

¡Necesitas encontrar tu voz para que tu contenido suene a ti!

sin dejar de ser tú

(Te voy a ayudar a dejar de ser uno del montón)

Guarda esta guía

5 pasos

01

El ADN de tu marca

quién eres y para quién creas

02

Tu narrativa y tu estilo

cómo lo cuentas y cómo sueñas

03

Tu primera idea ganadora

con una estructura que siempre funciona

Tú sí puedes, yo te ayudo.

Antes de empezar

Tu voz no se inventa, *se descubre*

¡Hola, hola, amig@! Si alguna vez has sentido que tu contenido suena bien pero no logras que suene a ti, esta guía es para ti.

Hoy cualquiera puede publicar. Cualquiera puede copiar un formato, un audio o un guión. Lo único que nadie puede copiar es tu forma de ver las cosas y de contarlas. Eso es lo que hace que alguien te siga a ti y no a otra cuenta que habla de lo mismo.

La buena noticia: tu voz no se inventa, se descubre. Ya la tienes. Solo hay que ponerle nombre y ordenarla.

En esta guía vamos *paso a paso*

1

Defines el ADN de tu marca: quién eres, para quién creas y qué te hace diferente.

2

Lo conviertes en narrativa: tu historia, tus temas y lo que defiendes.

3

Le das forma a tu estilo: cómo hablas, qué palabras usas y cuáles no.

4

Aprendes una estructura que siempre funciona para contar cualquier idea.

5

Creas tu primera idea ganadora de principio a fin.

Ten a mano una libreta o tus notas del celular. Esta guía se lee, pero sobre todo se responde.

Paso 1

El ADN de tu marca

la base de todo

El ADN es la base de todo. Si lo tienes claro, cada video, cada caption y cada historia salen del mismo lugar, y por eso se sienten coherentes.

Son cinco preguntas. Respóndelas sin pensar en cómo "deberían" sonar: escribe como le hablarías a una amiga.

PROPÓSITO

¿Por qué haces lo que haces, más allá de vender?

Así lo definí yo: Que emprender en redes deje de sentirse imposible.

AUDIENCIA

¿A quién quieres ayudar y qué le quita el sueño?

Así lo definí yo: Emprendedoras y creadoras latinas que publican y sienten que nada pasa.

VALORES

¿Qué 3 cosas nunca negociarías en tu contenido?

Así lo definí yo: Cercanía, honestidad y constancia.

PERSONALIDAD

Si tu marca fuera una persona, ¿cómo sería? Elige 3 adjetivos.

Así lo definí yo: Cercana, práctica y divertida. Una mentora, no una profesora.

DIFERENCIAL

¿Qué tienes tú que otros que hablan de lo mismo no?

Así lo definí yo: Estrategia con creatividad y acompañamiento real, a un precio que sí se puede pagar.

Tip

Nada de respuestas genéricas ("ayudo a las personas a crecer"), vas a esforzarte por ser específico. Esto es clave.

Tu ADN *en una frase*

Cuando tengas las cinco, júntalas en una sola frase. Esta frase es tu brújula: si una idea de contenido no encaja con ella, no es para tu marca.

Ayudo a **[audiencia]** a **[resultado]** de una forma **[personalidad]**, porque creo que **[propósito]**.

EJEMPLO

Ayudo a emprendedores de habla hispana a lograr resultados reales con sus redes sociales, no solo a crecer, sino a posicionarse con una presencia digital sólida que transmita autoridad y confianza, sin necesidad de ser expertos. De una forma cercana y práctica, porque creo firmemente que destacar en redes sociales no tiene que sentirse imposible.

Paso 2

De tu ADN a tu narrativa

cómo lo cuentas

El ADN dice quién eres. La narrativa es cómo lo cuentas una y otra vez, en cada pieza, sin repetirte. Es lo que hace que alguien vea un video tuyo y piense: "esto es muy de ella". Se construye con tres piezas.

PIEZA 1

Tu historia

No necesitas una historia dramática. Necesitas una historia honesta. Responde:

- **¿Dónde estabas antes?** El problema que tú también viviste.
- **¿Qué cambió?** El momento, la decisión o el aprendizaje.
- **¿Dónde estás hoy?** Y por qué ahora quieres ayudar a otras personas con eso.

No la cuentas completa en un solo video. La vas soltando por pedacitos: una anécdota aquí, un aprendizaje allá. Así tu audiencia te va conociendo.

PIEZA 2

Tus temas

Siempre debes tener un tema central que te representa y por el cual quieres que te reconozcan y a partir de ahí, eliges de 3 a 4 subtemas de los que siempre vas a hablar.

Ejemplo en mi marca. Tema principal: **Redes sociales.** Subtemas: **Marketing** (estrategia y ventas), **Contenido** (ideas, guiones, estructuras y edición) y **Creatividad** (habilidades, actividades, recomendaciones).

PIEZA 3

Tus creencias

Esto es lo que más te diferencia y lo que menos se trabaja. Son las ideas que defiendes, incluso si no todo el mundo está de acuerdo. Completa estas frases:

- Yo creo que...
- Estoy cansada de que en mi industria se diga que...
- Lo que nadie te dice sobre [tu tema] es que...

Ejemplo: "Creo que no necesitas hacerte viral para vender. Necesitas que las personas correctas te entiendan."

Cada creencia es una mina de contenido. De una sola pueden salir muchas ideas de contenido.

Paso 3

Tu estilo de comunicación

cómo sueñas

Tu estilo es la forma en que sueñas. Es lo que hace que, aunque hables del mismo tema que otra cuenta, se sienta distinto. Para definirlo, arma tu propio mini manual de voz.

Tu tabla de *sí / no*

Copia esta tabla y llénala con tu marca. Te dejo la mía como ejemplo:

	Sí digo / hago	No digo / no hago
Trato	Tuteo, de tú a tú	Distancia, lenguaje académico
Ritmo	Frases cortas, preguntas que enganchan, humor	Párrafos largos y enredados

Venta	Razones reales para actuar	Urgencias falsas, promesas de "hazte viral"
Vocabulario	Términos profesionales cuando aportan	Jerga en inglés sin explicar

Tus palabras

Tu comunidad te reconoce por cómo hablas. Escribe:

- **3 expresiones que usas siempre** (las que dices en la vida real, no las que "suenan bonito").
- **Tu saludo y tu despedida.** Por ejemplo: "Hola, hola" y "Tú sí puedes, yo te ayudo".
- **3 palabras que nunca usarías** porque no son tú.

La prueba de voz

Antes de publicar, lee tu guión en voz alta y pregúntate:

- ¿Lo diría así en una conversación real?
- ¿Alguien que me sigue reconocería que es mío sin ver mi cara?
- ¿Se nota alguno de mis valores?

Si alguna respuesta es "no", reescríbelo con tus palabras. Esto aplica también cuando uses inteligencia artificial: **la IA te da el borrador, tu voz lo convierte en contenido que se queda.**

Paso 4

La estructura que siempre funciona

cinco partes

Ya sabes quién eres, qué cuentas y cómo sueñas. Ahora necesitas un orden para contarlo. Esta estructura tiene cinco partes y sirve para reels, TikToks y hasta carruseles.

1

Gancho de identificación

La primera frase tiene que hacer que la persona piense "esa soy yo". Nombras un dolor, una situación o un deseo que tu audiencia vive. Aquí entra tu ADN: si sabes a quién le hablas, sabes qué la detiene. Son los primeros 3 segundos y no se improvisan.

EJEMPLO

«¿Tienes una idea en tu cabeza que suena maravillosa, pero cuando empiezas a escribirla ya no se ve igual?»

2

Pico de interés

Ya se identificó; ahora dale una razón para quedarse. Prometes lo que va a encontrar, abres una curiosidad o le das un giro a lo que cree.

EJEMPLO

«Esto me pasaba todos los días hasta que entendí que no es la idea...»

3

Desarrollo por pasos

El corazón del video. Das la idea en pasos o instrucciones claras: **el qué, no el cómo exacto**. Le muestras el camino para que entienda que es posible y que tú sabes de esto, pero no le das todo el detalle.

¿Por qué? Porque en 60 segundos nadie aprende todo, y si intentas explicarlo todo, el video se alarga y se pierde. Además, el cómo es justo lo que puedes profundizar en tus servicios.

EJEMPLO

«Te voy a dar 3 pasos clave para que plasmes tu idea y puedas evaluar si funciona o no. 1. Escríbela tal cual está en tu mente, no importa si no tiene mucho sentido. 2. Ahora sí, pule esta idea para que tenga orden sin eliminar nada importante. 3. Respóndete si esta idea está alineada con los objetivos que tienes y con lo que quieres lograr, si es posible, si es alcanzable o si solo es una distracción»

4

Cierre

Aterrizas la idea en una frase que se quede. Puede ser una reflexión, una creencia tuya o el resultado que va a ver si lo aplica. Aquí es donde más se nota tu voz.

EJEMPLO

«Pocas veces tenemos ideas "que no sirven". En realidad, tus ideas son valiosas porque vienen de todas las referencias, experiencias e información que hay en tu mente. Eso las hace únicas»

5

CTA (llamado a la acción)

Le dices qué hacer ahora. Una sola acción, clara y conectada con lo que acabas de contar: guardar, comentar, compartir, seguirte o ir al link.

EJEMPLO

«Si quieres que te ayude a desarrollar tus ideas de forma consciente, únete a mi taller...»

Resumen *rápido*

Parte	Para qué sirve	Pregúntate
Gancho de identificación	Que se detenga	¿Mi audiencia diría "esa soy yo"?
Pico de interés	Que se quede	¿Le di una razón para ver el resto?
Desarrollo por pasos	Que entienda y confíe en ti	¿Le mostré el qué sin enredarme en el cómo?
Cierre	Que lo recuerde	¿Hay una frase que suene a mí?
CTA	Que actúe	¿Le pedí una sola cosa clara?

Paso 5

Tu primera idea ganadora, *de principio a fin*

Ahora juntamos todo. Una idea ganadora no sale de la nada: sale de cruzar lo que tu audiencia vive con lo que tú crees y sabes.

Cómo encontrar *la idea*

- 1 **Elige uno de tus temas** (Paso 2).
- 2 **Escoge un dolor de tu audiencia** dentro de ese tema (Paso 1).
- 3 **Agrégale una de tus creencias** (Paso 2). Ahí está tu ángulo, lo que hace que no sea un video más.
- 4 **Escríbela en una frase:** "Quiero que [mi audiencia] entienda que [mi creencia] sobre [el dolor]".

Ejemplo *completo*

Imagina a Laura, que tiene un emprendimiento de repostería en casa.

- **Su ADN en una frase:** Ayudo a mamás ocupadas a celebrar con postres caseros sin estrés, de una forma cálida y sencilla, porque creo que lo hecho en casa también puede ser especial.
- **Tema:** recetas fáciles para fechas especiales.
- **Dolor:** no tener tiempo para preparar algo bonito para un cumpleaños.
- **Creencia:** un postre no tiene que ser complicado para que se vea especial.

Su *guión*

Gancho de identificación	«¿El cumpleaños es mañana y no tienes ni tiempo ni idea de qué llevar?»
Pico de interés	«Tengo un postre que te va a salvar y solo se demora 30 minutos.»
Desarrollo por pasos	«Lo mejor es que solo necesitas 5 ingredientes que seguramente tienes en tu cocina. Vamos a usar galletas, fresas, crema de leche, leche condensada y chocolate para decorar.»
Cierre	«El resultado es un postre que parece de la mejor pastelería, y tú lo hiciste fácil, económico y rápido.»
CTA	«Creé un recetario para ayudarte en todos estos momentos de SOS. Te lo dejé en el link de arriba.»

Fíjate: en el desarrollo dice qué ingredientes usa, pero no da las cantidades ni el paso a paso. Eso queda para su recetario, que es justo lo que ofrece en el CTA.

Tu turno

Ahora te toca

a ti

Copia esta plantilla y llénala con tu primera idea.

Mi idea en una frase

Gancho de identificación

Pico de interés

Desarrollo (paso 1, 2 y 3)

Cierre

CTA

Antes de grabar, revisa:

- ☐ El gancho nombra algo que mi audiencia vive.
- ☐ Le di una razón para quedarse.
- ☐ Mostré el qué sin enredarme en el cómo.
- ☐ El cierre suena a mí.
- ☐ Pedí una sola acción.
- ☐ Lo leí en voz alta y pasó la prueba de voz.

Para cerrar

Y ahora,
a crear

Tu primer video no tiene que ser perfecto. Tiene que ser tuyo. La voz se afina publicando, así que graba, revisa qué se sintió natural y vuelve a esta guía cada vez que sientas que tu contenido empieza a sonar a otra persona.

¡Si llegaste hasta aquí!

Sé que apenas nos conocemos, pero esto realmente te puede servir. De verdad, mi propósito es ayudar a emprendedores y marcas personales a destacar en redes sociales. No solo a crecer, sino a posicionarse con una presencia digital sólida que transmita autoridad y confianza, sin necesidad de ser expertos. ¡Sin tareas imposibles! Para personas reales... porque creo firmemente que destacar en redes sociales no tiene que sentirse imposible.

¿QUIERES IR MÁS ALLÁ?

Estrategia y creatividad

mi programa

Esto es solo una pequeña parte de cómo puedes mejorar tu contenido. En mi programa **Estrategia y creatividad** te enseño redes sociales y creación de contenido desde cero. Además tenemos:

Clases en vivo

cada mes

Comunidad privada

para compartir,
preguntar y crecer
juntos

Acompañamiento personalizado gratuito

cada mes para una
persona del programa

Te dejo toda la información en el link de mi perfil

Tú sí puedes, yo te ayudo.

Natalia Palacio · Marketing y contenido