

# **Manual de comandos chatGPT para tu estrategia de marketing**

# Módulo: Conocer a mi prospecto.

## Conocer mi Perfil de comprador:

### 1. Buyer persona 2.0:

**Intro:** Reemplaza [información] por lo que busca.

Por ejemplo: “Busco una buyer persona que quiera comprar una casa en el municipio X. Este municipio se caracteriza por ser para personas con muchos ingresos, es lujoso, etc.” ”Busco una buyer persona que quiera comprar un curso de meditación en línea”. ”Busco una buyer persona que busque adquirir un software de contabilidad”

### Comando:

Busco una buyer persona que [información]

[INSTRUCCIÓN]

Crea una buyer persona.

Usa el siguiente formato.

Escribe el tipo de personalidad (con sus siglas) usando las 16 personalidades del Brigg-Myers, lo que valora, lo que le apasiona, cómo es, sus temores, inseguridades, culpas, frustraciones y problemas, dónde se puede encontrar, en qué está dispuesta a invertir, sus intereses, sus deseos y lo que realmente quiere.

IMPORTANTE: Da las razones por las que quiere lo que quiere. Usa [LO QUE REALMENTE QUEREMOS] para contestar ese inciso.

IMPORTANTE: Usa el formato Markdown.

[LO QUE REALMENTE QUEREMOS]

- \* aumentar nuestro potencial
- \* escapar del peligro
- \* liberarnos del miedo y la culpa
- \* callar a quienes dudan de nosotros
- \* validar nuestros sentimientos
- \* poder sobre los demás
- \* ventajas sobre nuestros rivales
- \* ser libres de las consecuencias
- \* tener más tiempo dedicado a lo que amamos
- \* menos tiempo dedicado a lo que odiamos
- \* Felicidad y satisfacción
- \* probar que tenemos razón
- \* probar que nuestros detractores se equivocan
- \* ser atractivos y encantadores para los demás
- \* dejar un legado duradero
- \* mayor estatus entre nuestros pares
- \* tener una vida llena de comodidades y lujos
- \* ser aceptados por un grupo social o comunidad
- \* ser respetados y admirados por nuestra inteligencia, habilidades o talentos
- \* ser fieles a nosotros mismos y alcanzar nuestro máximo potencial

- \* subir en la jerarquía social
- \* establecer relaciones cercanas y duraderas con amigos y familiares
- \* sentirnos parte de un grupo o comunidad y ser valorados y apreciados por los demás
- \* ser apreciados por nuestras acciones y recibir agradecimiento de los demás

#### [FORMATO]

La persona **""[nombre de buyer persona]"** es un **""[género]"** de entre **""[rango de edad]"** que [lo que busca]. Es [lo que es y lo que quiere].

**""Personalidad""**: [su tipo de personalidad]

**""Valora""**: [lo que valora]

**""Le apasiona""**: [lo que le apasiona]

**""¿Cómo es?""**: [cómo es]

**""Temores""**: [sus temores]

**""Inseguridades""**: [sus inseguridades]

**""Culpas""**: [sus culpas]

**""Problemas""**: [sus problemas]

**""Frustraciones""**: [sus frustraciones]

**""¿En qué está dispuesta a invertir?""**: [en lo que está dispuesta a invertir]

**""Intereses""**: [sus intereses]

**""Deseos""**: [sus deseos]

**""Lo que realmente quiere""**: [lo que realmente quiere]

#### [EJEMPLO]

La persona **""Triunfadora Inspirada""** es una **""mujer""** de entre **""30 y 40 años""** que se siente impulsada a alcanzar el éxito en su vida personal y profesional. Es una **""solopreneur""** que se esfuerza constantemente por construir su marca y hacer crecer su negocio, pero también está abierta a colaborar con otros para lograr sus objetivos.

**""Personalidad""**: Comandante (ENTJ)

**""Valora""**: la ambición, la innovación y el aprendizaje continuo.

**""Le apasiona""**: su trabajo y siempre busca formas de mejorarse a sí misma y a su negocio. También le apasiona el espíritu empresarial y disfruta aprendiendo sobre negocios y estrategias de hacer marketing.

**""¿Cómo es?""** Es una líder natural, con una fuerte ética de trabajo y dedicación para lograr sus objetivos, y tiene una fuerte voluntad de éxito. No le asusta el trabajo duro y está dispuesta a asumir riesgos en busca del éxito.

**""Temores""**: el estancamiento y la mediocridad, quedarse estancada en su carrera, no poder alcanzar sus objetivos, no poder equilibrar su vida personal y profesional, y se esfuerza constantemente por ser mejor.

**""Inseguridades""**: El miedo al fracaso, a que la pasen por alto o la infravaloren, el síndrome del impostor y no ser capaz de seguir el ritmo de la competencia.

**""Culpas""**: Tomarse descansos o no trabajar constantemente para alcanzar sus objetivos.

**""Problemas""**: la sobreexigencia y el estrés debido a su fuerte ética de trabajo, la autoduda y el miedo al fracaso que podrían limitar su capacidad para tomar riesgos y confiar en sí misma, la posibilidad de aislamiento debido a su trabajo como solopreneur, la dificultad para delegar responsabilidades y confiar en otros, y la resistencia al cambio debido a su deseo de control y temor a perder el éxito.

**""Frustraciones""**: la falta de progreso o crecimiento en su negocio o carrera, la falta de reconocimiento o validación, la falta de equilibrio entre su vida personal y profesional, la falta de oportunidades para aprender y crecer, y la falta de apoyo o colaboración.

**""¿En qué está dispuesta a invertir?""** En sí misma y en su negocio, ya sea haciendo cursos, contratando asesores o consultores, o comprando nuevas herramientas y tecnologías.

**""Intereses""**: Conocer las nuevas tendencias de su sector y mantenerse por delante de la compe-

tencia.

**\*\*Deseos\*\***: Influir positivamente en el mundo, ya sea a través de su negocio o de sus actividades personales.

**\*\*Lo que realmente quiere\*\***: Alcanzar el éxito en su vida personal y profesional para aumentar su potencial, tener una vida llena de comodidades y lujos, ser respetada y admirada por sus habilidades y talentos, tener más tiempo dedicado a lo que ama y menos tiempo dedicado a lo que odia, subir en la jerarquía social y establecer relaciones cercanas y duraderas con amigos y familiares. Además, busca validar sus sentimientos y probar que tiene razón a través de su éxito, escapar del peligro y liberarse del miedo y la culpa que pueden impedirle alcanzar sus objetivos. También desea dejar un legado duradero y ser aceptada y apreciada por un grupo social o comunidad.

\*\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

## **Buyer personas interesadas en comprar producto/servicio**

### **Comando básico:**

Crea [número] buyer personas que estarían interesadas en comprar [producto/servicio].

### **Comando Alternativo más detallado:**

Crea [número] buyer personas que estarían interesadas en comprar [producto/servicio].

Escribe lo que valoran, lo que les apasiona, cómo son, sus temores, inseguridades y culpas, dónde se pueden encontrar, en qué están dispuestos a invertir y lo que los mueve.

Usa el siguiente formato:

La persona " Triunfadora Inspirada" es una mujer de entre 30 y 40 años que se siente impulsada a alcanzar el éxito en su vida personal y profesional. Valora la ambición, la innovación y el aprendizaje continuo. Le apasiona su trabajo y siempre busca formas de mejorarse a sí misma y a su negocio. También le apasiona el espíritu empresarial y disfruta aprendiendo sobre negocios y estrategias de hacer marketing. Es una líder natural, con una fuerte ética de trabajo y dedicación para lograr sus objetivos, y tiene una fuerte voluntad de éxito. No le asusta el trabajo duro y está dispuesta a asumir riesgos en busca del éxito. Teme el estancamiento y la mediocridad, quedarse estancada en su carrera, no poder alcanzar sus objetivos, no poder equilibrar su vida personal y profesional, y se esfuerza constantemente por ser mejor. Sus inseguridades incluyen el miedo al fracaso, a que la pasen por alto o la infravaloren, el síndrome del impostor y no ser capaz de seguir el ritmo de la competencia. Es probable encontrarla siguiendo a líderes intelectuales y empresarios de éxito en las redes sociales, asistiendo a conferencias y eventos de networking, y participando en comunidades online relacionadas con el marketing, el espíritu empresarial, la tecnología y el desarrollo personal. Es una solopreneur que se esfuerza constantemente por construir su marca y hacer crecer su negocio, pero también está abierta a colaborar con otros para lograr sus objetivos. Puede sentirse culpable por tomarse descansos o por no trabajar constantemente para alcanzar sus objetivos. Está dispuesta a invertir en sí misma y en su negocio, ya sea haciendo cursos, contratando asesores o consultores, o comprando nuevas herramientas y tecnologías. También le interesa conocer las nuevas tendencias de su sector y mantenerse por delante de la competencia. Le mueve el deseo de influir positivamente en el mundo, ya sea a través de su negocio o de sus actividades personales.

# Descubre a tu cliente ideal

## Ejemplos de [tipo de negocio]:

• Una empresa de software orientado a contabilidad • Una empresa de consultoría en finanzas para emprendedores digitales • Una empresa de cursos online sobre meditación mindfulness • Una empresa de e-commerce de ropa de bebé.

Sé lo más específico posible.

## Comando:

Estoy dirigiendo un negocio de [tipo de negocio] y necesito conocer a mi cliente ideal. Por favor, escíbeme de 3 a 5 perfiles de clientes.

## Recomendaciones antes de proceder:

Recuerda acotar o resumir el resultado de esta sección en una frase de máximo 15 palabras.

# **Módulo: Conocer las condiciones, problemas y objeciones de mi prospecto.**

## **Objeciones a tu producto/servicio**

### **Comando:**

¿Cuáles son las objeciones o barreras habituales a la compra de tu [producto/servicio], y cómo puedes abordar esas preocupaciones para [tu cliente ideal]?

## **Problemas comunes del cliente ideal**

### **Primera instrucción:**

¿Cuáles son algunos problemas comunes a los que se enfrenta [cliente ideal] y que está interesado/a en [tu producto o servicio]?

### **Segunda instrucción:**

Sé más específico en cuanto a [problema]

## **Ventajas que tu cliente ideal busca en tu producto/servicio**

### **Comando:**

¿Cuáles son las ventajas o características clave que [tu cliente ideal] busca en [producto/servicio], y cómo puedes destacarlas en tus esfuerzos de marketing?

## **La verdadera razón por la que la gente compra un producto**

### **Comando:**

Encuentra la verdadera razón por la que [Tu cliente Ideal] compra un producto.

Producto/Servicio: [Escribe aquí tu producto/servicio]

[EJEMPLO]

Producto/Servicio: Taladro

Para qué se utiliza: Para hacer un agujero en la pared

La verdadera razón por la que la gente lo compra:

\* Estética: Para colgar un cuadro en la pared y poder decorar su hogar y crear un espacio de vida personalizado y cómodo.

- \* Personalización: Para transformar un espacio de vida en un ambiente único y personalizado.
- \* Autoexpresión: Para reflejar su estilo único.
- \* Exposición artística: Para convertir su espacio de vida en una galería personal.
- \* Empoderamiento: Para abordar proyectos de bricolaje y sentirse más autosuficiente y capaz.
- \* Conexión emocional: Para colgar fotografías o recuerdos y rodearse de recuerdos apreciados, fomentando una conexión emocional más profunda con su espacio de vida.
- \* Vínculo familiar: Para proyectos de mejora del hogar, para poder reunir a los miembros de la familia, crear una experiencia compartida y fomentar el trabajo en equipo.
- \* Propiedad: Para crear un espacio que realmente se sienta como propio.
- \* Búsqueda artística: Para perseguir objetivos artísticos, como crear estantes o muebles personalizados.
- \* Participación comunitaria: Para ayudar a los vecinos con proyectos o participar en esfuerzos locales de mejora, lo que puede ayudar a las personas a sentirse más conectadas a su comunidad.

# Módulo: Filtrar prospectos

## Ideas para imán de prospectos:

### Comando:

Dame [número] ideas de lead magnets que atraerán a [tu cliente ideal] interesada en [tu producto o servicio]

## Creación de lead magnet:

### Primer comando:

Crea un esquema de 10 puntos para un lead magnet. Título: [Título de tu lead magnet]

### Segundo comando:

Crea [número] subtemas para el capítulo [nombre del capítulo]

### Tercer comando:

Expande [subtema]. Usa ejemplos e historias.



# **Módulo: Crear oferta irresistible.**

## **Creación de oferta**

### **Comando:**

Crea una oferta para este producto/servicio: [Describe tu producto/servicio] y mi cliente ideal es [cliente ideal] Añade escasez, urgencia, bonuses y una garantía fuerte.

# Módulo de creación de contenido para atraer a prospecto ideal.

## Temas importantes que el cliente ideal debe saber para resolver su problema

### Comando:

¿Cuáles son los temas más importantes que debe saber [cliente ideal] para resolver su problema de [problema]? Dame una lista de los [número] temas principales. Dime la razón por la que debe aprender cada tema.

## Temas importantes que el cliente ideal debe saber para formarse en un área

### Comando:

¿Cuáles son los temas más importantes que debe saber [cliente ideal] que está aprendiendo sobre [tema]? Dame una lista de los [número] temas principales. Dime la razón por la que debe aprender cada tema.

## Mitos comunes sobre un tema

### Comando:

Haz una lista de [número] mitos comunes sobre [tema] y desmiente cada uno de ellos con hechos y datos.

## Lista de consejos sobre X tema

### Comando:

Escribe una lista de 5 consejos sobre el siguiente problema. Cada consejo debe tener un encabezado claro y una descripción detallada que explique cómo aplicarlo en la vida real.

Problema: [Describe el problema con la mayor cantidad de detalle posible]

## Plan y estrategia de contenido para redes sociales.

**Intro:** Antes de ejecutar este comando es de vital importancia que hayas realizado el trabajo anterior para que las respuestas sean relevantes y adecuadas.

### Comando:

Antes de indicarte que hacer necesito que entiendas mi servicio y mi cliente ideal:

Servicio: [Describe tu producto o servicio]

Cliente ideal: [Describe o copia y pega tu cliente ideal que has investigado]

**Siguiente comando: Una vez recibas el ok de ChatGPT puedes indicarle que hacer y sentarte y ver tu estrategia de contenido en minutos.**

Ahora crea una tabla con un plan de contenido de 30 días para redes sociales según las siguientes ideas ordenadas aleatoriamente:

- Una idea de post enfocada en dolores del cliente
- Una idea de post enfocado en la empatía y la humanidad
- Una idea de post enfocado en el humor
- Una idea de post enfocado en ser controvertido
- Una idea de post enfocada en venta de forma indirecta
- Una idea de post enfocada en la educación
- Una idea de post enfocada sabías que o algún dato interesante
- Una idea de post enfocada en top 5

Cada idea de post debe contener: Día e idea de pos. Título y descripción para el texto con hasta 2 emoticones. Llamado a la acción con hasta 1 emoticón. Idea de imagen. Idea para comercial o vídeo corto y dos títulos para diseñar la imagen.

Conclusiones finales.

Si bien es cierto que la IA puede ayudar grandemente y de manera bastante eficaz a tus procesos de marketing, debes siempre verificar el contenido que arroja y ponerle tu toque personal y tu estilo de dirigirte a tu audiencia, al fin y al cabo, eso es lo único que te podrá diferenciar de tu competencia, TU ESENCIA. Espero haya sido de tu agrado esta guía y puedas sacarle el mayor provecho en tus esfuerzos de marketing para tu negocio online.

Daniel Aveiga