

PACK TMT · RECURSO GRATUITO

# 10 prompts de IA para marketing

Listos para copiar, con el framework CRITERIO para adaptarlos a tu negocio. Funcionan en ChatGPT, Claude y Gemini.

ANTES DE COPIAR NADA

# El framework CRITERIO

Un prompt no es una frase mágica: es un briefing. Los 10 prompts de este pack siguen la misma estructura. Si entiendes la estructura, podrás escribir los tuyos mejor que cualquier lista de internet.

## C · Contexto

Qué negocio, qué mercado, qué situación. La IA no adivina: dale los datos que le darías a un consultor el primer día.

## R · Rol

Desde qué silla debe pensar: estrategia, media buyer, editor. El rol activa el vocabulario y los criterios de esa disciplina.

## I · Intención

Para qué quieres el output: decidir, explorar, redactar. Cambia la profundidad y el formato de la respuesta.

## T · Tarea

La instrucción concreta y acotada. Una tarea por prompt: pedir tres cosas a la vez degrada las tres.

## E · Ejemplos

Muestra cómo quieres el resultado (un titular que te guste, un correo de referencia). Es el acelerador más infrautilizado.

## R · Restricciones

Qué NO quieres: tono, longitud, clichés prohibidos. Son la diferencia entre output genérico y output tuyo.

## I · Iteración

El primer output es un borrador. Pide variantes, endurece, recorta. La conversación es parte del método.

## O · Output

Define el formato exacto: tabla, lista, 3 opciones, 60 palabras. Si no lo pides, la IA decide por ti.

## PROMPT 01

# Diagnóstico de estrategia

Cuándo usarlo: Cuando necesitas claridad antes de tocar nada: nuevo trimestre, nuevo cliente, nueva responsabilidad.

Actúa como estratega de marketing senior especializado en [SECTOR].

Contexto: mi negocio es [QUÉ VENDES], para [CLIENTE OBJETIVO], con un ticket medio de [PRECIO] y la captación depende hoy de [CANALES ACTUALES]. Mi principal problema ahora es [PROBLEMA].

Tarea: hazme un diagnóstico en 3 bloques: (1) qué está limitando el crecimiento según estos datos, (2) las 3 palancas con mejor relación impacto/esfuerzo para los próximos 90 días, (3) qué NO debería tocar todavía y por qué.

Restricciones: nada de generalidades tipo "mejora tu presencia en redes". Cada recomendación con su porqué y su métrica de control. Si te falta información clave, pregúntame antes de responder.

Formato: bloques numerados, máximo 600 palabras.

## Cómo adaptarlo

Sustituye los corchetes con datos reales y números: cuanto más concreto el contexto, menos genérico el output.

## Error típico

Pedir "una estrategia de marketing" sin dar contexto de negocio. Eso produce la misma respuesta para una panadería que para un SaaS.

## Output esperado

Un diagnóstico priorizado con 3 palancas accionables y sus métricas, no un plan de marketing de manual.

## PROMPT 02

# Investigación de cliente

Cuándo usarlo: Antes de escribir cualquier copy o elegir cualquier canal: entender qué compra de verdad tu cliente.

Actúa como investigador de clientes especializado en jobs-to-be-done.

Contexto: vendo [PRODUCTO/SERVICIO] a [CLIENTE]. Lo que sé de ellos: [QUEJAS, FRASES DE CLIENTES, RESEÑAS].

Tarea: reconstruye (1) el "trabajo" real que el cliente contrata cuando me compra (funcional, emocional y social), (2) las 5 fricciones u objeciones más probables antes de comprar, (3) las frases literales que ese cliente usaría para describir su problema (su idioma, no el mío).

Restricciones: básate solo en el contexto que te doy y en patrones de consumo verificables. Marca como hipótesis lo que no puedas sostener.

Formato: 3 secciones, frases de cliente entre comillas.

## Cómo adaptarlo

Pega reseñas reales, emails de clientes o transcripciones: el output mejora de forma drástica con material crudo.

## Error típico

Usarlo sin ningún dato real y tomar las hipótesis como hechos. Sin material crudo, todo es borrador a validar.

## Output esperado

Un mapa del cliente con su idioma literal, listo para alimentar copys, anuncios y la siguiente investigación.

## PROMPT 03

# Long tails por intención

Cuándo usarlo: Para construir el plan de contenidos SEO de un trimestre en una tarde.

Actúa como especialista SEO orientado a negocio.

Contexto: mi web es [WEB/TEMA], mi cliente es [CLIENTE] y quiero captar tráfico que convierta, no volumen. Keyword semilla: [KEYWORD].

Tarea: genera 30 palabras clave long tail (3+ términos) agrupadas por intención: informacional, comparativa y transaccional. Para cada grupo, indica qué formato de contenido pide (guía, comparativa, landing) y señala las 5 con mejor equilibrio entre especificidad y demanda probable.

Restricciones: en español de España, como buscaría una persona real (incluye preguntas completas). Nada de keywords infladas que nadie escribiría.

Formato: tabla con columnas keyword / intención / formato sugerido.

## Cómo adaptarlo

Cambia la semilla y repite por cada línea de producto. Valida después las elegidas en Search Console o tu herramienta SEO.

## Error típico

Tomar la lista como verdad sin validar demanda: la IA no conoce los volúmenes reales de búsqueda.

## Output esperado

30 long tails clasificadas por intención con formato sugerido: el esqueleto de un trimestre de contenidos.

## PROMPT 04

# Copy de landing

Cuándo usarlo: Cuando tienes la oferta clara y necesitas una landing que la cuente sin humo.

Actúa como copywriter de respuesta directa con experiencia en [SECTOR].

Contexto: vendo [OFERTA] a [CLIENTE], que hoy resuelve este problema con [ALTERNATIVA ACTUAL]. Mi diferencia real es [DIFERENCIA]. Prueba social disponible: [TESTIMONIOS/DATOS].

Tarea: escribe la estructura completa de una landing: headline (3 opciones), subheadline, 3 bloques de beneficios con su prueba, manejo de las 2 objeciones principales, y CTA (2 opciones).

Restricciones: prohibido "transforma tu negocio", "lleva X al siguiente nivel" y promesas sin prueba. Tono directo, frases cortas, español natural. Cada beneficio conectado a un resultado concreto del cliente.

Formato: secciones etiquetadas, listas para maquetar.

## Cómo adaptarlo

Rellena [DIFERENCIA] con algo verificable. Si no tienes prueba social, dilo: pedirá un ángulo distinto en vez de inventarla.

## Error típico

No dar la alternativa actual del cliente. Sin enemigo claro (statu quo, competidor), el copy sale blando.

## Output esperado

Una landing completa por secciones con opciones de headline y CTA, lista para maquetar y testar.

## PROMPT 05

# Secuencia de bienvenida

Cuándo usarlo: Para estrenar lista de email o arreglar la bienvenida que nunca escribiste.

Actúa como especialista en email marketing de retención.

Contexto: la gente se suscribe a [LISTA] a cambio de [LEAD MAGNET/PROMESA]. Mi negocio: [QUÉ VENDES]. Mi tono: [3 ADJETIVOS].

Tarea: escribe una secuencia de bienvenida de 3 correos: (1) entrega + qué esperar + una victoria rápida, (2) la historia o el criterio que me diferencia, con un consejo aplicable, (3) presentación natural de [OFERTA] conectada al problema del suscriptor.

Restricciones: asuntos de menos de 50 caracteres (2 opciones por correo), párrafos de máximo 3 líneas, cero tono de infoproducto. Cada correo debe aportar valor aunque el lector no haga clic.

Formato: los 3 correos completos con asunto, cuerpo y CTA.

## Cómo adaptarlo

Ajusta el ritmo de envío a tu ciclo de compra: día 0, día 2 y día 5 funciona para la mayoría.

## Error típico

Vender en el primer correo. La bienvenida tiene la mejor apertura de todo el ciclo: gastarla en una promo es quemarla.

## Output esperado

Tres correos completos con asuntos alternativos, listos para cargar en tu plataforma y medir.

## PROMPT 06

# Contenido social con ángulo

Cuándo usarlo: Para salir de la rueda de publicar por publicar y volver a tener algo que decir.

Actúa como estrategia de contenido para [RED SOCIAL].

Contexto: mi marca es [MARCA/TEMA], mi audiencia [AUDIENCIA] y mi punto de vista diferencial es [TU OPINIÓN SOBRE TU SECTOR].

Tarea: genera 10 ideas de contenido donde cada una tenga: el ángulo (la opinión o tensión que la sostiene), el gancho de apertura (primera frase literal) y el formato. Ninguna idea puede ser un consejo genérico que cualquier competidor pudiera publicar.

Restricciones: prohibidos los listicles vacíos ("5 tips para...") y la motivación barata. Cada idea debe poder defenderse en un debate.

Formato: tabla idea / ángulo / gancho / formato.

## Cómo adaptarlo

Rellena [TU OPINIÓN] con una postura real, aunque incomode. Sin opinión no hay ángulo, solo relleno.

## Error típico

Dejarlo en blanco o poner una opinión tibia. El output será tan plano como el input.

## Output esperado

10 ideas con gancho literal y ángulo defendible: un mes de contenido con criterio, no de relleno.

## PROMPT 07

# Análisis de competencia

Cuándo usarlo: Antes de un lanzamiento, un cambio de precios o un replanteamiento de posicionamiento.

Actúa como analista de estrategia competitiva.

Contexto: mi negocio: [QUÉ VENDES, PARA QUIÉN, PRECIO]. Competidores: [LISTA 3-5]. Aquí tienes material de cada uno (web, precios, claims): [PEGA TEXTOS/DATOS].

Tarea: construye (1) una tabla comparativa de propuesta de valor, precio, ángulo de comunicación y cliente al que apunta cada uno, (2) el mapa de huecos: qué nadie está ocupando, (3) los 2 posicionamientos viables y defendibles para mí, con su riesgo.

Restricciones: usa solo el material que te pego más patrones generales de mercado, marcados como tales. Nada de inventar cuotas de mercado ni datos financieros.

Formato: tabla + 2 bloques de análisis.

## Cómo adaptarlo

Pega material real de los competidores (sus webs, sus precios). El análisis vale lo que valga ese material.

## Error típico

Pedirle datos de mercado actuales: la IA no los tiene frescos y los inventará con seguridad pasmosa. Los datos los pones tú.

## Output esperado

Una foto competitiva ordenada y 2 opciones de posicionamiento con sus riesgos, para decidir con criterio.

## PROMPT 08

# Brief de campaña

Cuándo usarlo: Para convertir "hay que hacer una campaña" en un encargo que alguien pueda ejecutar bien.

Actúa como director de estrategia preparando un brief de campaña.

Contexto: objetivo de negocio: [OBJETIVO MEDIBLE]. Producto: [PRODUCTO]. Audiencia: [AUDIENCIA]. Presupuesto aproximado: [RANGO]. Plazo: [FECHAS]. Lo que sabemos del cliente: [INSIGHTS].

Tarea: redacta el brief completo: contexto de negocio, objetivo y KPI principal, audiencia y su insight clave, propuesta única del mensaje (una sola), canales recomendados con su papel, presupuesto orientativo por canal, riesgos y criterios de éxito a 30/60/90 días.

Restricciones: el insight debe ser una verdad incómoda o reveladora del cliente, no una obviedad demográfica. Una sola idea central: si hay dos mensajes, hay dos campañas.

Formato: brief de una página.

## Cómo adaptarlo

Sé honesto con [OBJETIVO MEDIBLE]: "vender más" no es un objetivo. "200 registros cualificados en 6 semanas" sí.

## Error típico

Saltarse el insight y briefear ejecución ("quiero un vídeo"). El formato es la última decisión, no la primera.

## Output esperado

Un brief de una página que cualquier equipo o agencia podría ejecutar sin pedirte tres reuniones de aclaración.

## PROMPT 09

# Lectura de resultados

Cuándo usarlo: Cuando tienes los números delante y necesitas la historia que cuentan.

Actúa como analista de marketing orientado a decisiones.

Contexto: te pego los resultados de [CAMPAÑA/PERIODO]: [PEGA DATOS: inversión, impresiones, clics, conversiones, ingresos, por canal si lo tienes]. Contexto extra: [ESTACIONALIDAD, CAMBIOS, INCIDENCIAS].

Tarea: (1) qué dicen estos datos en 5 frases sin jerga, (2) las 2 señales más importantes (positivas o negativas) y su causa probable, (3) qué decisión tomarías con cada una: escalar, ajustar o parar, y qué dato confirmaría que es la correcta, (4) qué métrica vanity de estos datos debería ignorar.

Restricciones: distingue siempre correlación de causa. Si los datos no bastan para concluir algo, dilo explícitamente.

Formato: 4 bloques numerados, máximo 400 palabras.

## Cómo adaptarlo

Pega los datos en bruto tal cual salen de tu plataforma: limpiarlos es parte de su trabajo, no del tuyo.

## Error típico

Preguntar "¿qué tal ha ido?" buscando validación. Pide decisiones, no consuelo.

## Output esperado

Una lectura en cristiano con 2 señales clave y la decisión recomendada para cada una, con su dato de control.

## PROMPT 10

# Repurposing con criterio

Cuándo usarlo: Para multiplicar una pieza buena en 5 formatos sin que parezca fotocopiada.

Actúa como editor de contenido multicanal.

Contexto: esta es mi pieza original: [PEGA ARTÍCULO/GUION/NEWSLETTER]. Mi audiencia está en [CANALES]. Mi tono: [3 ADJETIVOS].

Tarea: transforma la pieza en (1) un hilo/post de X con gancho propio, (2) un post de LinkedIn con la idea más contraintuitiva como apertura, (3) un guion de reel de 45 segundos (voz en off + texto en pantalla), (4) 3 asuntos de email para enviarla a mi lista, (5) una versión de 100 palabras para newsletter.

Restricciones: cada formato debe explotar UNA idea de la pieza, no resumirla entera. Adapta el registro a cada canal sin perder el tono. Nada de "hilo" con emoji ni clichés de creator.

Formato: 5 bloques etiquetados por canal.

## Cómo adaptarlo

Elige como pieza original tu mejor contenido del mes, no el último: el repurposing amplifica, no resucita.

## Error típico

Pedir que "resuma para redes": el resumen aplanar. Cada canal necesita su propio gancho sobre una sola idea.

## Output esperado

5 piezas nativas por canal a partir de un solo contenido: una semana de distribución desde un solo esfuerzo.

ANTES DE USAR CUALQUIER OUTPUT

# Checklist de calidad

- ¿Podría haberlo escrito cualquier competidor? Si sí, itera: falta tu contexto o tu opinión.
- ¿Cada afirmación factual está verificada? La IA redacta con la misma seguridad lo cierto y lo inventado.
- ¿Suena a ti? Compara con tu mejor pieza escrita a mano. Si no encaja, ajusta las restricciones de tono.
- ¿La tarea era una sola? Si pediste tres cosas, vuelve y pídelas por separado.
- ¿Le diste ejemplos? Es el acelerador más infrautilizado del prompting.

## ¿Quieres el sistema completo?

La versión extendida de este pack (30 prompts avanzados organizados por palanca de negocio, workflows encadenados y guía ChatGPT vs Claude por tipo de tarea) vive en el Backstage de The Marketing Talker, junto al Playbook de las 12 Palancas, los análisis semanales y la comunidad privada.

[themarketingtalker.com/newsletter](https://themarketingtalker.com/newsletter) · 2,99 €/mes · Menos ruido. Más criterio. Mejor ejecución.