

COLECCIÓN 01 / CANALES DIGITALES

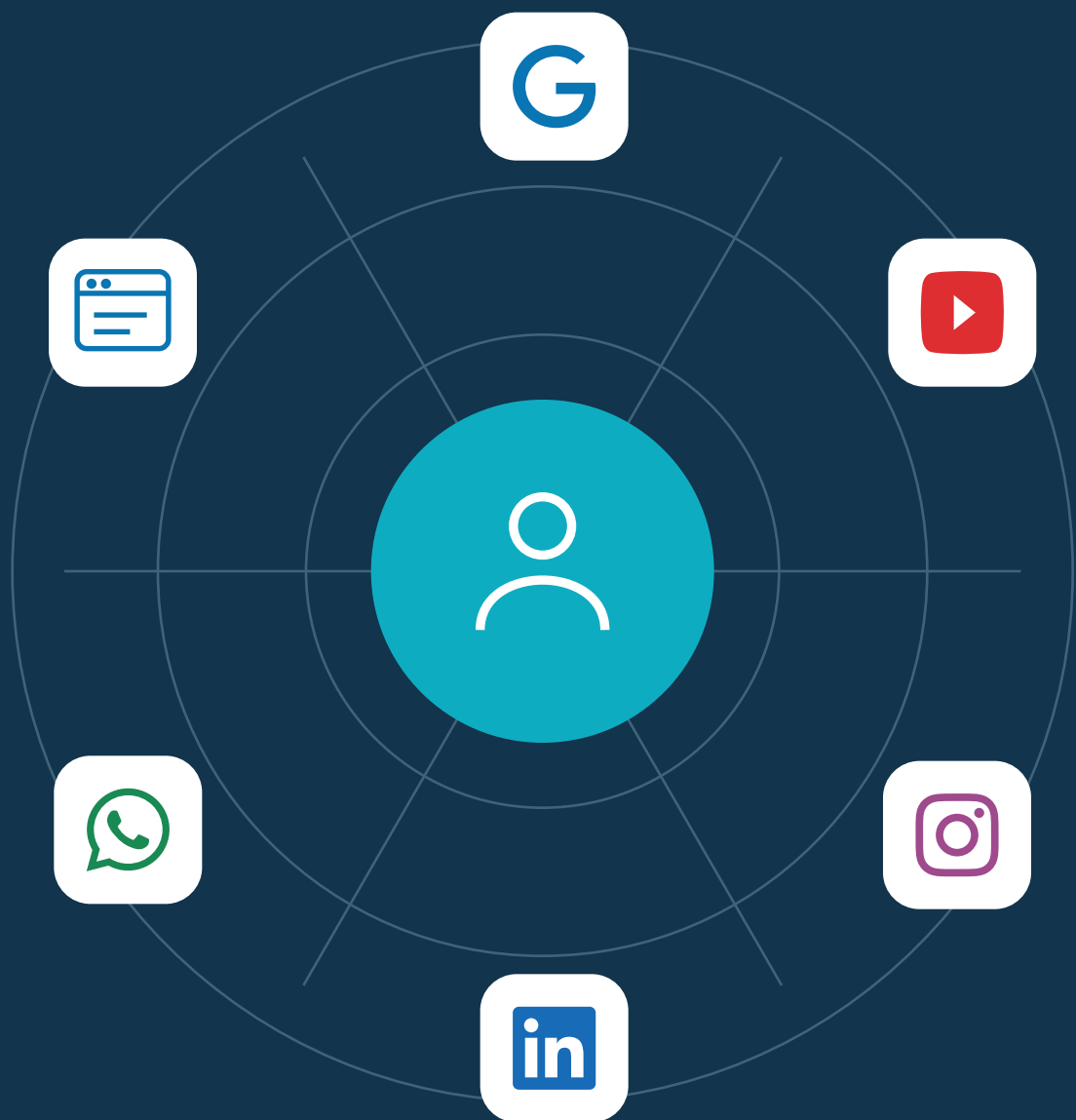
¿Dónde está tu próximo cliente?

12 claves visuales para descubrir, atraer y
conectar con las personas adecuadas.

MENOS RUIDO

Más claridad
para elegir.

UNA GUÍA PARA
GUARDAR Y CONSULTAR



EL MAPA / CUATRO MOMENTOS

Tu cliente no sigue un solo camino.

Antes de comprar, necesita encontrarte y después confiar en ti.

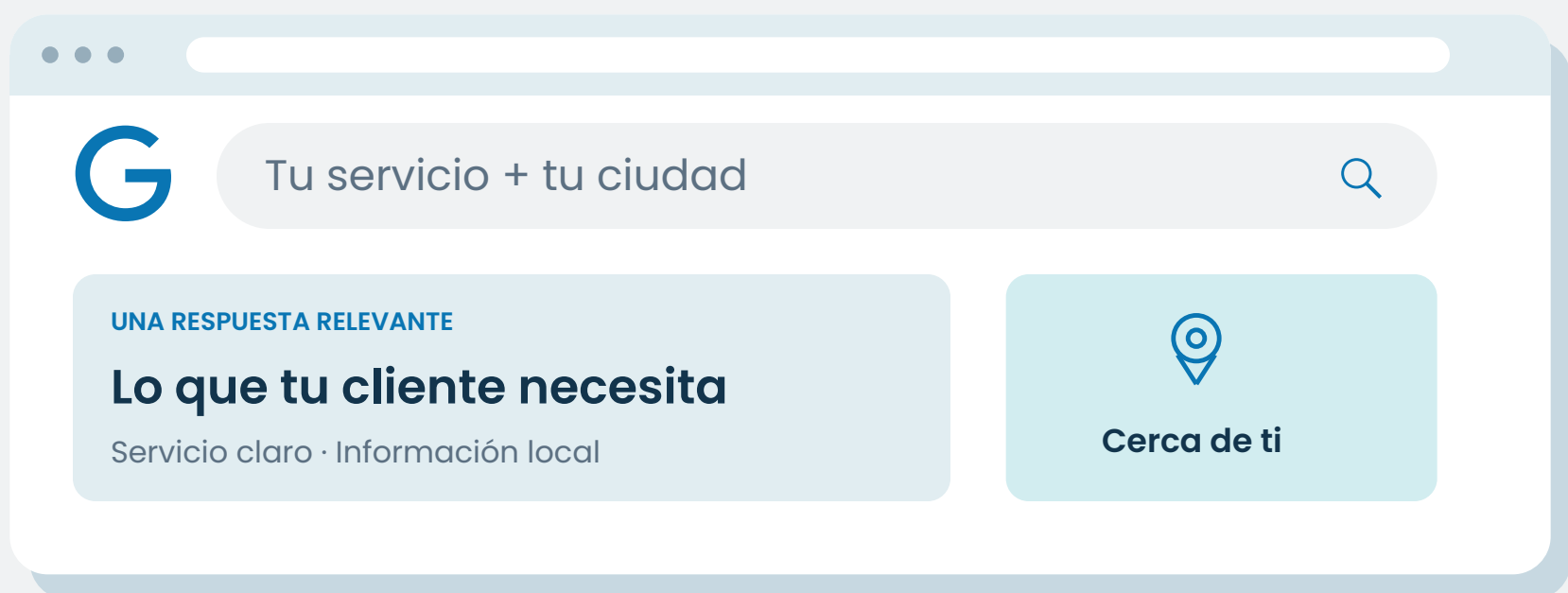


No siempre ocurre en este orden.
Tu meta es facilitar cada momento.

GOOGLE / BÚSQUEDA E INTENCIÓN

Que te encuentren cuando te necesitan.

Tus clientes ya buscan una solución.
Ayúdales a reconocer que tú puedes ofrecerla.



TE CONVIENE EXPLORAR ESTA OPCIÓN SI...

- Buscan productos o servicios específicos.
- Atiendes una zona geográfica concreta.
- Tu negocio responde preguntas frecuentes.

QUÉ PUEDES OFRECER

Páginas de servicios, respuestas útiles, información local y casos de trabajo.

Evita: Hablar solo de tu marca cuando tus clientes **todavía no la conocen**.



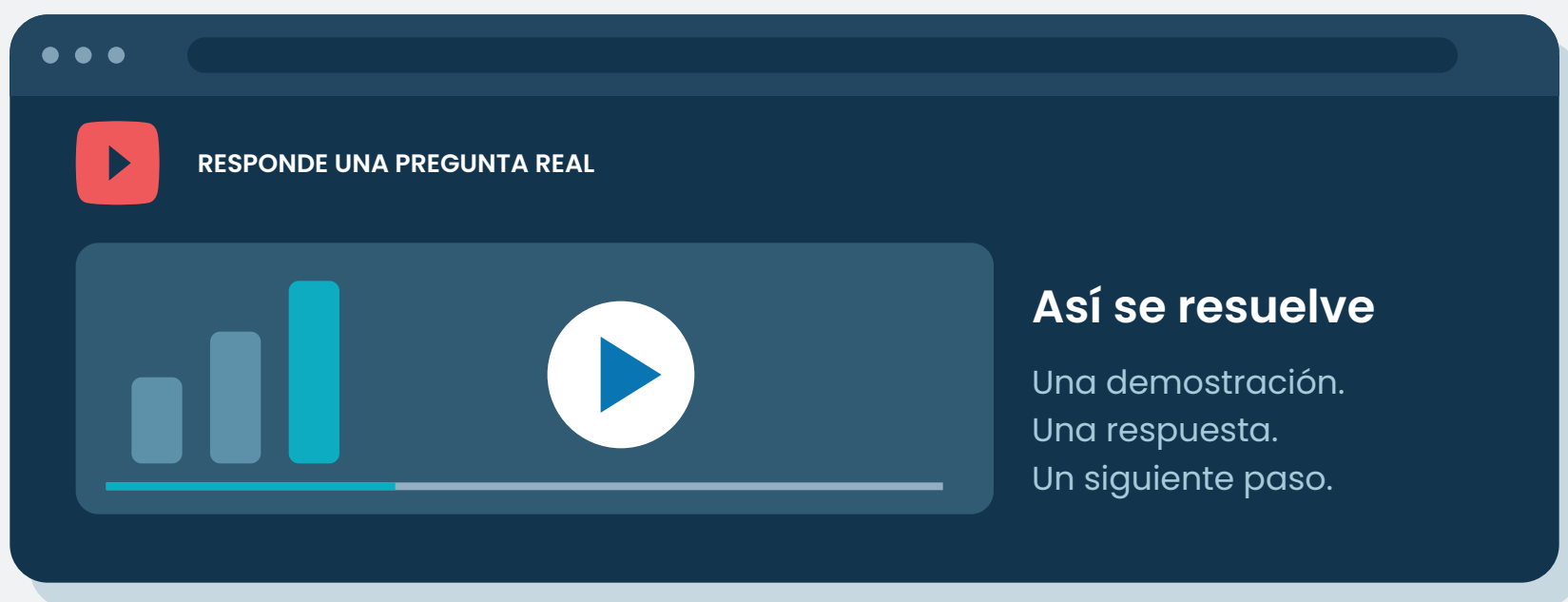
IDEA PARA LLEVARTE

Busca tu servicio como lo describiría un cliente, sin mencionar tu marca.

YOUTUBE / VIDEO Y CONFIANZA

Demuestra antes de vender.

Una explicación útil ayuda a demostrar tu experiencia antes de tener una conversación con tus clientes.



TE CONVIENE EXPLORAR ESTA OPCIÓN SI...

- Tu producto necesita una demostración.
- Las personas comparan alternativas como la tuya.
- Puedes explicar procesos y resolver dudas.

QUÉ PUEDES OFRECER

Tutoriales, demostraciones, comparativas y respuestas a preguntas reales.

Evita: Crear videos que únicamente repiten tus anuncios.



IDEA PARA LLEVARTE

Convierte una pregunta frecuente de tus clientes en un video útil.

INSTAGRAM Y FACEBOOK / COMUNIDAD Y DESCUBRIMIENTO

Haz visible lo que puedes resolver.

Despierta el interés mostrando productos, experiencias y transformaciones concretas.



TE CONVIENE EXPLORAR ESTA OPCIÓN SI...

- Puedes mostrar tu producto o servicio.
- Las recomendaciones influyen en la compra.
- Puedes compartir contenido relevante de forma constante.

QUÉ PUEDES OFRECER

Proyectos, historias, fotografías, demostraciones y videos cortos.
Evalúa cada red por separado.

Evita: Medir el éxito solo por seguidores o reacciones.



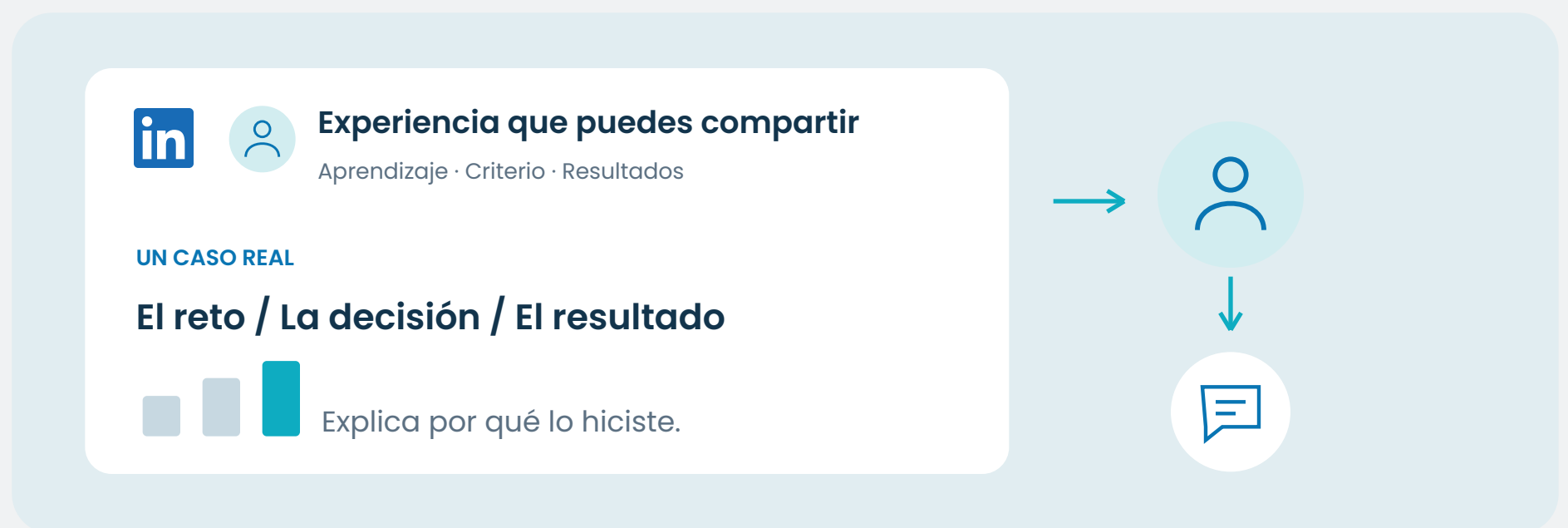
IDEA PARA LLEVARTE

Muestra un problema y cómo tu producto o servicio ayuda a resolverlo.

LINKEDIN / RELACIONES Y EXPERIENCIA

La confianza también hace negocios.

Comparte lo que sabes para iniciar conversaciones con las personas adecuadas.

**TE CONVIENE EXPLORAR ESTA OPCIÓN SI...**

- Vendes a otras empresas.
- Ofreces conocimiento especializado.
- Tus clientes valoran experiencia y criterio.

QUÉ PUEDES OFRECER

Casos profesionales, aprendizajes, observaciones del sector y análisis.

Evita: Convertir cada publicación en un catálogo de servicios.

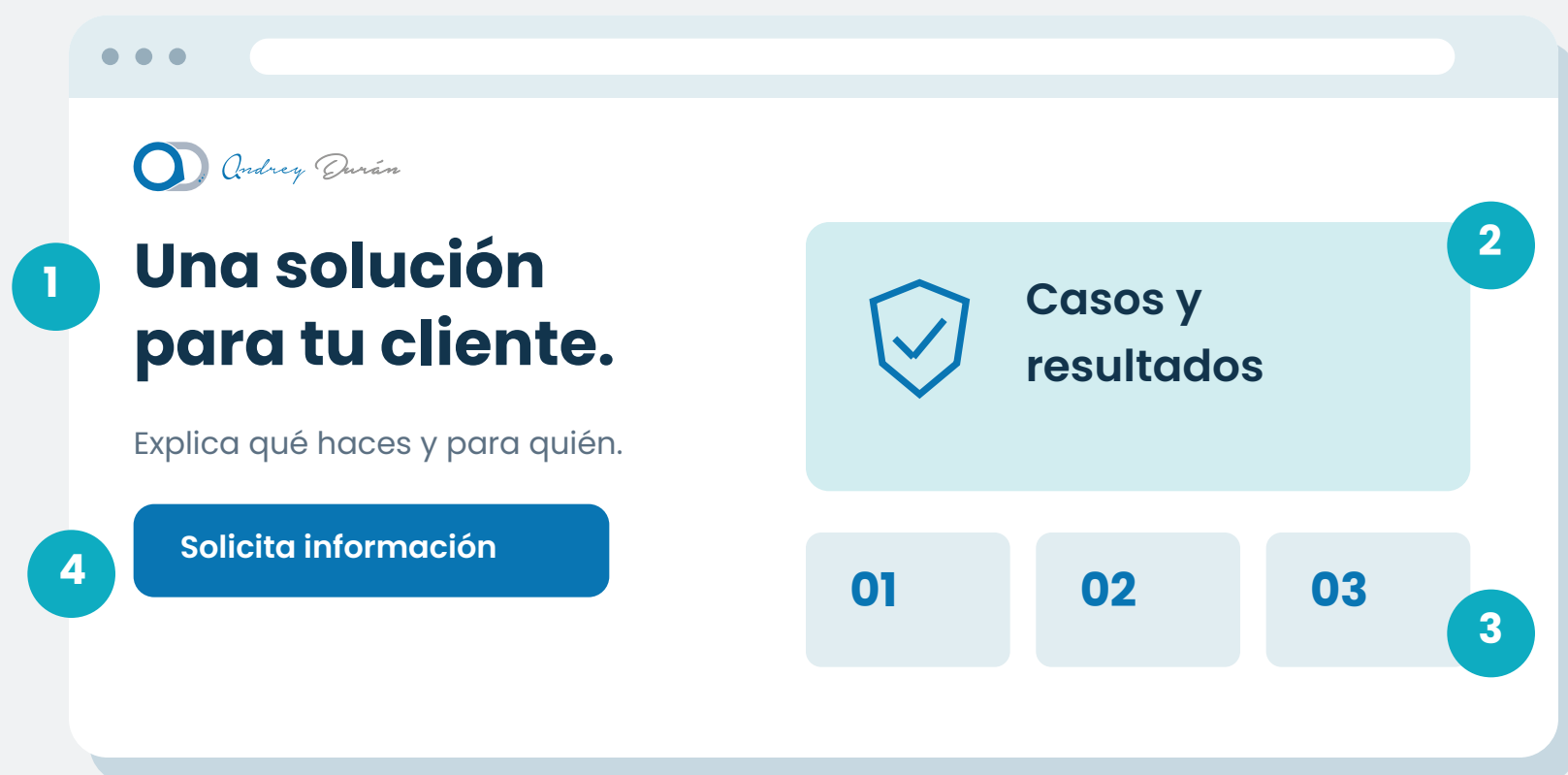
**IDEA PARA LLEVARTE**

Comparte una decisión profesional que ayudó a resolver un problema real.

TU SITIO WEB / CLARIDAD

Dales una razón para avanzar.

Una buena web ayuda a responder cuatro preguntas.



01
¿Puedes resolver mi problema?

02
¿Por qué debería confiar en ti?

03
¿Qué opciones tengo?

04
¿Qué hago después?

Muestra una propuesta clara, evidencia de tu experiencia y un siguiente paso sencillo.

WHATSAPP Y CORREO / SEGUIMIENTO

El contacto puede ser una relación.



WhatsApp

Tengo una pregunta...

Claro. Te comparto la información que necesitas.

Resuelve dudas, conversa y da seguimiento cuando el cliente utiliza este canal.



Correo electrónico

ASUNTO

Una idea útil para tu negocio

Comparte información útil y acompaña decisiones que requieren más tiempo.

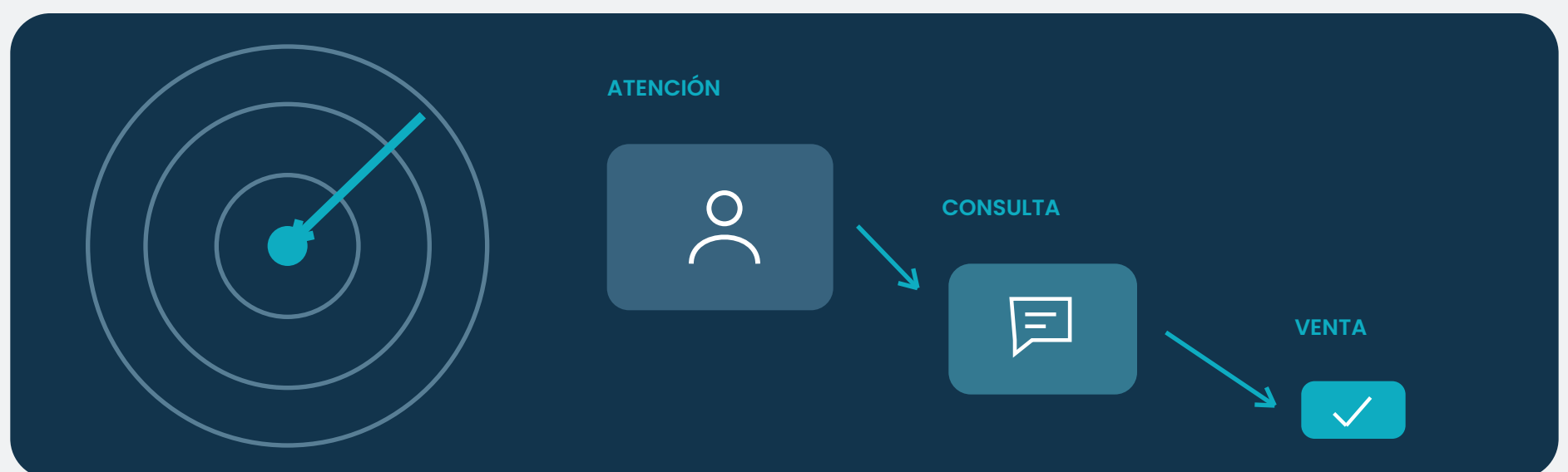
Evita: Mensajes insistentes, respuestas tardías y comunicaciones sin valor.

Ten a la mano respuestas claras a las dudas más frecuentes.

PUBLICIDAD DIGITAL / INVERSIÓN

Pagar por atención no garantiza ventas.

Los anuncios amplían tu alcance y permiten probar mensajes. Antes de invertir en publicidad, define tus objetivos:



01 La oferta

¿Qué estás ofreciendo y por qué importa?



02 La persona

¿A quién necesitas llegar?



03 El siguiente paso

¿Qué debe hacer después del anuncio?

**Evalúa las consultas o ventas que produces.
El clic es solo una parte del recorrido.**

MITOS / CINCO IDEAS PARA CUESTIONAR

Lo que parece obvio también se revisa.

MITO 01

**Hay que estar en todas las redes.**

Pocos canales bien elegidos pueden ser más útiles que muchos canales abandonados.

MITO 02

**Una web consigue clientes por sí sola.**

Necesita ser descubierta, generar confianza y facilitar acciones.

MITO 03

**Más seguidores son más ventas.**

El tamaño de una audiencia no garantiza intención de compra.

MITO 04

**La publicidad arregla cualquier problema.**

Puede amplificar una oferta, pero también sus debilidades.

MITO 05

**La misma estrategia sirve para todos.**

Elige según tu cliente, tu negocio y tus recursos.

EL ATAJO / TU LÁMINA DE CONSULTA

Primero el objetivo. Después el canal.



Que te encuentren

Google y búsqueda local

Responde a lo que ya buscan.

01



Que te conozcan

Redes, YouTube y colaboraciones

Muestra por qué mereces atención.

02



Que confíen en ti

Web, casos, reseñas y videos

Aporta pruebas de lo que prometes.

03



Que te contacten

WhatsApp, correo y formularios

Facilita una consulta o cotización.

04



Que regresen

Correo y seguimiento autorizado

Mantén una relación útil y oportuna.

05

La mejor decisión: Comenzar donde ya están tus propios clientes.

LA DECISIÓN / UNA SEGUNDA PERSPECTIVA

No hagas más. Elige mejor.

Antes de invertir en una página, campaña o red social, comprende qué problema necesitas resolver.

MENOS RUIDO.

Una dirección más clara.



¿Falta visibilidad?

Haz más fácil que te descubran.



¿Falta confianza?

Muestra evidencia que ayude a decidir.



¿Se pierden las consultas?

Revisa la atención y el seguimiento.

[Conoce mis sesiones de asesoría](#)