

KIT DESCARGABLE · 50 ESTRUCTURAS

Kit de copywriting para redes sociales

50 estructuras de posts probadas para Instagram, LinkedIn y Facebook.

Esto no es una lista de frases para copiar y pegar: son estructuras. Rellena los corchetes con tu sector, tu experiencia y tu forma de hablar, y cada una se convierte en un post distinto. Están agrupadas en 8 bloques según lo que buscan conseguir: parar el scroll, contar una historia, generar comentarios o vender sin sonar a venta.

CÓMO USARLO

No las uses todas de golpe. Elige 2 o 3 estructuras por semana, combina bloques distintos, y adapta siempre el ejemplo entre corchetes a algo que te haya pasado de verdad. El copy suena mejor cuando es específico, no genérico.

01 Ganchos que paran el scroll

Las primeras dos líneas deciden si siguen leyendo. Úsalas para prometer algo o incomodar un poco.

- 01 Nadie te dice esto sobre [tema de tu sector]. Yo sí: [tu opinión directa].
- 02 Llevo [X años] en esto y todavía me sorprende que la mayoría siga haciendo [error común].
- 03 Si estás haciendo [práctica habitual], para. Esto es lo que deberías hacer en su lugar.
- 04 [Cifra o dato llamativo]. Así de simple. Esto es lo que significa para tu negocio.
- 05 Esto que voy a contarte me lo enseñó [una situación, un cliente, un error propio].
- 06 La pregunta que más me hacen es [pregunta habitual de tus clientes]. Aquí va la respuesta larga.
- 07 Ojalá alguien me hubiera dicho esto cuando [empezaste / diste tus primeros pasos].
- 08 Esto va a sonar impopular, pero [opinión con criterio sobre tu sector].

02 Historias y storytelling

La gente recuerda historias, no listas de características. Cuenta algo que te haya pasado de verdad.

- 09 Hace [tiempo] pensaba que [creencia errónea]. Hasta que [qué pasó y qué aprendiste].
- 10 Un cliente me dijo una vez: "[frase textual]". Así es como lo resolvimos.
- 11 El día que casi [algo que casi sale mal] me enseñó más que diez cursos.
- 12 De [tu punto de partida] a [dónde estás ahora]: así ha sido el camino (versión corta).
- 13 Esto empezó como un problema de un cliente y terminó siendo la forma en que trabajo con todos.
- 14 La vez que dije que no a un cliente y fue la mejor decisión del año.

- 15 Así es un día normal trabajando en [tu área]: nada de postureo, esto es lo real.

03 Listas y consejos prácticos

Fáciles de guardar y compartir. Prometen algo concreto y lo cumplen en pocas líneas.

- 16 3 cosas que cambiaría si empezara de cero en [tu sector] hoy.
- 17 5 errores que veo repetirse en casi todos los negocios que empiezan con [tema].
- 18 Lo que sí funciona en [tema], resumido en una lista corta (sin relleno).
- 19 Cómo hacer [tarea concreta] en menos de 30 minutos a la semana.
- 20 La checklist que uso antes de [proceso/tarea habitual de tu servicio].
- 21 3 herramientas gratuitas que uso cada semana y para qué sirve cada una.
- 22 Lo que NO necesitas para empezar con [tema], aunque te digan lo contrario.

04 Antes/después y resultados

Enseña el camino, no solo la meta. La transformación es lo que engancha.

- 23 Antes: [situación de partida de un cliente o proyecto]. Después: [resultado]. Así llegamos.
- 24 [Cifra] en [tiempo]. Esto es exactamente lo que hicimos, paso a paso.
- 25 Así se veía [algo, ej. una web, una cuenta] antes de tocar nada. Y así quedó después.
- 26 El cambio no fue la herramienta, fue [el verdadero motivo del resultado].
- 27 Este resultado no fue suerte: fue [proceso concreto] durante [tiempo].
- 28 Comparativa real: lo que hacíamos antes vs. lo que hacemos ahora en [tema].

05 Preguntas que generan comentarios

Preguntas concretas, no genéricas. Cuanto más fácil de responder, más comentarios.

- 29 ¿Cuál es tu mayor duda con [tema]? Te respondo en comentarios o en un post.
- 30 Team [opción A] o team [opción B] cuando se trata de [tema]. ¿Tú qué eliges?
- 31 Si pudieras preguntarle una cosa a alguien de [tu sector], ¿qué le preguntarías?
- 32 ¿Qué es lo que más te frena a la hora de [acción relacionada con tu servicio]?
- 33 Verdadero o falso: [creencia común sobre tu sector]. Te leo en comentarios.
- 34 ¿Qué añadirías a esta lista de [tema de la lista anterior]?

06 Detrás de cámaras y proceso

Humaniza la marca. La gente confía en lo que puede ver, no solo en lo que se promete.

- 35 Así es mi mesa de trabajo hoy: esto es en lo que estoy metida ahora mismo.
- 36 Un vistazo a cómo preparo [una propuesta / una estrategia / un contenido] para un cliente.
- 37 Esto es lo que nadie ve del trabajo de [tu profesión]: la parte menos glamurosa.
- 38 3 pestañas abiertas ahora mismo en mi ordenador (y por qué).
- 39 Así fue la reunión de hoy con [tipo de cliente], sin filtros.
- 40 Lo que tardo de verdad en hacer [tarea], sin exagerar ni minimizar.

07 Objeciones y mitos

Responde directamente a la duda que ya tiene tu cliente en la cabeza antes de que se la calle.

- 41 “Es muy caro” — Esto es lo que de verdad cuesta no hacerlo.
- 42 “Puedo hacerlo yo mismo” — Cierto, y esto es lo que hay que tener en cuenta si decides hacerlo.
- 43 El mito de [creencia extendida sobre tu sector], desmontado con un ejemplo real.
- 44 “No tengo tiempo” es la razón número uno que escucho. Esto es lo que suele haber detrás.
- 45 Lo que de verdad significa [término técnico de tu sector], explicado sin jerga.

08 Venta directa sin sonar a venta

Cuando ya has aportado valor, un post de oferta directa no molesta. Sé clara y concreta.

- 46 Tengo [X] huecos este mes para [servicio]. Si te interesa, escíbeme.
- 47 Si llevas tiempo dándole vueltas a [problema], esto es justo lo que resuelvo.
- 48 Últimas plazas para [oferta/servicio concreto] antes de [fecha o motivo].
- 49 Esto es exactamente lo que incluye trabajar conmigo en [servicio], sin letra pequeña.
- 50 Si te ha servido este contenido, imagina lo que puedo hacer trabajando contigo. Hablemos.

SI QUIERES QUE TE LO ESCRIBA YO

Este kit te da la estructura; el criterio de cuál usar cada semana y cómo adaptarlo a tu marca es la parte que hago en el servicio de gestión de redes sociales. Si prefieres delegarlo del todo, escíbeme desde yolandaausina.com/contacto.