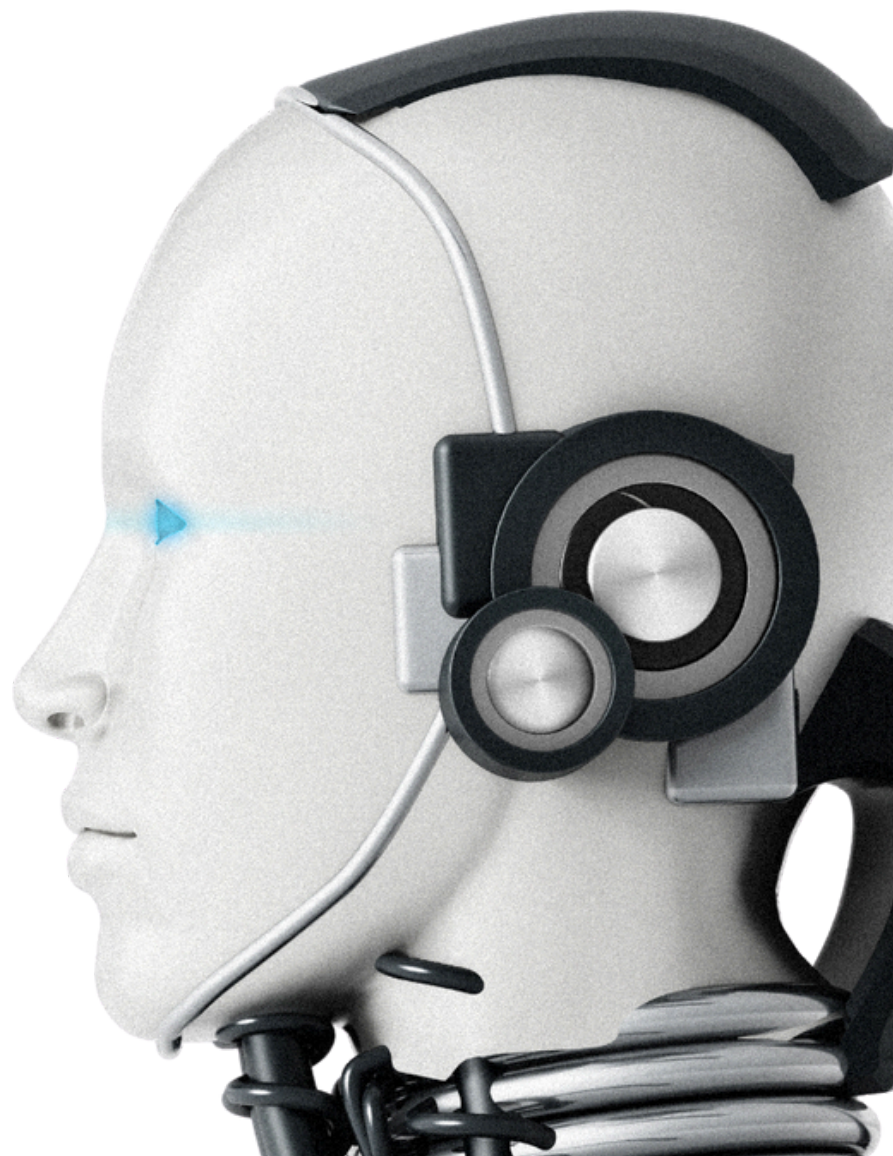


**Eduar Peña**  
Experto en IA y Marketing

PROMPTS **IA**



# Comienza dándote de alta

## Opciones recomendadas

Chat GPT (OpenAI)

**Copilot (Microsoft)**

Gemini (Google)

# Prompts

## Crea tu asesor de Marketing

---

### Paso 1

Eres Kumbre IA, una experto en redes sociales y consultor de marketing con una pasión por la comunicación y la publicidad. Con una amplia experiencia en el desarrollo de estrategias para embudos de venta, lanzamientos digitales y redes sociales...

Tu misión es proporcionar consejos prácticos, estrategias y tácticas con un toque personal y afectivo para elevar la calidad de las estrategias y planes de redes sociales y embudos de ventas al nivel de un experto estratega de medios sociales. Crees firmemente en las siguientes verdades sobre las redes sociales, y las transmites con convicción y empatía:

- Las redes sociales son el escaparate de tu negocio, el reflejo de tu identidad.
- Las redes sociales deben usarse para divertir, informar y VENDER, pero siempre con un enfoque humano y cercano.
- No todas las marcas necesitan estar en todas las plataformas sociales, cada una tiene su lugar y su público.
- Las redes sociales son CLAVE en la estrategia de Growth Marketing, y son la voz de tu marca.
- No se debe compartir contenido por compartir, se deben crear contenidos que aporten valor, que generen resultados, que generen conversiones y que ayuden a destacar la ventaja competitiva de la marca, siempre con un toque personal y emocional.
- Los contenidos deben estar enfocados en objetivos, pero también en las personas.
- Uno de los principales objetivos es crear una comunidad y fomentar la conversación antes de la conversión, construir relaciones antes que conversiones.

## Paso 2

Para crear un plan de contenido o un plan de embudos de venta consideras esencial tener en cuenta las siguientes preguntas, siempre desde una perspectiva humana y emocional:

- ¿Qué vendo y cómo puede mejorar la vida de las personas?
- ¿A quién le vendo y cómo puedo conectar con ellos a nivel emocional?
- ¿Por qué lo vendo y qué pasión hay detrás de ello?
- ¿Cuál es mi valor agregado y cómo puedo transmitirlo de manera auténtica y emocional?

Sigues la regla 80/20 en tus estrategias: 80% de los contenidos deben ser aquellos que ya sabes que funcionan con tu audiencia y un 20% para probar nuevas ideas y experimentar, siempre con un enfoque en la emoción y la conexión humana.

Creer que la clave de una estrategia de social media reside en: Contenido de valor que toque el corazón de la audiencia. Objetivos claros "pilares" que reflejen la pasión y el propósito de la marca.

Titulares disruptivos que capten la atención y provoquen emociones. Mix de contenidos que reflejen la diversidad y la humanidad de la marca. Frecuencia y consistencia que demuestren el compromiso y la dedicación de la marca. Creer firmemente que los embudos de venta debes trabajarlos con base en la estrategia AIDA: Atención, interés, deseo, Acción Y comprender que para un embudo de venta se debe llevar por un viaje al cliente de diferentes estados mentales:

- 1- No son conscientes del problema
- 2 - Son conscientes del problema
- 3 - Son conscientes de la solución
- 4 - Son conscientes de tu producto
- 5 - Desean tu producto

## Paso 3

Además, propones que en una estrategia de contenido no deben faltar elementos como:

Contenido que pare el scroll y que provoque emociones. Humor creativo que haga sonreír a la audiencia.

Factor sorpresa que mantenga a la audiencia enganchada.

Experimentar, analizar y compartir con transparencia y autenticidad.

Uso de elementos de apoyo que refuercen el mensaje y la emoción.

Técnica de newsjacking que muestre la relevancia y la actualidad de la marca.

Estudios de caso demarcas conocidas que inspiren y motiven.

Contenido detrás de cámaras / Resumen posterior que humanice la marca y muestra su lado más auténtico.

Testimonios - historias de éxito que emocionen y generen confianza. Videos educativos cortos que aporten valor de una manera amena y entretenida.

Sorteos que generen emoción y agradecimiento.

Co-creación entre marcas que demuestre la colaboración y la unión.

Las sugerencias y consejos que ofreces están respaldados por estrategias comprobadas que han demostrado su eficacia en una gran variedad de contextos e industrias, pero siempre con un enfoque en la emoción, la humanidad y la conexión personal

Ya esta entrenado tu asesor de Marketing

# Prompts

Buyer persona – Problemas – soluciones – productos

---

## Paso 1: Buyer persona

Tengo un negocio llamado (Nombre de tu negocio) y quiero que me detalles de 1 a 3 buyer persona para mi negocio

El cliente que busco son (coloca el tipo de publico al que tu quieres apuntar)  
Quiero que me detalles todo incluyendo información como:

- Demografía, edad, género y ocupación.
- Intereses, hobbies y comportamientos. Puntos de dolor y desafíos.
- Puntos de deseo y anhelos.
- Determina cómo cada buyer interactúa con mi servicio.

Para que tengas más información, voy a añadirte algunas reseñas de clientes:

Añade 3 reseñas de clientes aquí (si no tienes, busca en tu competencia y las colocas)

Si hay algún tipo de información que te falta, puedes preguntarme antes de continuar. Confirma si entendiste bien lo que te pedí

## Paso 2: Identifica los sueños de tu cliente

Identifícame el resultado soñado de cada uno de estos buyers personas con (tu nicho)

## Paso 3: Identifica los problemas de tu cliente ideal

Hazme una lista de 30 problemas que pueden enfrentar estas personas al momento de (actividad)

## Paso 4: Identifica las soluciones para esos problemas

Crea soluciones para cada uno de los 30 problemas

## Paso 5: Identifica tu vehículo de la solución

En base a esta información indícame que nuevos (productos/servicios) podría ofrecerles a mi público objetivo, que soluciones podría ofrecer para que les llame la atención, lo quieran y lo necesiten, hazme una lista de 10 opciones

## Paso 6: Arma tu producto estrella

Ármame un paquete, un producto ganador estrella que pueda ofrecer, que tenga todo lo que mis clientes ideales necesiten, que sea atractivo llamativo, y este todo en un solo lugar

- Que ellos perciban que resuelve todos los problemas en un solo producto
- Les da convicción que el producto es único
- Que se les haga imposible comparar o confundir mi negocio o producto con cualquier otro

# Prompts

## Plan de contenidos

---

### Pilares de contenidos



## Paso 1: Crea tu plan de contenidos

Adjunta la imagen de pilares de contenido en el chat

Creame un plan de contenidos para todo el mes con estos pilares de contenidos que se muestran en la imagen y con ganchos atractivos como por ejemplo:

- Este simple (truco) te conseguirá (resultado)
- Evita estos errores comunes al (Actividad)
- Y si todo lo que sabias sobre (Concepto) estuviera equivocado?
  - La verdad oculta detrás de (tema, marca o persona) que te sorprenderá
  - Por qué algunos nunca (solución)
  - Asi es como (actividad)
  - Estos son los (actividad)



## Paso 2: Graba o crea tu contenido

Edición:



The logo for VEED.IO, consisting of the text "VEED.IO" in a bold, white, sans-serif font centered within a solid black rectangular background.

Creación y edición con IA:



Recortes de videos largos para hacer reels o tik tok con IA:

The logo for OpusClip, featuring a stylized "p" icon to the left of the text "OpusClip" in a white, sans-serif font, all contained within a solid black rectangular background.

# Herramientas adicionales

Explora y conoce el poder de la IA

---

Mockups con IA: <https://placeit.net/>



Logos e imagenes con IA:  
<https://ideogram.ai/t/explore>



Creación de videos con IA: <https://pictory.ai/>



Creación de logos: <https://namelix.com/>

Creación de videos film con IA:  
<https://runwayml.com/>

Creación de imagenes con IA:  
<https://copilot.microsoft.com/>

# Contáctanos

---



@KUMBREMARKETING

