

CLASE DE MARKETING DIGITAL

ENTRETENER ANTES DE VENDER

Cómo crear contenido que conecta y convierte

¿Por qué empezamos por la OFERTA?

Sin una oferta clara, no puedes comunicar efectivamente.

Es la base de todo lo que hemos trabajado en clases anteriores.

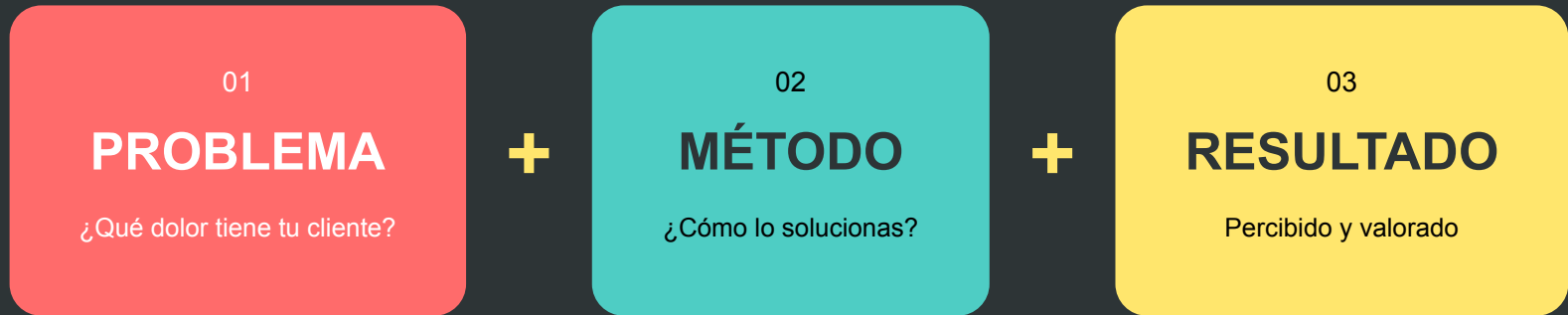
Sin comunicación efectiva, no puedes vender.

No importa el canal: Instagram, TikTok, tienda física, WhatsApp...



Tu oferta es el cimiento de TODA tu estrategia de contenido

La Fórmula de tu OFERTA



OFERTA = Lo que ofreces de forma que tu cliente lo entienda y lo valore

✗ ESTÁ MAL DECIR:

"Soy peluquera"

¿Por qué está mal?

- No dice A QUIÉN ayuda
- No dice QUÉ problema resuelve
- No genera conexión emocional
- Es genérico y olvidable

✓ ESTÁ BIEN DECIR:

"Ayudo a **mujeres que quieren un cambio** a sentirse **renovadas y seguras** con un look que refleje su personalidad en **solo 2 horas**"

¿Por qué funciona?

- ✓ Nicho específico (mujeres que quieren cambio)
- ✓ Resultado emocional (renovadas y seguras)
- ✓ Beneficio claro (refleje su personalidad)
- ✓ Tiempo definido (2 horas)

Más Ejemplos por Rubro

DENTISTA

✗ "Soy dentista"

✓ "Ayudo a personas con **miedo al dentista** a recuperar su sonrisa con tratamientos **sin dolor** y en **máximo 3 sesiones**"

VETERINARIO

✗ "Soy veterinario"

✓ "Ayudo a **dueños primerizos** a criar mascotas sanas y felices con **planes de salud preventiva** desde el **primer mes**"

VENTA DE ROPA (INSTAGRAM)

✗ "Vendo ropa por Instagram"

✓ "Ayudo a **mujeres talla grande** a encontrar looks que **las hagan sentir hermosas** con envío gratis y **cambio sin costo**"

BOTILLERÍA / LICORERÍA

✗ "Vendo alcohol"

✓ "Ayudo a quienes **organizan celebraciones** a encontrar el trago perfecto para cada ocasión con **delivery en 30 min** y **asesoría gratis**"



La clave: Ponerte en el lugar de tu cliente y hablar de SU problema, no de tu profesión

AL CAMBIAR TU COMUNICACIÓN...

EMPIEZAS A CONECTAR

Conectar es la **BASE** para que te vaya bien en redes sociales

Y también para que puedas **vender más y mejor**



Sin conexión = Sin ventas

Tu Discurso Base

"Ayudo a **(NICH0)** a lograr **(RESULTADO)** sin
(OBSTÁCULO) en **(TIEMPO)**"

NICH0: A quién ayudas

RESULTADO: Qué logran

OBSTÁCULO: Duda o miedo

TIEMPO: Algo medible

Los 6 Puntos que Debes Definir

① Define QUIÉN ERES

Tu identidad y expertise

② Tu NICHOS

A quién le hablas específicamente

③ PROBLEMA de tu nicho

El dolor que solucionas

④ RESULTADO (medible)

Qué obtienen contigo

⑤ Tu MÉTODO paso a paso

Cómo logras el resultado

⑥ Tus ENTREGABLES

Qué recibe tu cliente

✨ Con estos 6 puntos claros, tu contenido tendrá sentido y coherencia

¿Por qué definir esto ANTES de crear contenido?



Contenido con sentido

Cada post estará alineado con tu oferta y hablará a tu cliente ideal.



Coherencia de marca

Tu comunicación será consistente en todos los canales.



Copiar mejor

Podrás adaptar videos virales a TU oferta fácilmente.



Esta es la BASE para hacer contenido — No solo estrategia, sino ejecución

Los 3 Pilares de Contenido

Mi enfoque personal para crear contenido efectivo



ENTRETENIDO

La gente entra a redes sociales a **entretenerse**, NO a comprar. Por eso es vital ser sutil y hacer contenido dinámico.

Humor, trends, storytelling, behind the scenes



EDUCATIVO

Es el **contenido de valor**: mostrar procesos, enseñar por qué tu producto es mejor, entregar información valiosa de tu nicho.

Tutoriales, tips, cómo funciona, comparativas



INFORMATIVO

Te apalancas de lo que **ya está hablando** la gente. Ej: si vendes celulares y sale el iPhone 18, ¡tienes que hablar de eso!

Noticias del rubro, tendencias, opiniones

TikTok

El Nuevo Motor de Búsqueda

La gente usa TikTok para BUSCAR información, no solo para entretenerse

EJEMPLO

Si vendes celulares y sale el **iPhone 18**...

¡Tienes que estar hablando de eso!

RESULTADO

Cuando busquen "**iPhone 18**"...

Encontrarán TU marca



El contenido INFORMATIVO es **BRUTAL** para posicionamiento orgánico



Herramientas de RRSS: HISTORIAS

🎯 ¿Para quién son?

Para tu audiencia actual — gente que ya te sigue.

💡 El objetivo

Generar CONEXIÓN. Mantener la relación viva.

★ Prioriza CALIDAD

Menos es más. Historias auténticas.

IDEAS PARA HISTORIAS:

- 📍 Tu día a día en el negocio
- 💡 Responder preguntas frecuentes
- 👤 Mostrar testimonios de clientes
- 🔥 Ofertas exclusivas para seguidores
- 💬 Encuestas y preguntas



Herramientas de RRSS: CARRUSELES

¿Para quién son?

Para tus seguidores actuales. Contenido para profundizar la relación.

El objetivo

Contar historias, entregar valor, generar interacción.

Genera diálogo



Buena onda, comentarios, conversación.

IDEAS PARA CARRUSELES:

 Cuenta una historia (antes/después)

 Mini tutoriales paso a paso

 Top 5 / Los mejores / Rankings

  Mitos vs Realidad

 Tips de ahorro o hacks



REELS y TikToks: Donde Vamos Profundo

⚡ Acá lo importante es la CANTIDAD más que la calidad

OPCIÓN 1: Empezar en TikTok

Si te da vergüenza, crea un TikTok de empresa y genera contenido full allá. **Lo que pegue, lo re-subes a Instagram.**

OPCIÓN 2: Full Content

Sube 3-5 videos SEMANALES de cualquier cosa de tu empresa. Súbelos a ambas plataformas. **Se pegan igual.**

OPCIÓN 3: Reel de Prueba

Usa "Reel de prueba" en Instagram. Solo lo ven **personas que NO te siguen**. Si pega = nuevos seguidores.

🎯 **Objetivo:** Llegar a **NUEVAS personas** que no te conocen — Los reels son tu herramienta de ALCANCE

Estructura de un REEL Efectivo

SEGUNDOS 0-3



HOOK

El Gancho

Algo que ATRAPE y haga que dejen de scrollear. Puede ser visual, texto o frase impactante.

CLAVE: Debe ser AMPLIO para atrapar a muchos

SEGUNDOS 3-25



RETENCIÓN

La Historia

Cuenta tu historia, entrega el valor, mantén la atención. Piensa en una copucha: intriga + desarrollo.

CLAVE: Que quieran saber qué pasa al final

SEGUNDOS 25-30



CTA

Llamado a la Acción

Diles QUÉ hacer: seguir, comentar, guardar, comprar, ir al link. Sé directo y claro.

CLAVE: Una sola acción, no 10



La Analogía de la COPUCHA

Piensa en cómo te cuentan un chisme...

① HOOK

"¡No sabes la última!"

👉 Te deja intrigado

② RETENCIÓN

"Pepito y Pepa salieron y ella le dijo que quería un tiempo..."

👉 La historia

③ CTA

"Perfume a \$10.000, anda a verla"

👉 La acción

HOOK + RETENCIÓN + CTA = Estructura perfecta



Método PP para Ideas de Contenido

Un método simple para nunca quedarte sin ideas

¿POR QUÉ?

¿Por qué me compran esto?

+

¿PARA QUÉ?

¿Para qué lo necesitan?

El truco: Agarra tu producto o servicio, **OLVÍDATE de tu empresa**, y empieza a pensar como tu cliente. Hazte estas dos preguntas.

Método PP en Acción: Ejemplos

SALÓN DE UÑAS

¿Por qué? Tiene evento / ¿Para qué? Verse segura

✅ "3 colores DEBES usar si tienes matrimonio"

❌ "NO uses estos colores en tu matrimonio"

GIMNASIO

¿Por qué? Bajar de peso / ¿Para qué? Sentirse bien

✅ "5 ejercicios en casa sin equipamiento"

❌ "Errores que sabotean tu pérdida de peso"

PASTERÍA

¿Por qué? Celebración / ¿Para qué? Sorprender

✅ "3 tortas más pedidas para cumpleaños"

❌ "Nunca pidas estas tortas para matrimonio"

MECÁNICO

¿Por qué? Auto con fallas / ¿Para qué? Seguridad

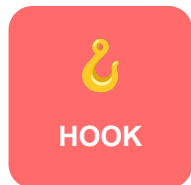
✅ "5 señales de mantención urgente"

❌ "Esto pasa si no cambias el aceite"

 TAREA

Crea tu Guión Creativo

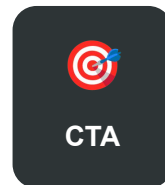
En base a la estructura que aprendimos, crea un gui3n de **m3ximo 30 segundos** que tenga:



+



+



Usa el **M3todo PP** para encontrar tu idea y apl3cala a tu negocio real



BONUS: Campaña de Facebook Ads



La Estrategia

- ① Campaña de **INTERACCIÓN**
- ② Objetivo: Que nos hablen por **DM**
- ③ Presupuesto: **\$2.000/día x 10 días**
- ④ Inversión total: **\$20.000 CLP**

✨ Por qué funciona

- Ideal para ventas online
- Genera conversaciones directas
- Presupuesto bajo, alto retorno
- Perfecto para empezar
- Funciona muy bien con mis clientes

● **EN VIVO:** Les mostraré paso a paso cómo configurar esta campaña

Recuerda...

1

Define tu **OFERTA** antes de crear contenido

2

CONECTAR es la base de las ventas

3

ENTRETENER antes de vender

4

HOOK + RETENCIÓN + CTA = Reel perfecto

¡Ahora a crear contenido! 