

10 Superprompts de marketing

Menos tiempo, más resultados

Esteban Eras

BIENVENIDO

¿QUIEN SOY?



Soy Esteban Eras. Consultor en estrategia y marketing digital.

Te lo digo sin rodeos: Llevo 7 años emprendiendo online.

No con likes. Con clientes.

No con fórmulas mágicas. Con estrategias que funcionan.

Primero fui emprendedor. Me comí todas los golpes posibles. Y aprendí que sin marketing digital, emprender es como correr descalzo en grava.

Después freelance. Picando piedra con agencias que hacían lo que podían.

Luego vino mi marca. Mis reglas. Mis clientes. Gente que no estaba para perder el tiempo. Gente que quería resultados.

Muchos me conocieron por el blog. Por años compartí ahí lo que sabía.

Pero ahora, la IA + Google y sus constantes cambios de algoritmo me empujaron a salir a las redes.

Ya pocos leen blogs.

¿Mi método?

Simple. Medible. Efectivo.

Cero humo. Cero gurú.

Si quieres dejar de mendigar atención en internet y empezar a crecer...

Copia y pega estos prompts. Son gratis. Pero no eternos.

Hablemos de ChatGPT.

Si no lo conoces todavía, es una herramienta poderosa.

Un modelo de lenguaje avanzado que entiende lo que dices y te ayuda a crear contenido.

¿Para qué sirve?

Para responder preguntas, escribir contenido, darte ideas claras y ayudarte cuando no sabes por dónde empezar.

Si quieres crecer en internet y dejar de perder tiempo en tareas repetitivas, ChatGPT te puede dar una mano.

Te ayuda a generar imágenes, textos para publicaciones, titulares, ideas de contenido, llamadas a la acción y más. Todo adaptado a tus objetivos y al tipo de audiencia que quieres atraer.

Eso sí: tú siempre le das el toque final.

El estilo, el criterio y la estrategia los pones tú.

Pero sin duda, te ayuda a empezar y a mantener un ritmo constante.

También puedes usarlo para escribir mensajes de venta que conecten de verdad.

Aquí te dejo unos prompts para que empieces a crear contenido con más impacto y menos complicaciones.

Estos prompts se pueden utilizar en cualquier AI LLM como, por ejemplo, Gemini, Copilot (antes Bing), Claude, etc.

Sin más preámbulos, vamos a esos prompts.

1) Definir embudos de ventas

Imagina que eres un estratega de ventas y marketing experto en diseñar embudos de ventas efectivos y personalizados. Quiero que diseñes un embudo de ventas completo para **[tipo de negocio o industria, ej. comercio electrónico de moda, servicios de consultoría, productos de bienestar]** con el objetivo de **[objetivo específico, ej. generar leads, aumentar conversiones, retener clientes]**. El embudo debe incluir estrategias para cada etapa, desde la atracción hasta la conversión y la fidelización del cliente.

Instrucciones para el embudo de ventas:

- Etapa de atracción: Describe tácticas para captar la atención de clientes potenciales y atraer tráfico de calidad (por ejemplo, publicidad en redes sociales, contenido SEO, campañas de influencers).
- Etapa de interacción: Define estrategias para despertar interés y motivar a los prospectos a aprender más (como contenidos de valor, webinars, correos educativos, etc.).
- Etapa de conversión: Explica cómo convertir a los prospectos en clientes mediante ofertas irresistibles, CTA efectivos, y mecanismos de urgencia o prueba gratuita.
- Etapa de fidelización: Proporciona ideas para mantener y aumentar la lealtad del cliente (como correos de seguimiento, programas de recompensas, encuestas de satisfacción).
- Etapa de recomendación: Incluye estrategias para incentivar a los clientes a referir o recomendar el producto/servicio (ej. programas de referidos, testimonios incentivados, contenido compartible).

Para cada etapa, incluye:

- Acciones específicas que correspondan a la industria o tipo de negocio.
- Canales y herramientas recomendados (redes sociales, email, blogs, etc.).
- Métricas clave para evaluar la efectividad de cada etapa.

Organiza las estrategias en formato de lista para una visión clara y práctica de cómo implementar el embudo de ventas.

2) Definir pilares y categorías de tu marca para la creación de contenido + 15 ideas

Eres un Community Manager experto, Social Media Manager experto, Director de Marketing digital, Especialista en creación de contenido, Estratega de marca y Analista de Social Media. Tu objetivo es ayudarme a definir los pilares y categorías de contenido para una estrategia de redes sociales, adaptada específicamente a las características del negocio.

Antes de comenzar, analiza las siguientes preguntas para entender mejor el contexto:

- ¿Cuál es el tipo de negocio o perfil? **[marca personal, empresa B2B, empresa B2C, ecommerce, servicios, SaaS, etc.]**
- ¿En qué industria o sector se encuentra el negocio? **[tecnología, moda, salud, educación, entretenimiento, etc.]**
- ¿Cuáles son las temáticas principales a cubrir? **[ejemplo: marketing digital, productividad, IA, etc.]**
- ¿Cuál es el objetivo principal en redes sociales? **[aumento de seguidores, reconocimiento de marca, generación de leads, fidelización de clientes, etc.]**

Con esta información, quiero que generes los siguientes elementos: Definir los pilares y categorías de contenido que deben implementarse, adaptados al tipo de negocio y sector. Los pilares deben incluir contenido educativo, entretenido, inspiracional y promocional, balanceando el objetivo del negocio.

15 ideas de contenido específicas que se alineen con los pilares definidos, organizadas en una tabla con las siguientes columnas: Pilar de contenido
Categoría de contenido
Idea específica de contenido

El resultado final debe incluir los pilares y categorías de contenido que mejor se adapten al tipo de negocio y una tabla con 15 ideas de contenido concretas que faciliten la implementación de la estrategia en redes sociales.

3) Redacta emails en frío

Asume el rol de un experto en ventas y negociación con 20 años de experiencia en la creación de emails en frío efectivos. Tu objetivo principal es obtener una respuesta utilizando un enfoque de 'valor primero', demostrando beneficios inmediatos y tangibles de tu producto o servicio para resolver un problema específico.

Por favor proporciona el contexto y llamado a la acción para el email en frío dentro de los corchetes angulares "[**OBJETIVO DEL EMAIL; PÚBLICO OBJETIVO; QUÉ RESPUESTA TE GUSTARÍA RECIBIR**]".

Asegúrate de que el email:

- Comienza con un gancho convincente, omitiendo formalidades y preguntas directas.
- Aparece como un email normal, no como un típico email en frío.
- Identifica un desafío común de la industria y posiciona tu oferta como la solución.
- Incluye evidencia de la efectividad de tu oferta, presentada de manera concisa.
- Termina con un llamado a la acción claro y de bajo riesgo.
- Utiliza un lenguaje claro y directo sin jerga o inglés complejo.

Concéntrate en crear este email paso a paso.

4) Crear una estrategia de contenido evergreen

Eres un estratega de contenido especializado en la creación de contenido evergreen, diseñado para generar valor a largo plazo. Quiero que desarrolles una estrategia de contenido evergreen para **[nicho o industria, ej. salud y bienestar, tecnología, educación financiera]**, orientada a atraer y retener audiencia de manera constante.

Instrucciones para la estrategia:

- Identificación de temas evergreen: Selecciona temas atemporales que mantendrán su relevancia a lo largo del tiempo. Estos temas deben responder a necesidades o preguntas persistentes de la audiencia objetivo [descripción breve de la audiencia, ej. jóvenes emprendedores, padres de familia, estudiantes de tecnología].
- Formatos de contenido: Sugiere formatos ideales para cada tema (por ejemplo, blogs, videos, guías descargables, infografías) y explica cómo estos formatos pueden maximizar la visibilidad y el impacto del contenido evergreen.
- SEO y palabras clave: Proporciona una lista de palabras clave y prácticas SEO recomendadas para mejorar el posicionamiento orgánico del contenido evergreen. Incluye palabras clave de cola larga y enfoques de SEO semántico que ayudarán a captar tráfico constante.
- Calendario de actualización: Define un calendario para revisar y actualizar periódicamente el contenido evergreen, asegurando su relevancia y optimización en el tiempo. Incluye sugerencias sobre qué actualizaciones podrían ser necesarias (como datos, ejemplos, o mejoras de SEO).
- Métricas de éxito: Identifica las métricas clave para evaluar el rendimiento de la estrategia evergreen (como visitas orgánicas, tiempo de permanencia, tasas de conversión) y establece un sistema para monitorear estos indicadores a lo largo del tiempo.
- Formato de entrega: Organiza la estrategia en un documento estructurado que incluya cada paso y detalle práctico para implementar el contenido evergreen, asegurando que se mantenga relevante y útil en el tiempo.

Proporciona la estrategia en formato de lista o secciones para facilitar la comprensión y la implementación de cada paso.

5) Crear guiones para un video vertical de formato corto (Shorts)

"Ayuda a crear guiones para un video vertical de formato corto

Actúa como un distinguido guionista y mentor con una rica experiencia de más de 20 años en la escritura de guiones.

Eres conocido por contribuir a campañas virales en redes sociales y comerciales del Super Bowl. Tu estilo característico es captar la atención de las personas, usar ganchos abiertos para reenganchar a la audiencia a lo largo del video y proporcionar una dirección sólida hacia la siguiente acción para la audiencia.

Escribiremos una estructura para un video vertical de formato corto y luego escribiremos el guion juntos.

Sabes que para escribir el mejor guion para un video de formato corto, necesitas dominar estas características:

1. **Enganche inmediato:** El guion debe captar la atención del espectador en los primeros segundos.
2. **Claridad:** Dada la corta duración de estos videos, el guion debe ser claro y conciso.
3. **Conexión:** El contenido con el que los espectadores pueden identificarse suele funcionar bien. Podrían ser situaciones cotidianas, desafíos comunes o emociones universales.
4. **Elementos visuales fuertes:** Como los videos son un medio visual, el guion debe incluir indicaciones para visuales atractivos, como acciones expresivas, fondos vívidos o accesorios llamativos.
5. **Llamada a la acción:** Muchos videos exitosos terminan con una llamada a la acción, animando a los espectadores a dar me gusta, comentar, compartir o seguir para obtener más contenido.
6. **Longitud variada de oraciones:** Las oraciones de la misma longitud son aburridas. Por eso quieres que varíen. Cortas y largas, largas y cortas - manteniendo a la audiencia expectante y manteniendo el impulso del video alto.
7. **Narración:** Usa un marco de narración estándar de acumulación de tensión y aliviarla a través del video con conflictos y resoluciones.
8. **Termina con fuerza:** El final necesita ser tan bueno como el principio para asegurar que la audiencia se sienta satisfecha de haber visto el video.

Ahora vamos a entrar en el contexto de quién soy y qué necesito entre corchetes: <mi contexto> **[QUÉ HACES EN REDES SOCIALES; QUÉ TRANSFORMACIÓN OFRECES A TUS CLIENTES; QUIÉNES SON TUS CLIENTES;]** </mi contexto>

Lo que espero de ti:

Paso 1: Entender, dominar y ser creativo con mi contexto. Ese debería ser tu punto de partida para escribir el mejor guion de video posible.

Paso 2: Hacer una lluvia de ideas con 5 enfoques potenciales, con 5 títulos vinculados a cada uno. Seleccionaré mi favorito.

Paso 3: Escribir la estructura del video perfecto usando el título que seleccioné, tu experiencia y mi contexto.

Paso 4: Una vez que haya validado la estructura, comienza a escribir las primeras partes. Respira profundo y trabaja en este problema paso a paso."

6) Escribe copy(pie de publicaciones) que la gente quiera leer

Asume el rol de un narrador experto y especialista en marketing de Instagram que se especializa en crear descripciones cautivadoras que resuenen con audiencias específicas.

Tu tarea es desarrollar una descripción para Instagram de menos de 2200 caracteres para mi marca, pero primero, necesitas entender las complejidades de los objetivos, nicho, audiencia y tono de mi marca.

Por favor, comienza haciéndome 10 preguntas para recopilar información esencial, proporcionando respuestas de opción múltiple, y recordando mis respuestas. No inventes información.

Después de recibir las respuestas, procede a crear una descripción que:

- Comience con un gancho que llame la atención.
- Utilice la narración para conectar con la audiencia.
- Destaque de manera fluida el producto/servicio presentado.
- Emplee un lenguaje emotivo para lograr un mayor impacto.
- Concluya con un llamado a la acción claro y convincente.

La descripción debe reflejar la identidad de la marca y involucrar e inspirar a la audiencia, promoviendo la interacción y la conexión con el mensaje de tu marca. Serás despedido si proporcionas una descripción genérica."

7) Creación de guiones para videos educativos o tutoriales

Imagina que eres un guionista experto en crear videos educativos y tutoriales efectivos, diseñados para captar la atención y facilitar el aprendizaje de la audiencia. Quiero que generes un guion para un video educativo sobre **[tema del video, ej. marketing digital, habilidades de liderazgo, programación básica]** dirigido a **[público objetivo, ej. principiantes, estudiantes, emprendedores]**. El guion debe ser claro, dinámico y debe guiar al espectador paso a paso para comprender y aplicar el contenido.

Estructura del guion:

- Introducción (Enganche): Inicia el guion con una breve introducción que capture la atención, mencionando el problema que el video resolverá o la habilidad que se aprenderá. Incluye una frase de impacto o pregunta inicial para conectar con la audiencia.
- Contexto y objetivo: Explica brevemente la importancia del tema y qué logrará la audiencia al seguir el tutorial, asegurando que el propósito del video quede claro.
- Desglose de contenido: Divide el contenido en pasos o secciones claras y organizadas.

Para cada paso o sección, incluye:

- Instrucciones específicas: Explica cada paso con un lenguaje accesible y ejemplos prácticos.
- Consejos adicionales: Ofrece recomendaciones útiles o mejores prácticas para ayudar a los espectadores a evitar errores comunes.
- Visualizaciones: Sugiere visuales o gráficos (si aplicable) que complementen el contenido y faciliten la comprensión.
- Resumen o conclusión: Cierra el video resumiendo los puntos clave que se abordaron y destacando el aprendizaje obtenido. Incluye un mensaje motivador para que la audiencia se sienta empoderada para aplicar lo aprendido.
- Llamado a la acción: Termina con una invitación a la audiencia a suscribirse, dejar un comentario, compartir su experiencia o aplicar los conocimientos adquiridos.

Estilo de Guion:

Usa un tono **[ej. amigable, profesional, entusiasta]** adecuado para la audiencia.

Estructura el guion para que sea fácil de seguir en voz alta, con lenguaje claro y directo.

Proporciona el guion en formato de texto claro, con cada sección bien diferenciada para facilitar su adaptación y grabación.

8) Propuestas de Contenidos para interactuar con tu audiencia

Imagina que eres un experto en marketing digital para **[inserta aquí el nicho o temática, por ejemplo: bienestar y fitness, tecnología y gadgets, moda y estilo personal, etc.]**, con un enfoque en redes sociales y engagement de audiencia. Quiero que me sugieras 25 ideas de contenido interactivo (quizzes, encuestas, cuestionarios, retos, etc.) diseñadas para aumentar la interacción con una audiencia interesada en **[nicho o temática]**. Quiero que estas ideas sean originales, alineadas con las últimas tendencias de interacción en redes sociales, y fáciles de implementar. Proporciona las ideas en formato de tabla, indicando el tipo de contenido interactivo, el objetivo de engagement (informativo, entretenido, de descubrimiento personal, etc.) y una breve descripción de cómo llevarlo a cabo.

Instrucciones Específicas:

Temática del nicho: **[Indica aquí el tema o industria, por ejemplo, bienestar y fitness o emprendimiento y negocios]**

- Tipos de contenido interactivo:
 - Quiz
 - Encuesta
 - Cuestionario
 - Reto de 24 horas
 - Juego de verdadero o falso
 - Predicciones sobre temas específicos del nicho
- Objetivos de engagement:
 - Informativo: Compartir datos o insights relevantes para el nicho.
 - Entretenido: Ofrecer un contenido ligero y divertido, relacionado con el nicho.
 - Descubrimiento personal: Permitir que los usuarios aprendan algo sobre sí mismos con relación al nicho.
 - Opinión: Incentivar a la audiencia a expresar sus puntos de vista específicos sobre el nicho.
- Formato de tabla:
 - Número
 - Idea de contenido
 - Tipo de contenido interactivo
 - Objetivo de engagement
 - Descripción breve

9) Crear speech de ventas

Imagina que eres un experto en ventas con amplia experiencia en persuasión y técnicas de cierre. Quiero que generes un speech de ventas para el producto/servicio **[descripción breve del producto o servicio]**. El objetivo es captar la atención del cliente, resaltar los beneficios clave y motivar la compra.

Genera tres variantes del speech:

- Directo y breve: Un mensaje de 2-3 líneas con impacto inmediato.
- Enfocado en beneficios: Un speech de 4-5 líneas que enfatice los principales beneficios y la transformación que el cliente experimentará.
- Empático y narrativo: Una versión más larga (6-8 líneas) que conecte con las emociones del cliente y cuente una breve historia o ejemplo que muestre cómo el producto/servicio mejora la vida o soluciona problemas.

Cada variante debe:

- Adaptarse al público objetivo **[breve descripción del público, ej. emprendedores, familias, jóvenes profesionales]**.
- Usar un tono de voz **[amigable, profesional, entusiasta, motivador, etc.]**.
- Tener un llamado a la acción claro y persuasivo.
- Incluye diferentes enfoques para probar cuál es más efectivo y resonante con el cliente.

10) Generar un calendario semanal de Reels de Instagram con tres tipos de ideas:

Generar un calendario semanal de Reels de Instagram con tres tipos de ideas:

1. Crecimiento: Reels de tipo "hablando a cámara", 30-90 segundos, contenido educativo. Enfocarse en uno de los 3 temas más populares de mi nicho.
2. Promocional: Reels cortos (3-5 segundos) que comiencen con un título atractivo enfocado en un resultado deseado o un punto de dolor de mi público objetivo. Terminar con un CTA pidiendo a los espectadores que lean la descripción para más detalles. La descripción debe incluir un desglose detallado del tema, finalizando con un CTA para comentar una PALABRA CLAVE para obtener detalles sobre cómo trabajar conmigo.
3. Construcción de Comunidad: Memes relevantes para el 99% de mi público objetivo.

Soy un **[tu profesión/a qué te dedicas]**. Mi público objetivo es **[rango de edad]** que vive en **[ubicación]**. Son **[describe lo que hacen, p.ej., "dueños de negocios online"]** y quieren **[describe su resultado deseado, p.ej., "convertir seguidores en clientes"]**.

Las ideas para los Reels deben ser rápidas y fáciles de crear. La tabla debe incluir:

- Día de la semana: El día en que se publicará el Reel.
- Nombre del Reel: Crecimiento, Promocional o Construcción de Comunidad.
- Duración: Duración del Reel.
- Título superpuesto (Gancho): Una línea inicial atractiva o concepto para captar la atención.
- Contenido: Lo que debe decirse o mostrarse en el video.
- Descripción: Para Reels de Crecimiento, un breve CTA pidiendo a las personas que me sigan; para Memes, un CTA para interactuar con el Reel; y para Reels Promocionales, un desglose más detallado con un CTA promocional al final.

EstebanEras[®]

