensaje, compartir su opinión, etc.).

# Ideas de llamados a la acción

- Consulta el pie de foto para más detalles.
- Comenta [PALABRA] y recibe el enlace a ___.
- Etiqueta a alguien que necesite ver esto.
- Resume tu día en 3 emojis en los comentarios.
- ⬇ ¡Guarda esto para después!
- ¿Te identificas? 🙋 ¡Levanta la mano en los comentarios!
- Dirígete a mis historias para saber más.
- Comparte el amor: etiqueta a tu mejor amiga emprendedora.
- ¡Guarda esta publicación para volver a ella más tarde!
- Sígueme para más contenido útil como este.
- Comparte esto con la primera persona que te venga a la mente.
- Déjame tu opinión en los comentarios.
- ¿Conoces a alguien que ___? ¡Compártelo con ellos!
- ¿Te suena familiar? ¡Déjalo en los comentarios!
- Visita el enlace en mi bio para obtener el tuyo.
- Róbate mi estrategia: está en el pie de foto.
- ¿Te sirvió esta publicación? ¡Guárdala para luego!

- ¿Preguntas? ¡Déjalas en los comentarios!
- Si estás de acuerdo, comenta con tu emoji favorito.
- ¿Algo que añadir? ¡Dilo en los comentarios!
- Guarda esta publicación para cuando necesites ___.
- Vota tu favorito en mis historias.
- ¡Los cupos son limitados! Reserva tu lugar ahora.
- Dale like si ___.
- Activa las notificaciones para no perderte ___.

## Tu mensaje principal

Tu mensaje principal es el núcleo que deseas comunicar en tu reel.

### Tienes dos maneras de destacarlo:

coloca la "esencia" de tu mensaje como texto en pantalla dentro del reel, o inclúyelo en tu pie de foto y usa una CTA breve que dirija a las personas allí, como suelo hacerlo yo.

Recuerda que tu mensaje principal debe ser tan útil como compartible o guardable. Para asegurarte de esto, aquí tienes algunas preguntas clave:

- ¿Aporta valor a tu cliente o seguidor ideal?
- ¿Es un mensaje con el que pueden identificarse?
- ¿Ofrece ideas, motivación, orientación o algún tipo de consejo práctico?

## Enfoque en tu mensaje principal

Cuando decidas si poner tu mensaje principal en la pantalla o en el pie de foto, ten en cuenta estos consejos:

- Solo ponlo en la pantalla si puedes hacerlo sin saturarla, dificultar la lectura o alargar el video innecesariamente.
- Si optas por incluirlo en la pantalla, asegúrate de que el texto esté sincronizado con el ritmo o los cambios en el audio seleccionado.
- ¡Mejor aún si muestras solo un fragmento de texto a la vez!
- Si el mensaje es demasiado largo, usa una llamada a la acción justo después del gancho para dirigir a las personas a tu pie de foto.

## Audio en tendencia

Un audio "trending" es cualquier audio que Instagram ha destacado como popular. Usar un audio en tendencia es CLAVE si quieres alcanzar a más personas, ya que es más probable que Instagram promueva tu video a una audiencia más amplia. Sabes si un audio está en tendencia cuando ves una flecha diagonal hacia arriba.

Si haces clic en esa flecha en un video, podrás acceder a todos los videos que usan ese mismo audio y ver cuántas veces ha sido utilizado. Además, si haces clic en el botón correspondiente, verás una lista de los 50 audios más trending. Mi recomendación es usar audios trending que tengan menos de 5k-10k usos, como máximo. Aún mejor si el video "original" tiene más de 1M de vistas y comentarios recientes.

### Consejo:

¡Usa tu tiempo de desplazamiento sabiamente! Mientras navegas por Instagram y encuentras videos, audios o tendencias que te interesen, ¡GUÁRDALOS! Puedes organizar los reels en carpetas y guardar tus audios favoritos para usarlos más tarde. Solo asegúrate de que sigan estando trending cuando los utilices.

## Fotos para portadas

La foto de portada de tu reel es lo que las personas verán tanto en la "cuadrícula" de tu perfil (la vista principal de tu perfil) como en la pestaña de tus reels. Idealmente, estas fotos deben dejar claro de qué trata cada reel, alinearse con tu marca y atraer a los usuarios a hacer clic en tu video si visitan tu perfil. Aunque muchos están de acuerdo en que no es necesario tener un perfil perfectamente alineado o estéticamente perfecto, sigue siendo crucial mantener coherencia con tu marca y asegurarte de que las fotos de portada representen de manera adecuada lo que los usuarios pueden esperar.

### Tus opciones son las siguientes:

- Elige un fotograma de tu video como portada. Asegúrate de que este fotograma incluya al menos el texto en pantalla del "gancho" para captar la atención de tu audiencia.
- Sube una foto de portada desde tu carrete de cámara. Si lo prefieres, puedes usar herramientas como Canva para diseñar una portada personalizada (el tamaño ideal para la portada de un reel es 1080 x 1920 píxeles).

## Se creativo + original

Una excelente manera de llegar a una audiencia más amplia es unirte a las tendencias lo antes posible. Mientras navegas por Instagram, presta atención a los reels que ves repetidamente. ¡La clave aquí es SER ORIGINAL! Participa en las tendencias y utiliza audios populares, pero agrega tu propio toque único.

Está bien inspirarse en una tendencia, siempre y cuando le pongas tu sello personal. Y si alguna vez decides copiar el estilo o las palabras de otro video, ¡asegúrate de darles crédito en tu descripción!

## Nuestra firma

Tu firma es una frase breve que invita a seguirte y que incluirás al final de cada descripción. Su objetivo es comunicar rápidamente a tus espectadores quién eres y por qué deberían seguirte. Noté un aumento significativo en mis seguidores cuando comencé a agregar una firma sencilla en cada video. Aquí te dejo el ejemplo que suelo usar:

"Sigue a @feyra.online para más contenido sobre marketing digital y comenta 'guía' para recibir mi guía gratuita✨ sobre cómo iniciar un negocio en línea, ingresos pasivos, trabajar desde casa, y obtener consejos, orientación y recursos para crecer en redes sociales."

Es corta, directa y al punto. Básicamente, le estoy diciendo a mi espectador que me siga si disfrutó del video y quiere más contenido similar.

¡Y funciona! Consejo: Usa la función de "Reemplazo de texto" en tu teléfono para guardar tu firma con un atajo, así no tendrás que escribirla cada vez.

## Descripción en post

Recuerda que tu descripción debe comenzar con un gancho impactante que motive a las personas a expandirla para leerla por completo, especialmente si tu mensaje principal está allí.

Algunos consejos para tu descripción: Si es más larga de unas pocas frases, asegúrate de separar las líneas con espacios frecuentes. Esto facilita que las personas se concentren en 1-2 frases a la vez, en lugar de tratar de leer un párrafo largo.

No olvides incluir tu gancho, llamada a la acción (CTA), hashtags, palabras clave y tu firma al final.

¡Contar historias es fundamental! Comparte tus experiencias, sé vulnerable y honesto (incluso sin mostrar tu cara). Esto es esencial para ganar confianza, convertir espectadores en seguidores y convertir seguidores en clientes. Usa emojis, pero con moderación. Si tu descripción es atractiva, interesante y algo extensa (bien separada por espacios), lograrás más tiempo de visualización en tu reel (especialmente si es un clip corto de 5-7 segundos), lo que incrementará la probabilidad de que tu contenido sea mostrado a más personas.

## Hashtags y palabras clave

Los hashtags NO están muertos. Aunque algunos afirman lo contrario, muchos profesionales aún los recomiendan, y personalmente, sigo encontrando mucho contenido que me encanta gracias a ellos.

### ¿Puedes llegar a una gran audiencia sin usarlos?

Claro, pero no creo que el hecho de usarlos te perjudique. Si decides incluir hashtags en tu descripción, te sugeriría enfocarte en aquellos que no estén saturados. Es menos probable que tu video sea encontrado con un hashtag que tenga millones de publicaciones.

Las palabras clave son una estrategia más reciente en Instagram. Básicamente, quieres asegurarte de que tanto tu texto en pantalla como tu descripción contengan palabras clave relevantes para que el algoritmo promocione tu contenido a las personas adecuadas. Por ejemplo, algunas palabras clave que me gusta incluir en mis reels y/o descripciones son: trabajar desde casa, productos digitales, mamá trabajadora, emprendedoras, etc.

Si tu descripción es corta o hay palabras clave que quieres agregar, siempre puedes escribirlas justo debajo de tus hashtags.

## Más tips

Elección de Fuente: Utiliza solo fuentes que sean fáciles de leer sobre tu video. Si las personas tienen que entrecerrar los ojos o esforzarse para leer, o si las palabras se mezclan con el fondo, simplemente pasarán de largo.

Tu Marca: En cuanto a las fuentes, es importante mantener la consistencia en los estilos y esquemas de colores a lo largo de todo tu contenido para que tu marca sea reconocible y coherente.

Longitud del Video: La mayoría de tus reels deben durar entre 5-7 segundos. ¡Este es un dato comprobado! Un video corto y directo tiende a funcionar mejor.

Ubicación del Texto: Asegúrate de que el texto esté ubicado en una zona fácil de leer y que no se vea cubierto por tu nombre de usuario, el inicio de la descripción o cualquier gráfico en el video.

Programar con Anticipación: Puedes crear tu reel y programarlo para que se publique más tarde si lo necesitas. Lee **ESTE ARTÍCULO** para obtener instrucciones sobre cómo hacerlo.

Presta Atención a las Estadísticas: Necesitas tener una cuenta de negocio o creador para poder acceder a las estadísticas de tus reels. **AQUÍ** encontrarás un artículo sobre las métricas clave de los reels. No te obsesiones demasiado con los likes, pero definitivamente observa qué reels están obteniendo un mejor rendimiento.

Recuerda: no todo se trata de los likes. A veces, tus reels pueden obtener más compartidos, guardados o comentarios que likes. ¡Cualquier tipo de interacción es buena interacción!

## Más consejos...

### Responde a los comentarios:

Tómate unos minutos durante tu tiempo libre para responder a los comentarios. Esto hace que las personas regresen a tu reel y mejora las tasas de interacción. Interactuar con tus seguidores, hacer preguntas y construir confianza es clave para fortalecer tu comunidad.

### Manténlo simple:

Los reels no tienen que ser complicados ni consumir mucho tiempo. Yo casi NUNCA publicaba reels porque pensaba que necesitaba habilidades de edición avanzadas para que fueran geniales y de alta

calidad. ¡No te lo compliques demasiado!

### Ten paciencia:

Los reels a veces tardan en ganar alcance. Mis videos, por ejemplo, a menudo comienzan a funcionar semanas después de haberlos publicado. Así que, ¡no borres un reel por tener pocas visualizaciones al principio! Podría sorprenderte más adelante.

### Mantén la consistencia:

¡Esto es crucial! El éxito en los reels es un juego a largo plazo. No publiques solo con la intención de volverte viral. Mantén en mente a tu seguidor ideal y muestra tu contenido de forma consistente. ¡Recuerda que el algoritmo NO está en tu contra!

## Check list para Reels

¡Sé que ha sido mucha información! Así que aquí tienes una lista de verificación para ayudarte a asegurarte de que no se te escape ningún detalle importante:

- **Gancho fuerte** (en pantalla y como primera frase en tu descripción)
- **Llamadas a la acción (CTA)** (en pantalla y/o en tu descripción)
- Audio en tendencia
- **Foto de portada** alineada con tu marca y correctamente colocada
- **Firma** en tu descripción
- **Hashtags y palabras clave** relevantes en tu descripción
- **Texto fácil de leer** (elige la fuente adecuada y colócala bien)
- **Seguidor ideal** ¿Creaste este reel y su descripción pensando en él?
- ¿Es este reel digno de ser guardado y/o compartido?

¡Revisa esta lista antes de publicar para asegurarte de que todo esté en su lugar!

## Aplicaciones útiles

### Capcut:

Una excelente aplicación de edición de video con más opciones de texto y herramientas de edición si prefieres crear tus reels fuera de Instagram. Personalmente, solo la uso cuando necesito la función de pantalla verde.

### Unsplash:

Descarga imágenes de stock de alta calidad. Perfecta para obtener fotos de fondo cuando uses la función de pantalla verde.

### Captions:

Una app ideal para agregar subtítulos de alta calidad a tus reels hablados, mejorando la accesibilidad y la experiencia de tus seguidores.

### Manychat:

Perfecta para automatización. Si usas un CTA como "Comenta [PALABRA] para el enlace", ManyChat responde automáticamente a los comentarios y envía mensajes directos con el enlace.

### Systeme.io:

Una plataforma todo-en-uno para la creación de sitios web, automatización de ventas, email marketing y cursos en línea, especialmente útil para emprendedores digitales.

# 05

RECURSO 5 · MÓDULOS 4 Y 5

# 100 CTAs y 300 Prompts

Para generar respuestas y crear más rápido con IA.

# 100 CTAs

| | |
|---|---|
| 01 | Haz clic en mi bio para empezar. |
| 02 | Etiqueta a un amigo que lo necesite. |
| 03 | Comenta abajo tu opinión. |
| 04 | Desliza para saber más. |
| 05 | Visita nuestra web para más info. |
| 06 | Envíame un DM para más detalles. |
| 07 | Doble toque si estás de acuerdo. |
| 08 | Comparte este video con tus seguidores. |
| 09 | Suscríbete para más novedades. |
| 10 | Únete a nosotros siguiendo la cuenta. |
| 11 | Comenta para participar en el sorteo. |
| 12 | Consulta mi último post en el blog. |
| 13 | ¡Descarga la guía gratis ahora! |
| 14 | Toca aquí para acceso exclusivo. |
| 15 | Etiqueta a alguien a quien le encante esto. |
| 16 | Regístrate para el webinar. |
| 17 | Comparte tu historia de éxito. |
| 18 | Síguenos para más tips. |
| 19 | ¡Consigue tu copia hoy! |
| 20 | Únete a la lista para acceso anticipado. |
| 21 | Dale me gusta si te identificas. |
| 22 | Inscríbete en el curso ya. |
| 23 | Descubre el secreto suscribiéndote. |
| 24 | Obtén tu consulta personalizada. |
| 25 | Desliza para una sorpresa. |
| 26 | Etiquétame cuando lo intentes. |
| 27 | Suscríbete al podcast. |
| 28 | Desbloquea el contenido oculto. |
| 29 | Toca aquí para mejorar. |
| 30 | Únete al club VIP y gana beneficios. |
| 31 | Comparte tu opinión en los comentarios. |
| 32 | Descarga la app y pruébalo. |
| 33 | Etiquétame en tus historias. |
| 34 | Regístrate al boletín de noticias. |
| 35 | Reclama tu prueba gratis. |
| 36 | Comparte este post en tu muro. |
| 37 | Explora la galería para inspirarte. |
| 38 | Suscríbete para ver contenido exclusivo. |
| 39 | Únete a la conversación en el foro. |
| 40 | Etiqueta a un compañero emprendedor. |
| 41 | Asiste al evento en vivo. |

42 ¡Desbloquea tu potencial ahora!

43 Deja una reseña en nuestra web.

44 ¡Comienza ahora con un clic!

45 Participa en el reto para ganar.

46 Comparte tu progreso con #____.

47 Haz el quiz y descubre tu _____.

48 Etiquétame cuando logres tu meta.

49 Visita FAQ para respuestas rápidas.

50 Suscríbete para actualizaciones semanales.

51 Desbloquea características premium.

52 Desliza para descubrir más.

53 Etiquétame en tu antes y después.

54 Regístrate para la clase magistral.

55 Únete a la lista de novedades.

56 Comparte este video en todas tus redes.

57 Consigue tu plan personalizado hoy.

58 Toca aquí para reservar tu sesión.

59 Suscríbete a YouTube para tutoriales.

60 Visita el blog para más detalles.

61 Desbloquea el pase VIP.

62 Desliza para tu bono exclusivo.

63 Etiqueta a un amigo que necesite motivación.

64 ¡Reserva tu lugar ya!

65 Comparte tu consejo favorito.

66 Descarga la hoja de trabajo y empieza.

67 Etiquétame en tus fotos de transformación.

68 Desbloquea la biblioteca secreta.

69 Desliza para un regalo gratis.

70 Etiquétame cuando pruebes la estrategia.

71 Asiste al taller y aprende con los expertos.

72 Comparte este post con tus seguidores.

73 ¡Consigue la edición limitada ya!

74 Únete al grupo de probadores beta.

75 Descubre el superventas de todos.

76 Regístrate para obtener tu acceso.

77 Comparte tu función favorita.

78 Toca aquí para acceso inmediato.

79 Etiquétame en tus fotos.

80 Únete al programa de lealtad y gana recompensas.

81 Desliza para ver testimonios reales.

82 Etiqueta a un compañero creativo.

83 Regístrate para acceso anticipado.

84 Comparte esta publicación en tu historia.

85 Desbloquea la versión premium.

86 Suscríbete al podcast semanal.

87 Desliza para ganar.

88 Etiqueta cuando pruebes este truco.

89 Asiste a la cumbre virtual.

90 Comparte este video con tu red.

91 ¡Aprovecha esta oportunidad hoy!

92 Únete al programa de afiliados y gana.

93 Desliza para inscribirte en el curso.

94 Etiqueta a un amigo que necesite un empujón.

95 Descubre más tocando el enlace.

96 Comparte tu cita favorita.

97 ¡Toma acción y transforma tu negocio!

98 Desliza para unirte al desafío.

99 Etiqueta a un amigo que amaría esta oferta.

## Prompts venta productos digitales

01 Crea un elevator pitch para promocionar mi nuevo curso de marketing digital, destacando sus principales ventajas y diferenciadores.

02 Genera una lista persuasiva de beneficios clave de comprar mi eBook de SEO, enfocándote en cómo puede transformar la estrategia de marketing de los usuarios.

03 Redacta un correo de ventas convincente para promocionar mi último kit digital, resaltando sus características exclusivas y cómo puede resolver los problemas más comunes de los clientes.

04 Ayúdame a esbozar las secciones clave para la página de ventas de mi nuevo curso de marketing digital, asegurándote de incluir títulos atractivos y llamados a la acción efectivos.

05 Genera una lista de puntos persuasivos que resalten el retorno de inversión (ROI) del kit de análisis, enfocándote en los resultados tangibles y medibles que los usuarios pueden esperar.

06 Escribe una serie de preguntas y respuestas frecuentes (FAQ) que aborden las dudas más comunes sobre mi eBook de marketing digital, destacando sus beneficios y facilidad de implementación.

07 Sugiere estrategias de venta cruzada para ofrecer productos adicionales a clientes que han comprado mis guías digitales, asegurando que las recomendaciones sean relevantes y atractivas.

08 Redacta un correo de agradecimiento para clientes que han adquirido recientemente mi curso digital, incluyendo un llamado a la acción para unirse a nuestra comunidad online y aprovechar contenido exclusivo.

09 Crea una lista de testimonios realistas y convincentes para mi producto digital, utilizando reseñas ficticias que reflejen los beneficios reales y la satisfacción de los usuarios.

10 Ayúdame a formular una declaración de garantía sólida y convincente para la página de ventas, que ofrezca seguridad y reduzca el riesgo percibido por los posibles compradores.

11 Escribe una historia breve o un caso de estudio que ilustre de manera efectiva cómo mi producto digital ha ayudado a un cliente a lograr resultados concretos en su negocio o proyecto.

12 Genera titulares atractivos y persuasivos para diferentes secciones de mi embudo de ventas, diseñados para captar la atención del público objetivo y fomentar la conversión.

13 Crea subtítulos cautivadores para las diapositivas de un carrusel en Instagram, explicando los principales beneficios de mi producto digital de manera clara y visualmente atractiva.

14 Redacta una sección de preguntas frecuentes que aborde objeciones comunes a la compra de mi kit de marketing digital, enfocándote en aclarar dudas y reforzar la confianza en el producto.

15 Redacta una serie de mensajes directos en Instagram para anunciar una novedad de mi curso digital, generando expectativa y destacando sus beneficios principales, con un tono cercano y una invitación clara a descubrir más.

16 Crea elementos de prueba social (testimonios, casos de éxito, estadísticas) que agreguen credibilidad y confianza a mi página de ventas de productos digitales.

17 Sugiere ideas para crear paquetes combinados de productos digitales, con un nombre atractivo y una propuesta clara, diseñados para ofrecer más valor y atraer a diferentes segmentos de mi audiencia.

| | |
|---|---|
| 18 | Escribe un correo de última llamada, con un tono cercano, para recordar a mis suscriptores que el acceso a mi producto digital sigue abierto, destacando la oportunidad única. |
| 19 | Genera ganchos impactantes y titulares atractivos para un video explicativo sobre mi producto digital, diseñados para captar la atención de los usuarios y explicar sus beneficios de manera clara. |
| 20 | Ayúdame a estructurar un webinar que actúe como imán de prospectos para mi curso digital, ofreciendo valor desde el inicio y alentando la conversión al final. |
| 21 | Redacta una secuencia de correos electrónicos post-compra que mantengan el compromiso del cliente, fomenten la interacción con el curso y soliciten reseñas y testimonios. |
| 22 | Crea textos breves y atractivos para anuncios en Snapchat dirigidos a jóvenes interesados en el marketing digital, utilizando un enfoque fresco y directo. |
| 23 | Escribe una serie de testimonios que resalten cómo mi producto digital ha ayudado a diferentes tipos de clientes, ajustados a varios avatares o perfiles de usuario (por ejemplo, emprendedores, freelancers, empresas pequeñas). |
| 24 | Redacta un correo electrónico para un programa de referidos que incentive a los clientes actuales a recomendar mi producto digital a sus amigos, familiares o colegas, ofreciendo recompensas atractivas. |
| 25 | Escribe subtítulos persuasivos para anuncios en carrusel en Instagram, destacando los beneficios clave y soluciones que ofrece mi curso de marketing digital. |
| 26 | Genera una lista de gatillos emocionales que pueda incorporar en mi copia de ventas para conectar más profundamente con mi audiencia, generando urgencia, deseo y confianza. |
| 27 | Crea una serie de personas (buyer personas) de clientes para adaptar mejor mis ofertas de productos digitales, con base en sus intereses, retos y necesidades específicas. |
| 28 | Sugiere formas innovadoras de mostrar prueba social en mi página de ventas más allá de los testimonios, como estadísticas de resultados, menciones de influencers, y reseñas de expertos. |
| 29 | Escribe mensajes promocionales breves y atractivos para anunciar el lanzamiento de mis productos digitales, adaptados a SMS, que capten la atención rápidamente y generen acción inmediata. |
| 30 | Redacta un guion dinámico y persuasivo para una sesión de Facebook Live, destinado a promover mi curso digital, donde se resalten sus beneficios, características clave y testimonios de éxito. |
| 31 | Genera ideas creativas para bonificaciones adicionales que pueda ofrecer junto con mi producto digital, con el fin de aumentar su valor percibido y atraer más compradores. |

**32** Crea una serie de correos electrónicos de cuenta regresiva para el lanzamiento de mi producto digital, con un enfoque en generar expectación, emoción y urgencia en los suscriptores.

**33** Ayúdame a escribir contenido auténtico y convincente para la sección 'Sobre mí' en mi página de ventas de productos digitales, destacando mi experiencia, credibilidad y por qué soy la persona indicada para enseñar este contenido.

**34** Redacta un conjunto de mensajes clave que pueda comunicar de manera consistente en todas las plataformas (web, redes sociales, correos electrónicos) sobre mi producto digital, para mantener un mensaje claro y coherente.

**35** Genera una lista de propuestas de valor claras y efectivas, adaptadas a diferentes segmentos de mi audiencia (emprendedores, freelancers, pymes, etc.), destacando cómo mi producto digital puede resolver sus necesidades específicas.

**36** Escribe un correo electrónico de 'Última Oportunidad' con un tono urgente y persuasivo, para incentivar a los clientes potenciales a comprar antes de que termine una venta o se agoten las plazas.

**37** Sugiere formas efectivas de incorporar narración (storytelling) en mi página de ventas de productos digitales, para conectar emocionalmente con los clientes potenciales y generar confianza en el producto.

**38** Crea una lista de puntos de dolor específicos que mi producto digital resuelve, enfocados en los problemas más comunes de mi audiencia y cómo mi producto ofrece soluciones claras y efectivas.

**39** Ayúdame a redactar un popup de intención de salida en mi página de ventas, diseñado para captar la atención de usuarios que están por abandonar la página, con un bono gratuito para que sigan considerando mi producto.

**40** Genera una secuencia de correos electrónicos de prelanzamiento que construyan anticipación, proporcionando valor adicional y teaser del producto, para mantener a los suscriptores interesados hasta el día del lanzamiento.

**41** Redacta una plantilla de informe de revisión y análisis post-lanzamiento, que me permita evaluar los resultados del lanzamiento de mi producto digital, incluyendo métricas clave, feedback de clientes y lecciones aprendidas.

**42** Crea una lista de posibles ventas adicionales (upsells) y ventas cruzadas (cross- sells) que podría ofrecer a los compradores de mi producto digital, basadas en sus necesidades o intereses complementarios.

**43** Genera una secuencia de correos electrónicos post-lanzamiento para hacer un análisis de los resultados, fomentar la retroalimentación de los clientes y evaluar el impacto del producto en la audiencia.

44 Escribe una encuesta breve y efectiva para recoger feedback de clientes después de la compra de mi producto digital, con preguntas que me ayuden a mejorar el curso o el proceso de ventas.

45 Genera un esquema para un programa de lealtad que incentive a los clientes a realizar compras repetidas de mis productos digitales, con recompensas, contenidos y beneficios exclusivos.

46 Redacta una sección de preguntas frecuentes (FAQ) que contrarreste las objeciones más comunes a la compra de mi producto digital, como preocupaciones sobre el valor, la aplicabilidad y la satisfacción del cliente.

47 Ayúdame a crear una lista de 'características ocultas' de mi producto digital que pueda promocionar como beneficios adicionales, destacando aspectos menos obvios pero altamente valorados por los usuarios.

48 Escribe una serie de mensajes de texto (SMS) atractivos y urgentes para promover una novedad de mi curso digital, diseñados para generar emoción e incentivar el interés inmediato.

49 Crea una lista de temas de entradas de blog que promuevan directamente mi producto digital, abordando problemas comunes de mi audiencia, brindando valor y destacando cómo mi producto puede ser la solución ideal.

## Prompts productos con derechos de reventa

50 Escribe el esquema de una reseña de producto para una entrada de blog sobre un producto con derechos de reventa, destacando sus características clave, beneficios, cómo se puede utilizar y por qué es una buena inversión.

51 Genera subtítulos atractivos para redes sociales (Instagram, Facebook, etc.) para promocionar un producto con derechos de reventa, enfocándote en cómo este producto puede resolver problemas o agregar valor a tu audiencia.

52 Crea un llamado a la acción (CTA) persuasivo para un enlace de compra de un producto con derechos de reventa en la descripción de un video de YouTube, incentivando la acción inmediata y destacando las ventajas exclusivas de adquirirlo a través de tu enlace.

53 Escribe una guía paso a paso sobre cómo usar un producto con derechos de reventa que estoy promocionando, asegurándote de que sea fácil de seguir para cualquier persona, incluso si no tiene experiencia previa.

54 Genera una lista de objeciones comunes que las personas podrían tener hacia la compra de un producto con derechos de reventa y proporciona respuestas o estrategias para contrarrestarlas eficazmente, como calidad, facilidad de uso, soporte, etc.

**55** Ayúdame a redactar un artículo sobre la experiencia de desempaquetado de un producto físico con derechos de reventa, destacando su calidad, cómo se presenta y por qué es una excelente opción para revender.

**56** Crea un guion para una reseña en video de un producto con derechos de reventa, donde se expliquen sus características, cómo funciona y cómo puede ayudar a la audiencia a generar ingresos o mejorar su negocio.

**57** Escribe contenido de seguimiento para personas que hicieron clic en mi enlace de compra de un producto con derechos de reventa pero no realizaron la compra, ofreciendo más detalles, testimonios o garantías para incentivar la conversión.

**58** Sugiere diferentes descargos de responsabilidad para varios tipos de contenido, como blogs, videos y redes sociales, que promuevan productos con derechos de reventa, asegurándote de que estén claros y sean conformes a la normativa legal.

**59** Ayúdame a crear un cuadro comparativo que compare varios productos con derechos de reventa, destacando sus características, ventajas y qué hace a cada uno adecuado para diferentes tipos de emprendedores.

**60** Genera formas creativas de insertar enlaces de compra de productos con derechos de reventa en contenido cotidiano, como en publicaciones de blogs, videos tutoriales o en redes sociales, para que sean naturales y atractivos para la audiencia.

**61** Redacta un párrafo de descargo de responsabilidad que pueda incluir en mi contenido cuando promocione enlaces de compra de productos con derechos de reventa, asegurando transparencia sin que suene excesivamente formal o invasivo.

**62** Escribe una serie de Historias de Instagram que expliquen cómo usar un producto con derechos de reventa, culminando con un llamado a la acción (CTA) para deslizar hacia arriba y realizar la compra, asegurándote de generar urgencia y emoción.

**63** Ayúdame a redactar una declaración de divulgación para mis enlaces de productos con derechos de reventa que sea tanto conforme a la normativa legal como amigable para el usuario, para que sea transparente y generadora de confianza.

**64** Escribe una secuencia de tweets que promocione de manera sutil un producto con derechos de reventa durante una semana.

**65** Genera puntos de conversación para una entrevista en un podcast donde estaré promocionando una oferta con derechos de reventa.

**66** Crea una descripción atractiva para un pin de Pinterest que incentive a los usuarios a hacer clic en mi enlace de producto con derechos de reventa.

67 Escribe un mensaje para un bot de Messenger de Facebook que impulse la venta de productos con derechos de reventa.

68 Sugiere ideas de contenido que puedan integrar ofertas de productos con derechos de reventa de forma orgánica y atractiva.

69 Redacta mensajes SMS efectivos para una lista de contactos, promocionando una oferta relevante de producto con derechos de reventa.

70 Genera un esquema detallado para un eBook que sea una revisión exhaustiva de un producto con derechos de reventa.

71 Crea un conjunto de historias destacadas en Instagram para mostrar reseñas o tutoriales de productos con derechos de reventa.

72 Escribe una descripción para una sala de Clubhouse donde se discutirá el producto con derechos de reventa de manera interesante y atractiva.

73 Escribe una guía completa sobre cómo utilizar la prueba social para potenciar las ventas de productos con derechos de reventa.

74 Redacta una serie de Reels en Instagram que promocionen un producto con derechos de reventa de manera auténtica y no intrusiva.

75 Crea guiones conversacionales para un chat en vivo de soporte, enfocados en resolver dudas sobre productos con derechos de reventa.

76 Sugiere formas creativas de usar stickers en las Historias de Instagram para atraer y convertir clientes potenciales de productos con derechos de reventa.

77 Redacta una hoja de ruta para alguien que empieza en el negocio de productos con derechos de reventa, detallando los pasos a seguir en los primeros 30 días.

78 Genera una lista de foros o comunidades de nicho donde pueda promocionar productos con derechos de reventa de manera discreta y efectiva.

79 Crea una lista de mejores prácticas para divulgar relaciones de productos con derechos de reventa de manera transparente y efectiva.

80 Escribe una serie de subtítulos de Instagram que cuenten una historia envolvente que conduzca a la recomendación de un producto con derechos de reventa.

81 Ayúdame a redactar una oferta convincente para un paquete de productos con derechos de reventa, destacando su valor y beneficios.

82 Genera un esquema de video de YouTube para comparar varios productos con derechos de reventa, con un enfoque en sus diferencias clave y ventajas.

83 Escribe un conjunto de historias destacadas en Instagram que muestren diferentes características de un producto con derechos de reventa, desde su uso hasta testimonios.

84 Genera una lista de pros y contras para un producto con derechos de reventa que estoy promocionando, ayudando a mi audiencia a tomar decisiones informadas.

85 Crea preguntas atractivas para interactuar con mi audiencia sobre su experiencia con un producto con derechos de reventa y generar conversación.

86 Redacta un calendario promocional para una campaña de marketing de productos con derechos de reventa estacional, con fechas clave y contenido sugerido.

87 Ayúdame a esbozar una guía 'Cómo Funciona' para un producto con derechos de reventa complejo, explicando sus características y beneficios de manera clara.

88 Escribe un conjunto de mensajes directos (DMs) en Instagram para un embudo de marketing de productos con derechos de reventa, desde la introducción hasta la conversión.

89 Genera una lista de ideas para entradas de blog que puedan incorporar enlaces a productos con derechos de reventa de manera natural y relevante.

90 Redacta una secuencia de correos electrónicos de bienvenida para aquellos que se registren a través de un enlace de productos con derechos de reventa, fomentando el compromiso y la compra.

91 Crea una guía detallada sobre cómo navegar la interfaz de usuario de un producto de software con derechos de reventa, destacando sus funciones clave.

92 Escribe una lista de mejores prácticas para gestionar relaciones con socios de productos con derechos de reventa, asegurando colaboración a largo plazo y beneficios mutuos.

93 Genera un conjunto de temas de discusión interesantes para una comunidad enfocada en marketing de productos con derechos de reventa, con el fin de fomentar el aprendizaje y la colaboración.

94 Ayúdame a redactar un guion para un video de testimonio sobre un producto con derechos de reventa.

95 Crea una lista de ideas creativas para banners y visuales promocionales de productos con derechos de reventa.

96 Escribe una guía detallada sobre cómo optimizar páginas de aterrizaje para productos con derechos de reventa.

97 Sugiere estrategias para combinar marketing de contenido y promoción de productos con derechos de reventa de manera efectiva.

98 Redacta un conjunto de subtítulos para Snapchat dirigidos a una audiencia joven interesada en ofertas de productos con derechos de reventa.

99 Genera una guía sobre las tendencias estacionales en la promoción de productos con derechos de reventa.

## Prompts creación de contenido

100 Busca temas para webinars que atraigan a los mercadólogos digitales interesados en productos con derechos de reventa.

101 Ayúdame a escribir una introducción convincente para una guía sobre cómo tener éxito en la venta de productos con derechos de reventa.

102 Dame ideas para videos de 'Cómo hacer' relacionados con la venta de productos digitales.

103 Esboza un eBook completo para enseñar a principiantes cómo vender productos con derechos de reventa.

104 Busca ideas para infografías que simplifiquen conceptos clave sobre el marketing digital.

105 Ayúdame a redactar un guion para un podcast sobre las últimas tendencias en marketing digital.

106 Genera una lista de titulares atractivos para una serie de blogs sobre estrategias de marketing de contenido.

107 Escribe un artículo en LinkedIn que resuma los puntos clave de una reciente conferencia sobre marketing digital.

108 Ayúdame a crear un cuestionario para ayudar a mi audiencia a evaluar su nivel en marketing digital.

109 Sugiere maneras de reutilizar una entrada de blog exitosa en otros formatos de contenido.

110 Redacta un comunicado de prensa para anunciar el lanzamiento de mi nuevo curso de marketing digital.

111 Crea una lista de citas destacadas de mi próximo eBook para compartir en Twitter.

112 Escribe un post de blog recopilatorio con consejos de varios expertos en marketing digital.

113 Esboza una serie de videos en YouTube para enseñar estrategias avanzadas de marketing digital.

**114** Ayúdame a redactar propuestas para publicaciones invitadas en blogs de marketing digital populares.

**115** Genera ideas para contenido interactivo (cuestionarios, calculadoras) para mercadólogos digitales.

**116** Escribe un esquema de caso de estudio que demuestre cómo una estrategia de marketing digital tuvo éxito.

**117** Crea una lista de colaboradores potenciales para una serie de entrevistas en mi canal de YouTube.

**118** Ayúdame a encontrar temas para un Twitter Space sobre las últimas tendencias en marketing digital.

**119** Redacta un artículo en Medium sobre la psicología detrás de las estrategias de marketing digital exitosas.

**120** Sugiere campañas de contenido generado por usuarios para promocionar mis productos digitales.

**121** Genera ideas sobre cómo hacer que mi contenido de marketing digital sea más atractivo.

**122** Escribe un correo electrónico de introducción para contactar posibles invitados a mi podcast sobre marketing digital.

**123** Esboza una serie de webinars sobre diversos aspectos del marketing digital.

**124** Genera una lista de expertos que podrían ser invitados a una serie de entrevistas en mi canal de YouTube.

**125** Ayúdame a buscar ideas de elementos interactivos para incluir en mi eBook de marketing digital.

**126** Redacta encuestas para involucrar a mi audiencia en redes sociales sobre marketing digital.

**127** Escribe un esquema para una sesión de 'Pregúntame Cualquier Cosa' en Reddit sobre marketing digital.

**128** Crea una lista de ideas de contenido perenne que pueda actualizarse y reutilizarse fácilmente.

**129** Genera subtítulos para Instagram que resalten estadísticas y datos clave del marketing digital.

**130** Ayúdame a esbozar un documento técnico sobre las tendencias futuras en marketing digital.

**131** Escribe un post en un foro para posicionarme como una autoridad en marketing digital.

**132** Genera una lista de eslóganes creativos para mi marca de marketing digital.

**133** Esboza un currículo para un curso de marketing digital dirigido a principiantes.

134 Genera una lista de posibles series de blogs para crear una estrategia de contenido coherente.

135 Redacta miniaturas y títulos para videos de YouTube sobre marketing digital.

136 Crea ideas de contenido que aprovechen las tendencias actuales en marketing digital.

137 Ayúdame a buscar maneras de hacer que los temas complejos de marketing digital sean accesibles para novatos.

138 Ayúdame a encontrar temas para un Twitter Space sobre las últimas tendencias en marketing digital.

139 Redacta un artículo en Medium sobre la psicología detrás de las estrategias de marketing digital exitosas.

140 Sugiere campañas de contenido generado por usuarios para promocionar mis productos digitales.

141 Genera ideas sobre cómo hacer que mi contenido de marketing digital sea más atractivo.

142 Escribe un correo electrónico de introducción para contactar posibles invitados a mi podcast sobre marketing digital.

143 Esboza una serie de webinars sobre diversos aspectos del marketing digital.

144 Genera una lista de expertos que podrían ser invitados a una serie de entrevistas en mi canal de YouTube.

145 Ayúdame a buscar ideas de elementos interactivos para incluir en mi eBook de marketing digital.

146 Redacta encuestas para involucrar a mi audiencia en redes sociales sobre marketing digital.

147 Escribe un esquema para una sesión de 'Pregúntame Cualquier Cosa' en Reddit sobre marketing digital.

148 Crea una lista de ideas de contenido perenne que pueda actualizarse y reutilizarse fácilmente.

149 Genera subtítulos para Instagram que resalten estadísticas y datos clave del marketing digital.

150 Ayúdame a esbozar un documento técnico sobre las tendencias futuras en marketing digital.

151 Escribe un post en un foro para posicionarme como una autoridad en marketing digital.

152 Genera una lista de eslóganes creativos para mi marca de marketing digital.

153 Esboza un currículo para un curso de marketing digital dirigido a principiantes.

154 Genera una lista de posibles series de blogs para crear una estrategia de contenido coherente.

155 Redacta miniaturas y títulos para videos de YouTube sobre marketing digital.

156 Crea ideas de contenido que aprovechen las tendencias actuales en marketing digital.

157 Ayúdame a buscar maneras de hacer que los temas complejos de marketing digital sean accesibles para novatos.

158 Escribe una guía sobre cómo configurar un calendario de contenido efectivo.

159 Genera una lista de posibles coanfitriones para un programa de conversación sobre marketing digital.

160 Redacta un guion para una sesión de 'Pregúntame Cualquier Cosa' en Instagram Live.

161 Crea un glosario de términos clave para incluir en mi eBook de marketing digital.

162 Escribe un conjunto de preguntas interactivas para encuestas en un webinar.

163 Ayúdame a redactar propuestas de correo electrónico para colaboraciones con blogs.

164 Genera una lista de formatos creativos para presentar estudios de caso.

165 Redacta publicaciones en Facebook para fomentar la interacción en mi comunidad.

166 Crea ideas para una serie de videos de preguntas y respuestas mensuales.

167 Escribe una guía para crear presentaciones visuales atractivas para webinars.

168 Genera preguntas de discusión para un club de lectura sobre literatura de marketing digital.

169 Ayúdame a redactar guiones para videos de 'Consejo Rápido' para plataformas como TikTok.

## Prompts email marketing

170 Redacta una secuencia de tres correos electrónicos para un embudo de marketing de productos con derechos de reventa.

171 Genera líneas de asunto para una campaña de correos dirigida a mercadólogos digitales.

172 ¿Qué debería incluir un boletín semanal para un blog de productos con derechos de reventa?

**173** Ayúdame a redactar una secuencia de correos electrónicos para recuperación de carritos abandonados dirigidos a mercadólogos de productos con derechos de reventa.

**174** Escribe un correo electrónico promocional de temporada para mis productos con derechos de reventa con un bono especial.

**175** Sugiere estrategias de segmentación de correos personalizados según el comportamiento del usuario.

**176** Genera una lista de líneas de asunto atractivas para una campaña de correo electrónico estacional.

**177** Redacta una encuesta de satisfacción del cliente para enviar a mi lista de correo.

**178** Escribe un correo electrónico promocional para el lanzamiento de una novedad de mis productos con derechos de reventa.

**179** Crea un correo electrónico de reactivación dirigido a suscriptores inactivos que no han abierto correos en 3 meses.

**180** Sugiere ideas de pruebas A/B para mejorar las tasas de apertura de correos.

**181** Genera consejos para escribir textos persuasivos en correos electrónicos que pueda compartir con mi equipo.

**182** Ayúdame a redactar una firma de correo electrónico que incluya una promoción sutil para mi último producto con derechos de reventa.

**183** Redacta un correo electrónico solicitando testimonios de clientes satisfechos con mis productos con derechos de reventa.

**184** Crea una lista de ideas de contenido para un correo electrónico resumen mensual para mi lista.

**185** Sugiere estrategias para mantener y limpiar una lista de correo saludable.

**186** Genera una secuencia de correos electrónicos personalizados según diferentes perfiles de compradores.

**187** Escribe un correo electrónico anunciando una nueva característica o actualización de mis productos con derechos de reventa.

**188** Ayúdame a crear una serie de correos de autorespuesta para consultas de soporte al cliente.

**189** Redacta un correo electrónico de recompensas de lealtad para incentivar compras repetidas de productos con derechos de reventa.

**190** Crea una lista de eventos y festividades estacionales para usar en campañas de correo electrónico.

**191** Genera una secuencia de correos electrónicos para un desafío de 5 días sobre marketing digital.

**192** Escribe una propuesta de correo electrónico para un intercambio de correos con otro mercadólogo digital.

**193** Redacta un correo electrónico de "Resumen del Año" para mostrar logros clave y preparar ofertas futuras.

**194** Crea una lista de consejos para diseñar correos electrónicos responsivos para móviles.

**195** Genera una serie de correos electrónicos con "Consejos Rápidos" sobre marketing digital.

**196** Ayúdame a redactar un correo electrónico para recopilar contenido generado por usuarios para marketing.

**197** Escribe un correo electrónico de "Lo que te perdiste" para suscriptores que no asistieron a un webinar reciente.

**198** Crea una lista de posibles asociaciones de promoción cruzada por correo electrónico dentro del nicho de marketing digital.

**199** Genera una serie de correos electrónicos "¿Sabías Que?" con datos curiosos sobre marketing digital.

**200** Redacta una serie de correos electrónicos para educar a mi lista sobre la importancia de la privacidad de datos.

**201** Ayúdame a redactar un correo de "Historias de Éxito" con testimonios de clientes satisfechos.

**202** Escribe una lista de ideas de líneas de asunto basadas en el comportamiento del cliente.

**203** Escribe un conjunto de guiones de correo para la reactivación de clientes.

**204** Genera una guía sobre cómo optimizar correos electrónicos para el modo oscuro.

**205** Crea una lista de estrategias para reducir las tasas de rebote de correos electrónicos.

**206** Ayúdame a redactar un conjunto de métricas clave para rastrear el ROI de mis campañas de correo electrónico.

**207** Escribe una guía sobre cómo hacer pruebas A/B en marketing por correo electrónico.

**208** Genera una serie de correos electrónicos para una lista de espera de productos.

**209** Redacta una lista de líneas de asunto de correo electrónico que incluyan emojis.

**210** Crea una lista de consejos para escribir copias concisas pero efectivas en correos electrónicos.

**211** Ayúdame a escribir un formulario de suscripción por correo electrónico conforme al GDPR.

**212** Genera un conjunto de recomendaciones de correo electrónico basadas en el comportamiento del usuario.

**213** Crea una guía sobre cómo usar la narrativa en marketing por correo electrónico.

**214** Redacta una serie de correos electrónicos para una campaña de renovación de membresía.

**215** Escribe un conjunto de mejores prácticas para usar imágenes y visuales en correos electrónicos.

**216** Genera una guía sobre cómo usar la segmentación de correo electrónico de manera efectiva.

**217** Ayúdame a redactar una serie de correos electrónicos para una campaña de venta adicional de productos.

**218** Crea una lista de tipos de imanes de leads para hacer crecer mi lista de correo electrónico.

**219** Escribe una guía sobre cómo manejar las desuscripciones de manera efectiva.

**220** Genera una lista de consejos para mejorar la entregabilidad de correos electrónicos.

**221** Redacta un conjunto de plantillas de correo electrónico específicas para festividades.

## Prompts ads para redes sociales

**222** Ayúdame a crear Historias de Instagram para promocionar una oferta de productos con derechos de reventa.

**223** Escribe texto publicitario para un anuncio de Facebook dirigido a vendedores de productos con derechos de reventa.

**224** Dame ideas para pines de Pinterest que puedan promocionar mis productos digitales con derechos de reventa.

**225** Escribe una secuencia de publicaciones de Facebook que conduzcan al lanzamiento de un nuevo producto con derechos de reventa.

**226** Genera una lista de hashtags creativos y efectivos para promocionar herramientas de marketing digital.

**227** Redacta hilos de Twitter explicando los beneficios de una estrategia de marketing digital.

**228** Crea ideas de videos para Snapchat o TikTok con consejos rápidos de marketing digital.

**229** Sugiere estrategias de retargeting para personas que han visitado mi blog pero no realizaron una compra.

**230** Escribe texto publicitario para una publicación patrocinada en LinkedIn dirigida a ejecutivos de marketing.

**231** Genera ideas para Reels de Instagram que muestren el valor de mis productos digitales con derechos de reventa.

**232** Ayúdame a redactar una publicación en Reddit pidiendo feedback sobre mi nueva herramienta de marketing digital.

**233** Escribe una serie de descripciones para videos de YouTube que incluyan enlaces a productos con derechos de reventa.

**234** Genera nombres creativos para tableros de Pinterest sobre temas de marketing digital.

**235** Redacta una serie de subtítulos para videos de TikTok con consejos rápidos sobre marketing digital.

**236** Crea un calendario de redes sociales para promocionar productos con derechos de reventa durante una semana de lanzamiento.

**237** Genera texto para una encuesta en LinkedIn preguntando sobre los desafíos más grandes en marketing digital.

**238** Sugiere ideas creativas para sesiones de Instagram Live para promocionar productos digitales con derechos de reventa.

**239** Escribe texto publicitario para una campaña de anuncios en Twitter dirigida a vendedores de productos con derechos de reventa.

**240** Ayúdame a crear pruebas A/B de anuncios de Facebook para optimizar las conversiones de productos con derechos de reventa.

**241** Genera una lista de plataformas de marketing de influencers adecuadas para promocionar mis productos digitales con derechos de reventa.

**242** Redacta guiones para anuncios de YouTube que se centren en resolver problemas comunes de marketing digital.

**243** Crea una lista de métricas clave para medir el rendimiento de las promociones de productos con derechos de reventa.

**244** Escribe una guía sobre cómo aprovechar el contenido generado por usuarios en campañas de redes sociales.

**245** Redacta una serie de preguntas llamativas para redes sociales que aumenten el compromiso.

**246** Genera ideas para concursos en redes sociales para promocionar mis productos digitales con derechos de reventa.

**247** Crea una serie de subtítulos para Instagram con una narrativa que resalte el valor de mi producto digital.

**248** Escribe una serie de indicaciones para generar contenido de usuarios en redes sociales.

**249** Genera una guía sobre cómo analizar métricas de anuncios de Facebook para principiantes.

**250** Ayúdame a redactar una serie de consejos sobre la colocación y orientación de anuncios en Instagram.

**251** Crea ideas creativas para usar encuestas de Twitter en investigaciones de mercado.

**252** Redacta texto para anuncios de Google Display para recuperar visitantes que abandonaron su carrito de compra.

**253** Ayúdame a esbozar una guía para principiantes sobre publicidad en Reddit.

**254** Genera una lista de mejores prácticas para gestionar la reputación en redes sociales de una marca.

**255** Redacta una guía sobre cómo realizar un sorteo exitoso en Instagram.

**256** Genera consejos para crear feeds de redes sociales visualmente cohesivos.

**257** Crea geofiltros de Snapchat para un evento de marketing digital.

**258** Ayúdame a redactar publicaciones en LinkedIn para establecer liderazgo de pensamiento.

**259** Escribe una guía sobre cómo usar eficazmente los grupos de Facebook para negocios.

**260** Genera ideas creativas para Reels de Instagram sobre marketing digital.

**261** Redacta consejos para transmisiones en vivo en varias plataformas.

**262** Crea una guía sobre cómo configurar y analizar Instagram Insights.

263 Ayúdame a escribir reglas y directrices para una comunidad de redes sociales de marca.

264 Genera una lista de herramientas para automatizar publicaciones en redes sociales.

265 Crea estrategias para manejar comentarios negativos en redes sociales.

266 Redacta una guía sobre cómo crear un chat exitoso en Twitter.

267 Escribe consejos para crear desafíos virales en redes sociales.

268 Genera una guía sobre cómo usar TikTok para negocios.

269 Ayúdame a redactar consejos para gestionar el tiempo en redes sociales.

270 Crea una lista de formas efectivas de interactuar con seguidores en redes sociales.

271 Escribe una guía sobre cómo optimizar perfiles de redes sociales para búsquedas.

272 Genera mejores prácticas para usar redes sociales en tiempos de crisis.

## Prompts tips y estrategias

273 Explica cómo evaluar la rentabilidad de una oferta de marketing de productos con derechos de reventa.

274 Proporciona una lista de verificación para lanzar un nuevo producto digital.

275 Esboza un plan de acción de 30 días para lanzar un nuevo sitio web de marketing de productos con derechos de reventa.

276 Genera un análisis FODA para mi negocio de marketing digital.

277 Ayúdame a redactar una declaración de visión y misión para mi blog de marketing digital.

278 Escribe una guía sobre cómo rastrear y analizar el ROI del marketing de productos con derechos de reventa.

279 Sugiere herramientas y software que puedan automatizar diferentes aspectos del marketing digital.

280 Crea una plantilla para realizar una auditoría de marketing digital para clientes.

281 Ayúdame a esbozar una guía para principiantes en marketing digital o de productos con derechos de reventa.

**282** Genera una lista de errores comunes y trampas en el marketing de productos con derechos de reventa y cómo evitarlos.

**283** Escribe una lista de verificación para las cosas a considerar al elegir un programa de marketing de productos con derechos de reventa.

**284** Redacta un plan de ruta para escalar un negocio de marketing digital.

**285** Esboza un plan de marketing de contenidos de 90 días para promocionar productos digitales.

**286** Genera una lista de KPIs específicamente para rastrear el éxito de una campaña de marketing de productos con derechos de reventa.

**287** Ayúdame a redactar un conjunto de procedimientos operativos estándar (SOPs) para mi equipo de marketing digital.

**288** Crea una lista de recursos educativos para mantenerse actualizado sobre las tendencias de marketing digital.

**289** Escribe una guía sobre cómo diversificar las fuentes de ingresos en marketing digital.

**290** Genera una lista de consideraciones para elegir entre diferentes plataformas de marketing de productos con derechos de reventa.

**291** Redacta un plan para realizar pruebas A/B en diferentes elementos de una página de ventas.

**292** Crea una lista de verificación para el cumplimiento del GDPR en marketing digital y de productos con derechos de reventa.

**293** Ayúdame a esbozar un plan de gestión de crisis para abordar críticas negativas en línea.

**294** Esboza un plan de ruta de 6 meses para escalar un negocio de productos con derechos de reventa.

**295** Genera una guía sobre cómo usar Google Analytics para rastrear KPIs de marketing digital.

**296** Ayúdame a redactar un conjunto de directrices para el marketing digital ético.

**297** Crea una lista de métricas clave para incluir en un informe semanal de marketing digital.

**298** Genera una lista de posibles mercados de nicho para explorar dentro del espacio de marketing digital.

**299** Redacta una guía sobre cómo usar eficazmente el retargeting en marketing digital y de productos con derechos de reventa.

**300** Crea una lista de consideraciones para la expansión internacional en marketing digital.

**301** Ayúdame a esbozar una estrategia para aprovechar los chatbots en marketing digital.

**302** Genera una guía sobre cómo calcular el Valor de Vida del Cliente (CLV) en marketing digital.

**303** Escribe una lista de consideraciones clave para mantener el cumplimiento en marketing por correo electrónico.

**304** Esboza una guía sobre cómo crear un portafolio de marketing digital.

**305** Genera una lista de componentes clave para un documento de estrategia de marketing digital.

**306** Ayúdame a redactar un conjunto de directrices para prácticas éticas en publicidad digital.

**307** Crea una lista de pasos de acción para realizar un análisis FODA de marketing digital.

**308** Escribe una guía sobre cómo establecer y medir objetivos SMART en marketing digital.

**309** Genera un conjunto de consideraciones clave para elegir una agencia de marketing digital.

**310** Redacta una lista de preguntas para hacer en una encuesta a clientes para informar estrategias de marketing digital.

**311** Crea una guía sobre cómo integrar esfuerzos de marketing en línea y fuera de línea.

**312** Ayúdame a escribir un conjunto de mejores prácticas para marketing móvil.

**313** Genera una lista de consejos para la retención efectiva de clientes en marketing digital.

**314** Crea una guía sobre cómo realizar una auditoría de contenido.

**315** Redacta una lista de consejos para optimizar las conversiones de páginas de aterrizaje.

**316** Escribe una guía sobre cómo crear un mapa efectivo del viaje del cliente.

**317** Genera una lista de herramientas para automatizar tareas repetitivas de marketing digital.

**318** Ayúdame a redactar una guía sobre cómo construir un embudo de marketing.

**319** Crea una lista de métricas para evaluar el ROI del marketing de influencers.

**320** Esboza una guía sobre cómo crear un portafolio de marketing digital.

**321** Cuéntame un chiste que solo un mercadólogo digital entendería.

322 Sugiere actividades de team-building para un equipo de marketing digital remoto.

323 Cuéntame una historia divertida sobre un error de marketing.

324 Genera una lista de preguntas de 'Preferirías' sobre marketing digital.

325 Escribe lenguaje de marketing digital en forma de poema.

326 Crea un cuestionario de trivialidades sobre marketing digital.

327 Ayúdame a redactar un correo electrónico de 'Fuera de la Oficina' divertido pero informativo que promocione sutilmente mi producto digital.

328 Genera subtítulos para un meme que retrate la vida de un mercadólogo digital.

329 Sugiere nombres creativos para un cóctel o mocktail con temática de marketing digital.

330 Escribe un pequeño y divertido sketch sobre un día en la vida de un mercadólogo de productos con derechos de reventa.

331 Crea una tarjeta de bingo con frases o situaciones típicas que un mercadólogo digital encuentra.

332 Redacta una columna de consejos humorística al estilo 'Querida Abby' para mercadólogos digitales.

333 Escribe una parábola o historia corta que enseñe una lección sobre ética en marketing digital.

334 Genera un crucigrama de marketing digital con términos específicos de la industria.

335 Crea una lista de preguntas de 'Nunca He Hecho' adaptadas a mercadólogos digitales.

336 Redacta una entrevista ficticia y ligera con un famoso mercadólogo de la historia.

337 Crea una lista de búsqueda del tesoro para un evento de team-building virtual entre mercadólogos digitales.

338 Escribe una serie de acertijos que solo un mercadólogo digital podría resolver.

339 Ayúdame a crear una lista de canciones que pongan a los mercadólogos digitales en la 'zona'.

340 Redacta una lista de descansos rápidos y divertidos que los mercadólogos digitales pueden tomar entre tareas.

341 Escribe una serie de chistes o juegos de palabras sobre el mundo del SEO.

342 Crea un puzzle de búsqueda de palabras con temática de marketing digital.

**343** Redacta una lista de hipotéticos premios de marketing digital y las categorías que incluirían.

**344** Genera una lista de datos curiosos sobre la historia del marketing digital.

**345** Ayúdame a escribir un haiku de marketing digital.

**346** Crea una lista de declaraciones de 'Dos Verdades y una Mentira' relacionadas con el marketing digital.

**347** Genera una serie de preguntas de ‘Llena los Espacios’ relacionadas con el marketing digital.

**348** Redacta un juego de ‘¿Quién Soy?’ con temática de marketing digital.

**349** Ayúdame a crear una lista de discursos motivacionales para mercadólogos digitales.

**350** Genera una lista de acrónimos divertidos y peculiares de marketing digital.

**351** Escribe una serie de predicciones ligeras de marketing digital para la próxima década.

**352** Genera un conjunto de plantillas al estilo 'Mad Libs' relacionadas con el marketing digital.

**353** Crea una entrada ficticia de 'Un día en la vida' de un mercadólogo famoso.

**354** Ayúdame a redactar un desafío de 'Escape Room' con temática de marketing digital.

**355** Genera una lista de nombres creativos para agencias de marketing digital ficticias.

**356** Escribe un conjunto de frases humorísticas 'Escuchadas en la oficina' específicas para el marketing digital.

**357** Crea una lista de 'Superlativos' de marketing digital para un resumen de fin de año.

**358** Redacta una canción parodia de marketing digital basada en una melodía popular.

**359** Genera un conjunto de desafíos de 'Verdad o Reto' relacionados con el marketing digital.

**360** Crea una lista de indicaciones para dibujar en 'Pictionary' con temática de marketing digital.

**361** Escribe una guía sencilla sobre cómo organizar una noche de trivia virtual de marketing digital.

**362** Genera un conjunto de 'Resoluciones de Año Nuevo' divertidas para mercadólogos digitales.

**363** Redacta una lista de categorías originales para unos 'Oscars' del marketing digital.

**364** Crea un conjunto de cartas para el juego 'Tabú' con términos relacionados al marketing digital.

**365** Genera un juego de 'Bingo' de marketing digital para usar en una conferencia o webinar.

**366** Ayúdame a escribir un conjunto de desafíos para el juego 'Minuto para Ganar' adaptados al marketing digital.

06

RECURSO 6 · MÓDULO 4

# Vende con Historias de Instagram

Para vender sin sentir que molestas.

# Stories de Instagram

### ¡Bienvenido al mundo de las historias de Instagram que venden!

Las Historias de Instagram han cambiado la forma en que las marcas se conectan con su audiencia. A diferencia de las publicaciones tradicionales, las Historias te permiten crear un vínculo más cercano y auténtico al compartir momentos en tiempo real. Además, al ser efímeras, generan una sensación de urgencia que motiva a tu audiencia a actuar de inmediato.

Las Historias son una excelente herramienta para contar historias. A todos nos gustan las buenas narrativas, y si sabes cómo contar una que enganche, lograrás que tu público se sienta más interesado y conectado con lo que ofreces.

# Introducción a las stories de Instagram

### Crea tus historias como una pequeña narración.

Piensa en cada Historia como una mini historia: presenta un problema, crea algo de tensión y, al final, ofrece tu producto o solución como la respuesta. Este enfoque mantendrá a tu audiencia enganchada hasta el último segundo.

Recuerda, la confianza es clave para vender con éxito. Las Historias son una gran oportunidad para mostrar el lado más auténtico y humano de tu negocio, lo que ayuda a que tus seguidores confíen más en ti.

Una de las mejores formas de vender en Instagram Stories es a través de la promoción suave. En lugar de hablar directamente de tu producto, enfócate en compartir contenido que sea útil y valioso para tu audiencia, sin que se sienta como un anuncio directo.

La naturaleza efímera de las Historias hace que tu audiencia se sienta más involucrada. Usa herramientas como encuestas, cuestionarios y deslizadores para hacer que interactúen contigo y participen en el proceso de venta.

Al comenzar tu aventura de ventas a través de Historias, ten en cuenta que la autenticidad, el contar buenas historias y la promoción sutil son tus grandes aliados. En los próximos capítulos, profundizaremos en estos puntos, dándote consejos prácticos y ejemplos reales para que te conviertas en un experto en ventas suaves en Instagram.

¡Prepárate para transformar tus Historias en auténticas herramientas de ventas!

# ¿Cómo usar las stories de Instagram?

Si no estás siendo auténtico en tus Historias todos los días, te estás perdiendo de algo muy poderoso.

Las Historias de Instagram son como el secreto mejor guardado de tu marca, especialmente si tu negocio no tiene un rostro visible. Son tu conexión directa con tu audiencia, ofreciéndoles una visión sincera y sin

filtros de tu mundo y de la personalidad de tu marca. A través de las Historias, es como tu comunidad realmente te conocerá. Como no siempre pueden ver tu cara, es importante ser un poco más personal para conectar con ellos de una manera más profunda.

Las estadísticas hablan, pero las historias venden. Es crucial que te comuniques con tu audiencia todos los días, de una forma que se sientan cerca de ti.

### ¿Qué puedes compartir en tus historias?

Detrás de cámaras (BTS): No hace falta que aparezcas frente a la cámara, pero puedes compartir detalles personales que humanicen tu marca, como una foto de tu mascota, tu almuerzo o tu laptop mientras trabajas. Estas pequeñas cosas hacen que te sientas más cercano y "real" para las personas que no te ven a menudo.

Testimonios y experiencias de la comunidad: ¡No olvides compartir historias de tus clientes o lo que está pasando a tu alrededor! Esto ayuda a que tu audiencia se sienta parte de algo más grande.

Recuerda, lo importante es ser auténtico y mostrar lo que realmente pasa detrás de tu negocio. ¡Eso es lo que te hace único!

### Narración:

Historias personales: Comparte experiencias o anécdotas que se relacionen con tu nicho. Cuéntales a tus seguidores qué te inspiró a empezar en el mundo del marketing digital. ¿Cuáles eran tus miedos al principio? Estas historias ayudan a crear una conexión más profunda con tu audiencia.

Historias de éxito: Resalta los logros que has tenido, ya sea con tus productos o servicios. No se trata solo de ventas, sino también de cómo tu negocio ha hecho una diferencia en la vida de tus clientes.

Errores y fracasos: A todos les preocupa mostrar solo lo perfecto, pero te aseguro que compartir lo que no salió bien te hace mucho más real. Habla de tus tropiezos, los aprendizajes que vinieron con ellos y cómo te ayudaron a crecer. Esto hace que las personas se identifiquen más contigo.

Evolución de tu marca: Muestra cómo ha crecido tu negocio, las lecciones que has aprendido en el camino y cómo has superado los desafíos. Esto demuestra resiliencia y progreso, y hace que tu comunidad se sienta más conectada con tu historia.

### Avances de productos:

Crea expectación compartiendo un adelanto de próximos lanzamientos, eventos o promociones. Usa pegatinas de cuenta regresiva o encuestas para involucrar a tu audiencia y emocionarlos con lo que está por venir.

### ¡Haz preguntas!

Anima a tu audiencia a participar y debatir haciendo preguntas interesantes. El compromiso es clave para que tu contenido sea impulsado por el algoritmo.

¡Cuantos más me gusta, comentarios, guardados y tiempo pasen en **tus publicaciones, mejor!** Haz preguntas que inviten a la reflexión: plantea temas relacionados con tu nicho o industria para generar conversaciones auténticas.

### Ejemplos de preguntas que puedes hacer:

- ¿Cuál es tu principal objetivo para este mes, ya sea en tu negocio o en lo personal? ¡Vamos a apoyarnos entre todos!
- Comparte un logro reciente que hayas alcanzado en tu negocio online.
- ¿Cuál es tu herramienta de marketing digital favorita? ¿Esa herramienta sin la que no puedes vivir?
- ¿Qué nueva habilidad o estrategia estás aprendiendo para mejorar tu negocio online?
- ¿Qué te motiva cuando enfrentas desafíos, ya sea en tu vida personal o en tu negocio?
- ¿Qué fue lo que te inspiró a entrar en el mundo del marketing digital?
- ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver más en esta página? ¡Tu opinión cuenta mucho!

### Encuestas y cuestionarios:

Usa encuestas o cuestionarios en tus Historias para conocer las opiniones y preferencias de tu audiencia. Pregúntales, por ejemplo:

- ¿Qué te gustaría ver más?
- ¿Qué contenido te resulta más útil?

**También puedes hacer preguntas sencillas en tus encuestas, como:**

- ¿Cuáles son tus planes para este fin de semana?
- ¿Cómo están todos hoy?

### Ejemplos de preguntas y contenido educativo:

Comparte ideas valiosas, consejos prácticos y guías útiles que estén alineadas con tu nicho. Así, te posicionas como un recurso confiable y experto en tu área. Es clave que tu audiencia te vea como una figura de autoridad en tu nicho. Quieres ser esa persona a la que recurren cuando necesitan información sobre tu campo. ¡Recuerda siempre eso!

Aquí tienes algunos ejemplos de contenido educativo que puedes compartir:

- Datos interesantes sobre marketing digital.
- ¿Sabías cuál es el ingreso promedio de un especialista en marketing digital?
- Comparte las habilidades de alto valor que has aprendido desde que comenzaste en marketing digital.
- Cuéntales sobre tu viaje personal para adentrarte en el mundo del marketing digital.
- Habla sobre tu POR QUÉ: ¿qué te motivó a empezar en este campo?
- Comparte historias de éxito de tus clientes o de tu propia experiencia.
- Habla de los errores que cometiste y de lo que otras personas deberían evitar al comenzar.
- Muestra adelantos de lo que puedes ofrecer en tus productos o servicios.

- ¿Qué son los derechos de reventa maestra?
- Herramientas que usas para crear productos digitales.
- Herramientas para crear y editar tus vídeos.
- Beneficios de la automatización en tu negocio.
- ¿Por qué es importante tener un embudo de ventas?
- La importancia del marketing por correo electrónico.
- Consejos para crear buenos anzuelos en tus publicaciones.
- ¿Qué es el SEO y cómo optimizarlo?
- ¿Ofreces soporte?
- ¿Para quién son tus productos?
- Desmitificar algunos mitos
- Tu opinión sobre las declaraciones de ingresos.

### Concursos y sorteos

Los concursos y sorteos son una excelente forma de generar emoción y motivar la participación de tu audiencia.

**Reglas claras:** Asegúrate de que las reglas y condiciones del concurso o sorteo estén bien definidas. ¡Que todo esté claro desde el principio!

**Premios atractivos:** Ofrece premios que realmente interesen a tu público y sean relevantes para tu nicho. Pueden ser cosas como una copia gratuita de uno de tus productos digitales o una llamada privada contigo para analizar estrategias de marketing, por ejemplo.

### Contenido generado por tus seguidores (cgu)

¡Aprovecha el contenido que crean tus clientes y seguidores! Comparte las publicaciones e historias donde mencionan o muestran tus productos o servicios. También puedes compartir capturas de pantalla de los comentarios positivos de tus clientes. Esto no solo fortalece la comunidad, sino que también sirve como prueba social, mostrando a otros que tus productos o servicios realmente funcionan.

Aplica estas estrategias de forma constante para construir una presencia sólida en tus Historias, atraer a tu audiencia de manera genuina y lograr tus objetivos de marketing digital, ¡todo mientras mantienes tu anonimato!

## Consejos prácticos para las stories de Instagram

### Mantén viva la conexión con actualizaciones periódicas

Para mantener a tu audiencia enganchada, trata de publicar entre 6 y 10 Historias al día. Además, no olvides compartir tu reel en tus Historias. Así, no solo mantienes a tu público interesado, sino que también puedes ser descubierto a través de Stories.

## Encanta con una historia cautivadora

Piensa en cada Historia como una miniaventura. Comienza con un toque de misterio, añade algo de emoción, y resuelve todo con tu producto o solución. ¡Verás cómo tus seguidores se sienten atraídos por el encanto de tu historia!

## Muestra lo que hay detrás de la cortina

Comparte un vistazo a tu día a día: cómo creas tus productos o los procesos detrás de tus servicios. Estos momentos "detrás de escena" son los que realmente crean un vínculo genuino con tu audiencia.

## Usa los "destacados" como escaparate

Aprovecha la función de Destacados para guardar tus mejores Historias. Así, tus seguidores pueden explorar fácilmente tus ofertas y productos, ¡como si tuvieras una vitrina mágica disponible todo el tiempo!

## Facilita la interacción con enlaces

Haz que tus seguidores lleguen fácilmente a tus productos utilizando la función de enlace. Añade una pegatina de COMPRAR AHORA sobre el enlace para que se vea más llamativo y fácil de encontrar.

## Crea temas consistentes en tus historias

Dale un toque de continuidad a tus Historias usando temas fijos. Ya sea un #ThrowbackThursday (jueves nostálgicos) o un #MagicMonday (lunes mágicos), estos temas generan emoción y mantienen a tu audiencia esperando más cada semana.

## Elige imágenes atractivas

Crea una galería de imágenes visualmente impactantes que representen tu marca. Usa estas fotos para contar historias que conecten con tu audiencia y ayuden a construir una identidad visual que sea única.

## Comparte tus logros y hitos

Celebra tus éxitos con tu comunidad. Ya sea que hayas alcanzado una meta de ventas o superado un desafío importante, compartir estos momentos crea un sentido de pertenencia y hace que tus seguidores se sientan parte de tu viaje.

## Comparte testimonios e historias de clientes

Incluye testimonios de clientes felices y sus historias de éxito en tus Historias. Deja que tus clientes satisfechos se conviertan en los mejores embajadores de tus productos o servicios.

CREA ENCUESTAS PARA CONOCER LAS PREFERENCIAS DE TU AUDIENCIA Involucra a tu comunidad creando encuestas sobre tus productos o servicios. Esto no solo te da información valiosa, sino que también hace que tu audiencia se sienta parte de las decisiones de tu marca.

## Usa pegatinas de historias para promociones suaves

Aprovecha las pegatinas de Instagram Stories, como la etiqueta de producto o la cuenta regresiva, para hacer promociones de manera sutil. Estas herramientas añaden un toque interactivo a tus Historias y mantienen el interés de tus seguidores.

### Rota los productos destacados con regularidad

Mantén actualizados tus "Destacados" rotando los productos o servicios que muestras. Así, tu audiencia siempre se mantendrá curiosa y emocionada por descubrir nuevas ofertas.

### Genera anticipación con un toque de suspenso

Termina cada Historia con algo de suspenso para despertar la curiosidad de tus seguidores. Déjalos con ganas de más, guiándolos suavemente hacia tu mensaje de ventas.

### Estética de marca coherente

Mantén un estilo visual consistente que esté alineado con tu marca. Esto crea una estética reconocible y cohesiva, haciendo que tus Historias se destaquen, incluso sin mostrar tu rostro.

### Haz preguntas abiertas

Anima a la participación haciendo preguntas abiertas en tus Historias. No solo obtendrás respuestas, sino que también generarás conversaciones que, de manera sutil, pueden llevar a tu mensaje de ventas.

### Recomendaciones de productos personalizadas

Crea cuestionarios que se alineen con lo que ofreces. Con base en las respuestas, comparte recomendaciones de productos personalizadas en tus Historias, para que tu audiencia sienta que estás hablando directamente con ellos.

### Contenido generado por tus seguidores

Comparte contenido creado por tus seguidores en tus Historias. Esto no solo muestra a personas reales interactuando con tu marca, sino que también fomenta un sentido de comunidad y confianza.

### Enfócate en los beneficios, no solo en la acción

Cuando pidas a tu audiencia que realice una acción (como comprar o registrarse), enfócate en los beneficios que obtendrán en lugar de solo describir lo que deben hacer. Resalta lo que ganarán al seguir tu CTA (llamada a la acción).

### Escucha los comentarios de tu audiencia

Presta atención a los comentarios, mensajes directos y cualquier tipo de retroalimentación que recibas. Tu audiencia tiene información valiosa que puede ayudarte a mejorar y hacer crecer tu negocio.

## 30 ideas para stories de Instagram

### 1. Bajo la lupa: Creando contenido

¡Acabo de pasar la mañana trabajando en mi próximo producto digital! 🚀 Estoy emocionado de mostrarte cómo va el proceso. ¡Pronto más detalles!

### 2. Historia de éxito de cliente

¡Miren este testimonio increíble de [Nombre del cliente]! Gracias a mi producto digital, [resultado específico]. ¡Es tan gratificante ver el impacto positivo! 🌟

### 3. Solución al problema común

¿Tienes problemas con [problema común]? ¡Tengo la solución! Mi nuevo producto digital lo resuelve todo. ¡Échale un vistazo! 💡

### 4. Lecciones aprendidas de errores

Cometí un error [mencionar error] y me di cuenta de cómo mi producto digital podría haberlo evitado. ¡Aprende de mi experiencia! 🙌

### 5. Testimonio de cliente

Un agradecimiento enorme a [Nombre del cliente] por compartir su experiencia con mi producto digital. ¡Es impresionante ver cómo ha impactado! 🌈

### 6. Función única del producto

¿Sabías que mi producto digital tiene [característica única]? ¡Es un cambio total! Haz clic abajo para ver cómo puede mejorar tu [uso específico]. 🚀

### 7. Consejos rápidos para tu nicho

¡Consejo rápido para los fanáticos de [nicho específico]! Usa mi producto digital para [consejo] y verás resultados sorprendentes. ¡Cuéntame cómo te va! 👊

### 8. Beneficio y valor

La calidad se nota. Mi producto digital te ayuda a [resultado] y el valor que obtienes es increíble. ¡No te lo pierdas!

### 9. Antes y después del cliente

Mira el increíble cambio de [Nombre del cliente] usando mi producto digital. ¡Es inspirador! Desliza para ver el viaje. 🌟

### 10. Producto disponible

¡Noticia emocionante! Está disponible mi producto digital, creado para ayudarte a [resultado] de forma clara y sencilla. ¡Descubre cómo empezar hoy mismo y cuéntame qué te parece!

### 11. Pregunta interactiva

¿Cuál es tu mayor desafío en [nicho]? Responde o mándame un DM y charlemos. ¡Estoy aquí para ayudarte con mi producto digital! 💬

### 12. Demostración del producto

¿Te preguntas cómo funciona mi producto digital? Haz clic abajo y descubre cómo puede hacer que [tarea] sea mucho más fácil. 🎥

### 13. Proceso creativo

¡Hoy me estoy sumergiendo en el proceso creativo! 🎨 Únete a mí mientras planeo mi próximo producto digital. ¿Alguna sugerencia? ¡Comenta abajo! 👇

### 14. Reto personal superado

¿Te has enfrentado a [desafío personal]? Mi producto digital me ayudó a superarlo. ¡Te cuento cómo lo hice para inspirarte! 💪

### 15. Beneficios inesperados

Una sorpresa que no esperaba de mi producto digital: [beneficio inesperado]. ¡Se ha convertido en un cambio total para [uso específico]! ¿Te ha pasado algo similar? ¡Cuéntamelo! 🌟

### 16. Solicitud de participación

¡Estoy planificando mi próximo producto digital! ¿Qué te gustaría ver? Tu opinión cuenta. ¡Comenta abajo y compártelo! 🤔

### 17. Recordatorio de calidad

¡La calidad se nota en cada detalle! Mi producto digital te ayuda a [resultado], y el valor que obtienes es insuperable. ¡Vamos a hacerlo realidad!

### 18. Respuestas a preguntas frecuentes

Hoy estoy respondiendo una de las preguntas más comunes: [Pregunta frecuente]. ¿Tienes más dudas sobre mi producto digital? ¡Déjalas en los comentarios! 👇

### 19. Historia motivacional

¡Hoy me siento supermotivado! Recordando el viaje que me llevó a crear mi producto digital. ¿Qué te inspira a ti? ¡Compártelo abajo! 🌈

### 20. Adelanto de nueva función

¡Mira un adelanto de una nueva función de mi próximo producto digital! ¿Puedes adivinar qué es? Desliza hacia arriba para pistas. 🔍

### 21. Conexión con evento actual

Hoy estoy conectando [evento/tendencia actual] con mi producto digital. ¿Te intriga saber cómo? ¡Desliza hacia arriba para descubrirlo! 🌐

### 22. Agradecimiento a los clientes

¡Gracias a todos los que me apoyan en este viaje de creación de productos digitales! Etiqueta a un amigo que te haya ayudado a lo largo del camino. 🙌

### 23. Nuevo viaje de transformación

¡Comenzando un nuevo viaje con mi producto digital! Estoy emocionado de compartir todo el proceso y los resultados. ¿Te unes? 🚀

### 24. Prueba interactiva

¡Es hora de poner a prueba tus conocimientos en [nicho]! Desliza hacia arriba para hacer un quiz rápido. ¡Compárteme tu puntuación! 👇

### 25. Resultados de clientes destacados

¡Miren los resultados sorprendentes de [Nombre del cliente] usando mi producto digital! Desliza para ver su historia inspiradora. 🎉

### 26. Retroceso a los primeros días

¡Volviendo a los primeros días de mi producto digital! Ha recorrido un largo camino. Desliza hacia arriba para ver su evolución. 🔄

### 27. Investigación de producto

¡Hoy estoy explorando nuevas ideas para productos digitales! Únete a mí mientras investigo y recojo ideas. ¿Tienes alguna sugerencia? ¡Déjala abajo! 🗺

### 28. Conexión de afirmación

Hoy alineo mi afirmación con el propósito de mi producto digital. ¿Qué afirmación te inspira hoy? ¡Compártela conmigo! 💫

### 29. Encuesta interactiva

¡Es hora de tomar decisiones! Ayúdame a elegir el diseño de portada de mi próximo producto digital. Desliza hacia arriba para votar en la encuesta. 📊

### 30. Celebrando logros

¡Celebrando hitos! 🎉 Reflexionando sobre todo lo logrado con mi producto digital. Gracias por ser parte de este viaje. 🚀

07

RECURSO 7 · MÓDULO 3

# Optimizando la Bio de Instagram

Para que cada visita se convierta en seguidor o consulta.

# Introducción a la bio de Instagram

¡Bienvenido a nuestra guía definitiva para crear una bio de Instagram que atraiga miradas al instante! 🎯

Tu bio de Instagram es como tu carta de presentación digital. Es lo primero que los usuarios ven al llegar a tu perfil, ¡y puede ser la clave para convertir curiosos en seguidores fieles! Una bio efectiva no solo debe ser llamativa, sino también diseñada para atraer más seguidores, mejorar tu visibilidad y destacar en medio del mar de perfiles. 🌟

En esta guía, te vamos a dar los pasos esenciales y algunos trucos prácticos para asegurarte de que tu bio sea:

### 1. Atractiva:

Capta la atención de tus visitantes en segundos con un mensaje claro y directo.

### 2. Fácil de encontrar:

Optimiza tu bio con palabras clave relevantes para aparecer en más búsquedas.

### 3. Conectada:

Haz que tu audiencia se sienta identificada usando un tono auténtico y cercano.

### 4. Efectiva:

Incluye elementos que inviten a la acción y motiven a tus visitantes a seguirte.

¡Es hora de transformar tu bio en una herramienta de marketing que impulse tu crecimiento en Instagram! 📈✨

# Importancia de una bio optimizada

Una bio optimizada es clave porque es lo primero que ven los visitantes al llegar a tu perfil. Debe ser clara, directa y mostrar de inmediato quién eres, qué ofreces y por qué deberían seguirte. Además, una bio bien hecha mejora tu visibilidad en las búsquedas de Instagram.

### Primera impresión impactante:

**Captura la atención:** Los usuarios deciden en segundos si seguirán tu cuenta. **Presentación clara:** Comunica de forma sencilla quién eres y qué haces.

### Mejora tu posicionamiento:

**Palabras clave relevantes:** Ayudan a que más personas encuentren tu perfil en las búsquedas de Instagram. **SEO en Instagram:** Te permite aparecer en búsquedas que sean importantes para tu público.

### Construye conexiones:

**Autenticidad y personalidad:** Establece una conexión real con los visitantes desde el primer momento. **Llamadas a la acción (CTAs):** Motiva a los usuarios a interactuar contigo, ya sea siguiéndote o visitando tu enlace.

### Diferenciación y credibilidad:

**Destaca de la competencia:** Muestra lo que te hace único y especial. **Credibilidad y confianza:** Agrega logros o testimonios para aumentar la confianza de tus seguidores.

Con una bio bien optimizada, no solo atraerás más seguidores, sino que también te conectarás de forma auténtica y efectiva con ellos. ¡Haz que cada palabra cuente!

## Elementos clave

### Nombre de usuario y nombre de perfil

Asegúrate de que tu nombre de usuario sea fácil de recordar y encontrar. Usa tu nombre real o algo relacionado con tu marca. El nombre de perfil debe ser claro y reflejar lo que haces para que la gente te identifique rápidamente.

### Descripción

Tu descripción debe explicar en pocas palabras quién eres y qué haces. ¡Hazla atractiva, directa y que invite a querer saber más!

### Llamadas a la acción (CTA)

Incluye frases que inviten a la acción, como “¡Sígueme para más tips!”, “Haz clic en el enlace”, o “Déjame tu comentario”. Las llamadas a la acción ayudan a que tu audiencia interactúe.

### Enlaces relevantes

Aprovecha el enlace en tu bio para redirigir a tu audiencia a tu página web, tienda, o cualquier contenido importante que quieras destacar. ¡Haz que sea fácil para ellos encontrar lo que buscas!

### Emojis

Usar emojis puede hacer que tu bio sea más visual y divertida. Úsalos para resaltar puntos clave, pero sin exagerar.

### Palabras clave

Añade palabras clave que describan tu nicho o lo que ofreces. Esto te ayudará a aparecer en más búsquedas y a conectar con la audiencia correcta.

¡Con estos elementos bien cuidados, tu bio de Instagram será irresistible!

## Paso a paso

### Define tu nicho y audiencia

Antes de escribir tu bio, es importante saber a quién te diriges. Piensa en tu nicho y en las personas que más se beneficiarán de lo que ofreces. Esto te ayudará a crear un mensaje que conecte de inmediato con ellos.

### Elige un nombre de usuario y nombre de perfil

**Nombre de Usuario:** Asegúrate de que sea fácil de recordar y esté relacionado con tu marca o tu nombre.

**Nombre de Perfil:** Este es diferente al nombre de usuario. Incluye palabras clave relevantes para que puedas aparecer en las búsquedas y tu perfil sea más fácil de encontrar.

### Redacta una descripción clara y concisa

Tu descripción debe ser breve, pero precisa. Usa frases claras para decir qué haces, quién eres y qué ofreces. Incluye palabras clave relacionadas con tu nicho para que tu perfil sea más fácil de encontrar.

### Ejemplo:

Experto en Marketing Digital | Ayudo a emprendedores a hacer crecer sus negocios | Sígueme para tips y estrategias

### Añade llamadas a la acción (CTA)

Guía a tus seguidores a realizar una acción concreta, como visitar tu sitio web, descargar un recurso gratuito o seguirte. ¡Hazlo fácil para ellos!

### Ejemplo:

Descarga nuestra guía gratuita ahora 👇

¡Con estos pasos, tu bio estará lista para atraer y conectar con tu audiencia ideal!

### Incluye enlaces relevantes

Aprovecha el espacio del enlace en tu bio para dirigir a tus seguidores a los lugares más importantes. Si tienes varios enlaces, usa herramientas como Linktree para ponerlos todos en un solo enlace y que sea más fácil para tu audiencia encontrar lo que buscan.

### Usa emojis de forma estratégica

Los emojis hacen que tu bio se vea más atractiva y ayudan a resaltar lo más importante. Úsalos con moderación y elige los que realmente aporten al mensaje que quieres transmitir. ¡Haz que tu bio sea divertida pero clara!

### Optimiza con palabras clave

Incluye palabras clave relevantes en tu bio para que las personas puedan encontrarte más fácilmente en las búsquedas de Instagram. Piensa en lo que tu audiencia estaría buscando y usa esas palabras de forma

natural.

## Bio efectiva

### Marketing

🚀 Estrategias de marketing digital que realmente funcionan | Haz crecer tu negocio online | ¡Consulta gratuita aquí! 👇

📲 Contenido viral y estrategias de crecimiento en redes | Aprende conmigo y lleva tu marca al siguiente nivel 👇

### Belleza

💄 Maquilladora profesional | Resalta tu belleza natural | ¡Reserva tu cita hoy mismo! ⬇

🌸 Masajes y tratamientos de spa | Regálate un momento de relajación y bienestar | ¡Descubre más aquí! 👇

### Venta de propiedades

🏡 Propiedades exclusivas a la venta | Encuentra la casa de tus sueños | Contáctanos para más detalles 👇

🏠 Ayudamos a familias a encontrar su hogar ideal | Asesores expertos en bienes raíces | Solicita tu consulta gratis aquí 👇

### Diseñadores

🎨 Diseñador gráfico | Transformamos tus ideas en diseños únicos | ¡Solicita tu diseño personalizado! 👇

👗 Diseñador de moda | Creaciones especiales para cada ocasión | ¡Descubre mi colección aquí! ⬇

## Herramientas complementarias

### Herramientas útiles para mejorar tu bio

### Beacons:

Perfecto para incluir varios enlaces en un solo lugar.

### Canva:

Diseña gráficos llamativos para que tu bio se vea increíble.

### Metricool:

Analiza el rendimiento de tu bio y perfil para saber qué está funcionando.

Una bio bien optimizada es clave para conectar con tu audiencia ideal y mejorar tu visibilidad en Instagram.

Sigue estos consejos para crear una bio que realmente refleje quién eres y lo que ofreces. ¡Haz que tu perfil destaque!

08

RECURSO 8 · MÓDULO 5

# Crea un eBook con ChatGPT

Para pasar de la idea al producto terminado.

### ¡Bienvenido a nuestra guía para crear un eBook con ChatGPT!

En este eBook, te mostraremos, paso a paso, cómo crear un contenido de alta calidad usando la inteligencia artificial. No importa si eres nuevo en el mundo de la escritura o si ya tienes experiencia, esta guía te dará las herramientas y consejos para sacar el máximo provecho de ChatGPT y crear tu propio eBook de forma sencilla y efectiva. ¡Vamos a empezar!

## ¿Qué es ChatGPT?

ChatGPT es una herramienta de inteligencia artificial creada por OpenAI que puede generar texto de forma natural y coherente según las indicaciones que le des. Gracias a su habilidad para entender y responder a diferentes temas, es perfecta para ayudarte a crear contenido, como eBooks, de manera rápida y eficiente.

## Beneficios de usar ChatGPT

### Eficiencia:

ChatGPT te ayuda a generar contenido rápidamente, ahorrándote tiempo y esfuerzo en la escritura.

### Creatividad:

Gracias a su inteligencia artificial, puede darte ideas frescas y enfoques originales para que tu eBook sea aún más interesante y único.

### Versatilidad:

Puedes usar ChatGPT en todas las etapas de creación, desde investigar y escribir hasta editar y revisar, ¡todo en un solo lugar!

## Con esta guía aprenderás a:

- Definir a quién te diriges y elegir un tema que conecte con tu audiencia.
- Configurar ChatGPT para que se ajuste a lo que necesitas.
- Planificar y organizar tu eBook de forma clara y ordenada.
- Usar ChatGPT para generar contenido y editarlo de manera rápida y efectiva.
- Diseñar y formatear tu eBook para que luzca profesional.
- Publicar y promocionar tu eBook para llegar a más personas.

¡Vamos a descubrir cómo ChatGPT puede hacer que crear tu eBook sea más fácil y divertido! ¡Comencemos!

# Antes de empezar:

Antes de comenzar a crear tu eBook con ChatGPT, es importante hacer algunos preparativos. Estos pasos iniciales te ayudarán a estar organizado y a aprovechar al máximo esta poderosa herramienta.

### 1. Define tu audiencia

Conocer a tu audiencia es clave para crear contenido que realmente resuene. Aquí tienes algunas preguntas para ayudarte a definirla:

- ¿Quiénes son tus lectores ideales?
- ¿Qué intereses y necesidades tienen?
- ¿Qué problemas están buscando resolver?
- ¿Qué tipo de lenguaje y tono prefieren?

Al tener claro quién es tu audiencia, podrás enfocar tu contenido de manera efectiva y conectar mejor con ellos. ¡Es el primer paso para crear un eBook exitoso!

### 2. Elige un tema atractivo y relevante

Seleccionar un tema adecuado es clave para atraer a tu audiencia. Un buen tema debe ser:

**Interesante:** Algo que capte la atención de tus lectores desde el primer momento.

**Relevante:** Que resuelva un problema o necesidad específica de tu audiencia.

**Bien definido:** Debe ser lo suficientemente claro para profundizar, pero amplio para explorar diferentes ángulos.

Escoge un tema que conecte con tus lectores y los motive a seguir leyendo. ¡Así lograrás que tu eBook sea un éxito!

### 3. Configura ChatGPT para aprovecharlo al máximo

Para sacar el mayor provecho de ChatGPT, es importante configurarlo de acuerdo a lo que necesitas. Aquí te dejo unos consejos para hacerlo:

- **Sé claro con tus indicaciones:** Asegúrate de explicar bien lo que deseas.
- Por ejemplo, en lugar de decir "escribe un capítulo", prueba algo más específico como: "Escribe un capítulo introductorio sobre los beneficios de usar inteligencia artificial para crear eBooks".

**Usa prompts detallados:** Los prompts son las instrucciones que le das a ChatGPT. Cuanto más específicos y claros sean, mejores serán los resultados.

**Ajusta según sea necesario:** Si no obtienes lo que esperabas, no dudes en cambiar tus indicaciones. A veces, pequeños ajustes marcan la diferencia.

Con estos pasos, podrás guiar a ChatGPT para que te brinde exactamente lo que necesitas en cada etapa de tu eBook. ¡Es más fácil de lo que parece!

## 4. Herramientas y recursos útiles

Para hacer el proceso de creación de tu eBook más fácil y organizado, es bueno contar con las herramientas adecuadas. Aquí te dejo algunas que te pueden ayudar:

**Procesadores de texto:** Google Docs, Microsoft Word, entre otros, te ayudarán a escribir y organizar tu contenido.

**Herramientas de diseño:** Canva o Adobe Spark son ideales para darle un toque profesional a tu eBook, ya sea para portadas o gráficos.

**Aplicaciones de gestión de proyectos:** Trello o Asana te permiten organizar tus tareas y mantener todo bajo control mientras trabajas en el eBook.

Con estas herramientas y recursos a tu disposición, estarás listo para crear tu eBook de manera ágil y sin complicaciones. En el siguiente capítulo, veremos cómo usar ChatGPT para generar contenido increíble para tu eBook. ¡Vamos a ello!

## 2. Generar el contenido inicial

Ahora que tienes tus prompts listos, es momento de usarlos en ChatGPT para empezar a crear el contenido. Aquí te doy un ejemplo de cómo puedes hacerlo:

**Prompt:** Escribe una introducción sobre la importancia de la inteligencia artificial en la escritura moderna.

- **Respuesta de ChatGPT:** La inteligencia artificial ha transformado muchos aspectos de nuestra vida diaria, y la escritura no es la excepción.
- Herramientas avanzadas como ChatGPT ayudan a los escritores a superar bloqueos creativos, generar ideas frescas y optimizar sus procesos de escritura. En este eBook, veremos cómo la IA está cambiando la manera en que escribimos y cómo puedes aprovechar estas tecnologías para mejorar tu propio trabajo.

¡Y listo! Ya tienes un contenido inicial que puedes ajustar y ampliar según lo necesites. Recuerda que puedes pedirle a ChatGPT que refine o agregue más detalles si lo deseas.

## 3. Revisar y editar el contenido

Después de que ChatGPT genere el contenido, es importante que le eches un vistazo para asegurarte de que cumpla con tus expectativas y tenga la calidad que buscas. Aquí te dejo algunos consejos para hacerlo:

**Lee con atención:** Asegúrate de que el contenido tenga coherencia y fluya de manera natural.

**Corrige errores:** Revisa posibles errores gramaticales, ortográficos o de puntuación.

**Añade tu toque personal:** Ajusta el estilo y tono para que el contenido suene auténtico y esté alineado con tu voz y marca.

¡Recuerda que este es tu eBook! Es el momento perfecto para darle ese toque único que te representa.

### 4. Expandir y profundizar en los temas

Para darle más valor a tu eBook, es importante que amplíes y profundices en los temas clave. Aquí te muestro cómo hacerlo de manera fácil y efectiva:

**Prompt:** Expande sobre las tres ventajas clave de usar herramientas de IA para escritores principiantes.

### Respuesta de ChatGPT:

**Superar el Bloqueo del Escritor:** Una de las mayores ventajas de la IA es que puede ayudar a los escritores a superar el temido bloqueo creativo. Al ofrecer ideas frescas y nuevas perspectivas, la IA ayuda a los escritores, especialmente a los principiantes, a romper con la presión de la página en blanco.

**Consejo:** Cuando expandas un tema, trata de proporcionar ejemplos concretos, anécdotas o consejos prácticos para que tus lectores puedan aplicar lo que estás enseñando. ¡Así, tu eBook será más útil y atractivo!

### 5. Mejora de la productividad

Las herramientas de IA pueden automatizar tareas repetitivas, como la corrección de errores gramaticales y la organización del contenido. Esto te permite ahorrar tiempo y enfocarte en lo que realmente importa: la parte creativa de tu escritura.

### 6. Acceso a recursos ilimitados

La IA te da acceso a una enorme cantidad de información y recursos, haciendo la investigación mucho más fácil. Esto te permite enriquecer tu contenido con datos relevantes y precisos, dándole más valor a lo que compartes.

### 7. Añadir elementos visuales

Los elementos visuales pueden hacer que tu eBook sea mucho más interesante y fácil de seguir. Aquí tienes algunas ideas para incorporarlos:

**Gráficos e Infografías:** Usa herramientas como Canva para crear gráficos que ayuden a explicar conceptos de manera clara y atractiva.

**Imágenes Relevantes:** Incluye imágenes que complementen el texto y hagan la lectura más amena.

**Capturas de Pantalla:** Si estás explicando cómo usar una herramienta o aplicación, las capturas de pantalla son muy útiles para guiar a tus lectores paso a paso.

### 8. Incluir llamados a la acción (CTA)

Añadir llamados a la acción (CTA) en tu eBook es una excelente manera de mantener a tus lectores comprometidos. Aquí tienes algunos ejemplos sencillos:

- **Invitación a suscribirse:** ¿Te gustaría recibir más consejos de escritura?
- ¡Suscríbete a nuestro boletín para estar al día con nuestras novedades!

**Participación en redes sociales:** Comparte tus experiencias sobre la escritura con IA usando el hashtag #EscrituraConIA en Twitter. ¡Nos encantaría conocer tu opinión!

**Feedback:** Nos importa mucho tu opinión. Déjanos tus comentarios y sugerencias para mejorar futuras ediciones de este eBook.

¡Estos CTA motivan a la acción y crean una conexión más cercana con tus lectores!

### 9. Crea una conclusión impactante

Termina tu eBook con una conclusión que resuma lo aprendido y motive a tus lectores a poner en práctica lo que han descubierto.

### Aquí tienes un ejemplo:

La inteligencia artificial está cambiando por completo la manera en que escribimos y publicamos contenido. Con herramientas como ChatGPT, puedes superar bloqueos creativos, mejorar tu productividad y crear eBooks de calidad que realmente conecten con tus lectores.

¡No esperes más! Empieza hoy mismo y descubre cómo la IA puede transformar tu proceso de escritura.

Con esta conclusión, cerrarás tu eBook de forma poderosa. Ahora, en la siguiente sección, aprenderemos cómo estructurar y diseñar tu eBook para que se vea profesional y atractivo. ¡Vamos a ello!

## Estructura y diseño del ebook

Ahora que ya tienes el contenido generado con ChatGPT, es hora de darle forma y hacerlo visualmente atractivo para tus lectores. La forma en que estructuras y diseñas tu eBook puede marcar la diferencia en cómo se percibe y se disfruta. A continuación, te damos algunas ideas para hacerlo de manera efectiva.

### 1. Crear un índice claro

Un índice bien organizado ayuda a tus lectores a navegar fácilmente por tu eBook. Incluye los títulos de cada capítulo y las secciones dentro de ellos para que todo esté bien claro. Aquí te damos un ejemplo de cómo podría quedar:

### Índice


- Introducción
- Preparativos Iniciales
- Investigación del Tema
- Definición de la Audiencia Objetivo
- Usando ChatGPT para Generar Contenido
- Crear Prompts Efectivos
- Generar el Contenido Inicial
- Revisar y Editar el Contenido


Estructuración y Diseño del eBook

- Crear un Índice
- Formato y Estructura del Contenido
- Elementos Visuales
- Diseño de Portada y Contraportada

Publicación y Distribución

- Plataformas de Publicación
- Estrategias de Marketing

Conclusión

## 2. Formato y estructura del contenido

Para facilitar la lectura, es importante que el contenido esté bien organizado. Aquí tienes algunos consejos para lograrlo:

**Usa Encabezados y Subencabezados:** Divide tu contenido en secciones claras con títulos y subtítulos. Esto permite que el lector se sienta guiado y haga más fácil la navegación.

**Párrafos Cortos:** Evita los párrafos largos. Mantén las ideas claras y concisas, así los lectores no se sienten abrumados por bloques de texto.

**Listas con Viñetas o Numeradas:** Usa listas para resaltar puntos importantes o pasos en un proceso. Ayuda a que la información sea más digerible.

**Negritas y Cursivas:** Utiliza negritas para destacar conceptos clave y cursivas para enfatizar ideas importantes o citas.

## 3. Elementos visuales

Agregar imágenes, gráficos o infografías no solo hace que tu eBook sea más atractivo, sino que también ayuda a explicar mejor tus ideas. Aquí te dejamos algunas sugerencias:

**Imágenes y Gráficos:** Si hablas de estadísticas o tendencias, como el crecimiento del marketing digital, un gráfico visual puede ser muy útil.

**Infografías:** Son perfectas para simplificar conceptos complejos y presentarlos de manera visualmente atractiva.

**Capturas de Pantalla:** Si enseñas cómo usar alguna herramienta, las capturas de pantalla son una excelente forma de guiar a tus lectores paso a paso.

## 4. Diseño de portada y contraportada

La portada de tu eBook es lo primero que verán tus lectores, por lo que debe ser llamativa y profesional. Aquí te dejamos algunos tips:

**Título y Subtítulo Claros:** Asegúrate de que el título y el subtítulo sean fáciles de entender y representen bien el contenido de tu eBook.

**Imágenes de Alta Calidad:** Utiliza imágenes nítidas y relevantes para el tema de tu eBook. Esto hará que se vea más profesional.

**Tipografía Legible:** Escoge fuentes que sean fáciles de leer en diferentes tamaños de pantalla.

La contraportada también puede incluir una breve biografía del autor, un resumen del eBook o testimonios si los tienes.

### 5. Revisión final

Antes de dar por terminado tu eBook, es importante realizar una última revisión para asegurarte de que todo esté perfecto:

**Revisión de Contenido:** Lee todo el texto para asegurarte de que fluya bien y que la información esté bien organizada.

**Corrección de Errores:** Revisa y corrige cualquier error ortográfico, gramatical o tipográfico.

**Prueba de Formato:** Verifica que el formato y el diseño se vean bien en diferentes dispositivos, ya sea en computadoras, tabletas o teléfonos.

Con estos pasos, tu eBook estará listo para ser compartido con el mundo de forma profesional y atractiva. ¡Es hora de publicarlo y empezar a ver los resultados!

## Publicación y distribución

Ahora que tu eBook está listo, el siguiente paso es publicarlo y asegurarte de que llegue a tu audiencia. Aquí te explicamos cómo hacerlo de manera sencilla y efectiva.

### 1. Plataformas de publicación

Existen varias plataformas donde puedes publicar tu eBook, cada una con sus ventajas. Algunas de las más populares son:

**Hotmart:** Hotmart es una plataforma de ventas de productos digitales que facilita la distribución de eBooks, cursos y más, con herramientas para pagos, marketing y afiliados.

**Systeme.io:** Systeme.io es una plataforma todo-en-uno que te permite crear, vender y automatizar la distribución de productos digitales como eBooks, con herramientas de marketing integradas.

**Beacons:** Beacons es una herramienta para crear páginas de enlaces personalizadas, ideal para promocionar tu eBook y centralizar todos tus recursos en un solo lugar.

**Amazon Kindle Direct Publishing (KDP):** Es una de las plataformas más conocidas para eBooks. Te permite llegar a millones de lectores y tiene herramientas útiles para promocionar y seguir las ventas de tu eBook.

- **Apple Books:** Perfecta para llegar a los usuarios de dispositivos Apple.
- Solo necesitas una cuenta de iTunes Connect para empezar.

**Google Play Books:** Ideal para que tu eBook esté disponible en dispositivos Android y en la web, lo que te ayudará a ampliar tu audiencia.

## 2. Preparación para la publicación

Antes de publicar, asegúrate de que todo esté listo:

**Formato de Archivo:** La mayoría de las plataformas aceptan archivos en formatos, PDF, EPUB o MOBI. Asegúrate de que tu eBook esté correctamente formateado para estos formatos.

- **Portada:** Necesitarás una imagen de portada en alta resolución
- (generalmente en JPG o PNG).

**Descripción del eBook:** Redacta una descripción atractiva y persuasiva que resuma el contenido de tu eBook y despierte el interés de los lectores.

**Metadatos:** Incluye palabras clave y categorías relevantes para que tu eBook sea más fácil de encontrar por los lectores interesados.

## 3. Estrategias de marketing

Para aumentar las ventas y el alcance de tu eBook, es importante que pongas en marcha algunas estrategias de marketing. Aquí te dejamos algunas ideas:

**Redes Sociales:** Promociona tu eBook en tus redes sociales. Comparte extractos, reseñas y bonos especiales para atraer a tu audiencia.

**Blog y Sitio Web:** Si tienes un blog o página web, escribe artículos relacionados con el contenido de tu eBook e incluye enlaces para que los lectores puedan comprarlo.

**Email Marketing:** Envía un correo a tu lista de suscriptores para anunciar el lanzamiento de tu eBook. Ofrece bonos exclusivos para tus seguidores más fieles.

- **Colaboraciones:** Haz alianzas con otros autores o influencers de tu área.
- Las promociones cruzadas pueden ser muy efectivas para llegar a más personas.

**Publicidad Pagada:** Si lo consideras adecuado, prueba con anuncios pagados en plataformas como Facebook, Instagram, Google Ads o Amazon para llegar a una audiencia más amplia.

## 4. Seguimiento y optimización

Una vez que tu eBook esté en el mercado, realiza un seguimiento constante para mejorar tus estrategias:

**Análisis de Ventas:** Usa las herramientas de análisis de las plataformas de publicación para conocer las ventas y el comportamiento de los lectores.

**Feedback de los Lectores:** Presta atención a las reseñas y comentarios de los lectores. Este feedback te será útil para hacer mejoras en futuras ediciones.

**Actualizaciones:** Si es necesario, actualiza tu eBook, las plataformas permiten subir nuevas versiones de tu eBook de forma fácil y rápida.

Siguiendo estos pasos, estarás en buen camino para publicar y promocionar tu eBook de manera exitosa. ¡Ahora es tu momento de brillar!

Publicar y distribuir tu eBook puede parecer complicado al principio, pero con las herramientas y estrategias correctas, ¡es mucho más fácil de lo que piensas!

Con esta guía, estarás listo para lanzar tu eBook al mundo y conectar con tu audiencia ideal. Recuerda que el éxito depende de una buena preparación, contenido de calidad y un buen plan de marketing.

¡Te deseo mucho éxito con tu eBook y que disfrutes de muchas ventas y lectores felices!

09

RECURSO 9 · MÓDULOS 3 Y 5

# Plantillas editables en Canva

Plantillas listas para personalizar con tu marca.

## Cómo usar tus plantillas

Toca la plantilla que quieras utilizar: se abre en Canva y la editas con tus colores, tus textos y tus fotos.

| | |
|---|---|
| **Publicaciones · 1080 x 1080 (163 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Publicaciones de películas · 1080 x 1080 (129 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Testimonios · 1080 x 1080 (60 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Frases · 1080 x 1080 (293 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Publicaciones de venta · 1080 x 1080 (60 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Carruseles 01 · 1080 x 1080 (300 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Carruseles 02 · 1080 x 1080 (64 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Historias · 1080 x 1920 (161 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Historias de infografías · 1080 x 1920 (125 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Cubiertas de Reels · 1080 x 1920 (129 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Publicaciones de infografías · 1080 x 1080 (125 páginas)** | Abrir en Canva → |
| **Publicaciones de retratos · 1080 x 1920 (162 páginas)** | Abrir en Canva → |

Encontrarás un combo con más de 1770 páginas de plantillas para tus redes sociales. Los archivos están en inglés y algunos usan elementos de la versión PRO de Canva, pero son totalmente editables en la versión gratuita. Como siempre, dale tu personalidad y adáptalos a la imagen de tu marca.

10

RECURSO 10 · MÓDULO 5

# Domina Canva

Para empezar a diseñar con confianza, sin ser diseñador.

# ¿CÓMO CREAR UNA CUENTA CANVA?

### Paso uno:

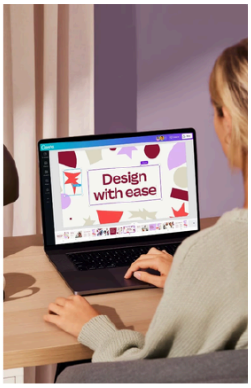
Dirígete a **www.canva.com** y haz clic en el botón "registrarse" ubicado en la parte superior de la página. a partir de aquí, se te ofrecerán varias opciones de registro, incluyendo correo electrónico, facebook o google, entre otras.




### Paso dos:

Selecciona el método de registro que prefieras. si optas por una cuenta gratuita de canva, no será necesario proporcionar los detalles de una tarjeta de crédito. recibirás un código de autenticación en tu correo electrónico. si eliges registrarte a través de facebook o google, simplemente inicia sesión en la cuenta correspondiente para autorizar el acceso.




### Paso tres:

una vez confirmada tu cuenta, ¡estarás listo para comenzar a diseñar!

¡Listo! En solo un minuto, deberías tener tu nueva cuenta de Canva lista. La cuenta gratuita es todo lo que necesitas para acceder y editar tus plantillas. Si optas por una cuenta pro de Canva, tendrás acceso a funciones adicionales.

# ¿CÓMO CARGAR UNA PLANTILLA DE CANVA?

### Paso uno:

Asegúrate de haber iniciado sesión en Canva y confirma que has recibido un pdf que contiene enlaces a tus plantillas.

Haz clic en el enlace correspondiente a la plantilla que deseas utilizar.

Una vez hecho esto, se mostrará una pantalla con una vista previa de la plantilla seleccionada, tal como se indica a continuación.




### Paso dos:

Haz clic en el botón "usar plantilla", esta se abrirá en Canva y estará lista para que la edites.




### Paso tres:

¡Listo! Ahora puedes empezar a editar o imprimir tu diseño en Canva. Puedes acceder a este diseño o todas tus creaciones presionando el botón "Canva".



# ¿CÓMO EDITAR EL TEXTO?

### Paso uno:

Haz clic en el texto o cuadro de texto que deseas editar. a continuación, verás aparecer la cinta de opciones de texto, como se indica a continuación:




### Paso dos:

Utiliza la siguiente guía para personalizar la fuente, el color, etc. es bastante intuitivo y lo dominarás rápidamente:

| | |
|---|---|
| Open Sauce | **Selección de fuente:**<br>Escoge tu fuente desde aquí. |
| − 10 + | **Tamaño de fuente:**<br>Elige el tamaño de fuente deseado. |
| A | **Color de fuente:**<br>Selecciona el color deseado para tu texto. |
| B I U S | **Estilo de fuente:**<br>Aplica negrita, cursiva o subrayado a tu texto. |
| aA | **Configuración de caso:**<br>Activa las mayúsculas para que todo el texto seleccionado. |
| | **Alineación de fuente:**<br>Puedes alinear el texto a izquierda, centrada, derecha o justificada. |
| | **Viñetas:**<br>Agrega viñetas o elige entre puntos o números. |
| | **Espaciado entre letras y alto de línea:**<br>Ajusta el espacio entre letras y líneas. |
| Efectos | **Efectos de fuente:**<br>Aplica efectos especiales como texto curvado. |

# ¿CÓMO CAMBIAR COLORES?

### Paso uno:

Haz clic en el elemento cuyo color deseas cambiar. para cambiar el color del texto, haz clic en la "A", tal como se muestra a continuación.



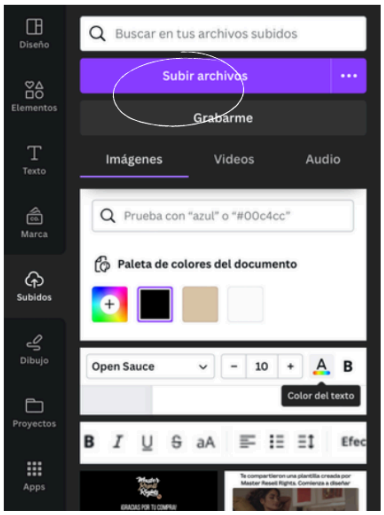

### Paso dos:

Utiliza los cuadrados de colores disponibles en el panel izquierdo para seleccionar el color que prefieras. también tienes la opción de introducir un código de color en la barra de búsqueda.



# ¿CÓMO UTILIZAR LAS IMÁGENES?

**Cargar fotos:**
En el menú de navegación ubicado en el lado izquierdo, encontrarás el botón **"Subidos".**



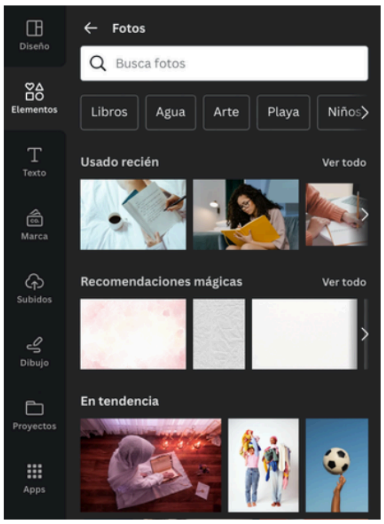

Haz clic en este botón y selecciona el archivo que deseas cargar.

Para añadir la foto recién cargada a tu diseño, simplemente haz clic en ella o arrástrala y suéltala en el lugar deseado.

**Utilizar fotos de archivo:**
En el menú de navegación ubicado en el lado izquierdo, encontrarás el botón **"Elementos".**

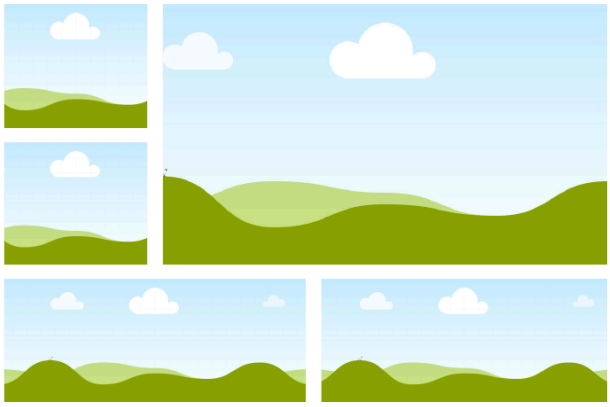
Haz clic en este botón y busca la foto o gráfico que necesitas. por ejemplo, si escribes "Perro", aparecerá una variedad de fotografías y gráficos relacionados. puedes utilizar cualquiera de ellos, pero ten en cuenta que aquellos que tengan el símbolo de la corona están disponibles únicamente en la versión pro, que requiere pago.

**Tipos de archivos en elementos:**
Canva tiene una gran biblioteca de imágenes y gráficos de archivo, incluso tiene videos que puedes usar en tu diseño.



# CUADRÍCULAS Y MARCOS

Las cuadrículas y los marcos son herramientas increíbles que te ayudan a organizar tus fotos de manera ordenada. Cuando los añades a tu documento, inicialmente se ven así:



¡Simplemente arrastra y suelta fotos para transformar tu cuadrícula en algo como esto!



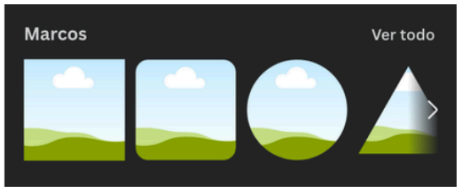
### Cuadrículas:

Dirígete a la barra de herramientas derecha, selecciona "Elementos" y desplázate hacia abajo para encontrar las “Formas”.




### Marcos:

Ve a la barra de herramientas derecha, selecciona "Elementos" y desplázate hacia abajo para encontrar los 'Marcos'.




Ajusta el espaciado en tu cuadrícula haciendo clic en ella y luego en "Espaciado" desde la barra de herramientas superior.



# ELEMENTOS GRÁFICOS

Canva ofrece una amplia variedad de elementos tanto gratuitos como de pago.

Puedes encontrar estos elementos en la barra de herramientas ubicada en el lado derecho de la pantalla. Utiliza la barra de búsqueda para encontrar elementos relacionados con el tema que necesitas.

Muchos de estos elementos están en formato vectorial, lo que te permite ajustar fácilmente sus colores según tus preferencias.

Recuerda que cuando veas el símbolo de corona en Canva, indica una función disponible en la versión pro (de pago).



# ¿CÓMO UTILIZAR LA TRANSPARENCIA?

La transparencia influye en la opacidad de un elemento y puede aplicarse a imágenes, elementos, texto y formas sólidas.

Cuando superpongas texto sobre una imagen, utiliza la transparencia para mejorar su legibilidad.

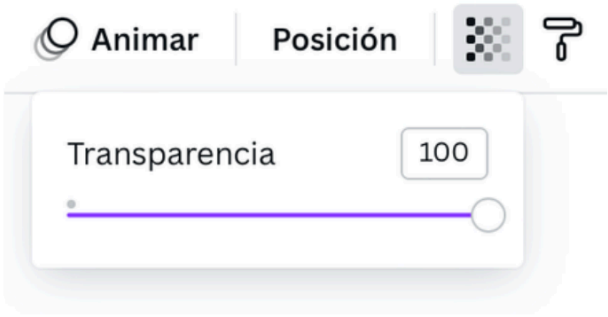
### *Pasos para ajustar la transparencia:*

**1.** Haz clic en el elemento que deseas modificar.

**2.** Aparecerá un menú en la parte superior derecha de la pantalla.

**3.** Haz clic en el icono pequeño con un patrón de ajedrez.

**4.** Se desplegará un deslizador, muévelo hacia arriba o hacia abajo para obtener el efecto deseado.






Transparencia al 100%



Transparencia al 25%

# Conceptos básicos de edición

## ¿CÓMO BLOQUEAR ELEMENTOS?

### Cómo bloquear un gráfico, elemento o texto en su lugar:

Puedes bloquear diferentes tipos de elementos en Canva para mantenerlos en su posición. esto incluye imágenes, cuadros de texto y elementos gráficos.



### Cómo bloquear:

Haz clic en el elemento que deseas bloquear; aparecerá un menú con el ícono de bloqueo. haz clic en el icono del candado y verás el gráfico del candado cerrado.

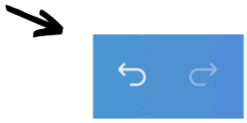


### Cómo desbloquear:

Haz clic en el elemento que deseas desbloquear y presiona el ícono del candado. ¡es así de sencillo!

## ¿CÓMO HACER Y DESHACER?

Deshacer o Rehacer: Utiliza las flechas hacia atrás o hacia adelante para deshacer o rehacer cualquier acción realizada.



# ¿CÓMO DUPLICAR O AGREGAR PÁGINAS?

Canva ofrece la increíble capacidad de agregar múltiples páginas a tus diseños. Puedes hacerlo fácilmente desde el menú "Duplicar y agregar páginas" directamente en la esquina superior derecha de tus páginas.

| | |
|---|---|
|  | **Página duplicada:**<br>Crea una copia exacta de tu página actual. |
|  | **Eliminar página:**<br>Borra la página actual. |
|  | **Añadir página:**<br>Crea una nueva página en blanco. |

# ¿CÓMO AGRUPAR Y DESAGRUPAR?

### Agrupar y desagrupar:

En Canva, puedes agrupar una variedad de elementos, como fotos, cuadros de texto o elementos gráficos. cuando están agrupados, es fácil moverlos o cambiar su tamaño.

### Cómo agrupar y desagrupar:

Selecciona los elementos que deseas agrupar. Aparecerá un menú con la opción "agrupar". haz clic en "agrupar" y tus elementos estarán agrupados. para desagrupar la selección, haz clic en "desagrupar".

# VISTA DE CUADRÍCULA

La vista en cuadrícula te permite ver varias páginas de tu documento al mismo tiempo, lo cual es ideal para libros electrónicos y archivos de varias páginas más grandes. para acceder a la vista de cuadrícula, dirígete a la esquina inferior derecha de la pantalla y haz clic en el icono de página. la vista de cuadrícula se visualiza de la siguiente manera:

### Imagen de la vista en cuadrícula:



# Descargar y compartir

### *Para descargar:*

Haz clic en el botón "Compartir" ubicado en la esquina superior derecha. luego, selecciona la opción "Descargar".

### *Descargar:*

Después de hacer clic en "descargar", se te presentarán opciones como png, jpg, pdf estándar, entre otros. te recomendamos elegir pdf si planeas imprimir el diseño.

También puedes elegir entre diferentes tipos de archivos en el menú desplegable que se muestra.

