

EBOOK

de cero a publicar

Desde cómo elegir en qué red estar hasta cómo armar tu primera publicación. Paso a paso, sin tecnicismos.

\$10.000 ARS

"No necesitás estar en todas las redes. Necesitás estar bien en la que importa para vos."

Y para saber cuál es esa, primero hay que entender quién sos, a quién le hablás y dónde está ella.

Este ebook está escrito para quien siente que las redes sociales son un misterio que todos los demás parecen entender menos ella. Para quien se bloqueó antes de publicar porque no sabe por dónde empezar.

Acá vas a encontrar un camino concreto, sin rodeos y sin jerga de marketing. De verdad: de cero a publicar.

lo que vas a aprender

Capítulo 1: Elegir tu red (sin morir en el intento)

Capítulo 2: Configurar tu perfil para que trabaje por vos

Capítulo 3: Qué publicar (y qué no)

Capítulo 4: Cómo armar tu primera publicación

Capítulo 5: Ser constante sin agotarte

ANTES DE ARRANCAR

Este ebook se hace con el celular en la mano. A medida que avanzás, vas a ir aplicando cada cosa directamente en tu perfil. No es para leer y guardar — es para leer y hacer.

01

CAPÍTULO UNO

elegir tu red

No están todas hechas para vos. La clave es elegir bien una, hacerla bien, y expandirte cuando estés lista — no antes.

LA PREGUNTA ANTES DE LA PREGUNTA

¿dónde está ella?

Antes de elegir una red, hay que saber dónde está tu cliente ideal. No dónde estás vos. No dónde están tus amigas. Donde ella pasa tiempo, busca cosas, se inspira y compra.

INSTAGRAM

Ideal para: servicios personales, marcas de ropa, diseño, gastronomía, bienestar, emprendedoras que muestran su proceso y su persona.

Formato que funciona: fotos, reels, historias, carruseles.

Público: 18-45 años, visual, emocional.

LINKEDIN

Ideal para: servicios B2B, consultoría corporativa, formación profesional, reclutamiento.

Formato que funciona: artículos, posts de texto, casos de éxito.

Público: profesionales, tomadores de decisión.

ejercicio 1.1 — elegí tu red

¿Quién es tu cliente ideal? (edad aproximada, intereses, qué hace)

¿Dónde la encontrás? ¿Qué redes usa?

¿Qué tipo de contenido consume? (video, texto, imagen, podcast)

Con todo eso, ¿qué red tiene más sentido para empezar?

□ LA REGLA DE ORO

Empezá con una sola red. Hacéla bien durante 3 meses. Después, si tiene sentido, expandite. Hacer dos mal es peor que hacer una bien.

02

CAPÍTULO DOS

configurar tu perfil

Tu perfil es tu local comercial en las redes. Tiene que estar ordenado, transmitir lo que hacés y guiar al visitante hacia la acción correcta.

LOS BÁSICOS QUE NO PODÉS SALTEAR

el perfil que trabaja por vos

1

Foto de perfil

Tu cara, buena iluminación, fondo simple. No tu logo (salvo que seas una marca, no una persona). La gente se conecta con personas, no con logos.

2

Nombre completo

En Instagram, el campo "nombre" es el que aparece en negrita y es indexable. Ponélo bien: tu nombre real o el de tu marca. Que sea buscable.

3

Bio (150 caracteres)

Quién sos, para quién, qué hacés y qué tiene que hacer quien llega. Conciso y con tu voz. (Para más detalle, leé la guía de bio.)

4

Link en bio

Una sola acción. Si tenés varios destinos, usá una herramienta de linktree o similar. Que el link lleve al lugar correcto para alguien que te acaba de descubrir.

5

Cuenta de empresa / creador

Cambiá a cuenta profesional para tener acceso a estadísticas. Es gratis y te da información que vas a necesitar para entender qué funciona.

03

CAPÍTULO TRES

qué publicar

El contenido tiene que tener un propósito. No publicar por publicar — publicar para conectar, aportar o invitar a la acción.

LOS 4 TIPOS DE CONTENIDO

el mix que funciona

No todo lo que publicás tiene que vender. De hecho, si todo vende, la gente deja de escucharte. El contenido que conecta tiene cuatro propósitos distintos — y los mejores perfiles combinan los cuatro.

E**Educativo**

Enseñás algo útil y concreto. Tips, tutoriales, explicaciones. Posicionás tu expertise y aportás valor antes de pedir nada. Ej: "3 errores que comete tu bio de Instagram".

I**Inspiracional**

Conectás emocionalmente. Una reflexión, una historia, un cambio de perspectiva. No tiene que ser motivacional vacío — tiene que ser real. Ej: "Lo que aprendí cuando casi tiré todo a la basura".

P**Personal**

Mostrás quien sos detrás del negocio. Tu proceso, tu día a día, lo que te apasiona o lo que te costó. La gente compra personas antes de comprar productos.

V**Venta**

Hablás de tus servicios o productos con claridad. Invitás a la acción. Sin vergüenza — si no lo decís vos, nadie lo va a decir. Ej: "Esta semana tengo dos lugares disponibles para consultoría".

□ EL MIX RECOMENDADO

40% educativo · 30% personal · 20% inspiracional · 10% venta directa. No es una regla fija, pero es un buen punto de partida.

04

CAPÍTULO CUATRO

tu primera publicación

El momento que todo el mundo pospone. Acá lo hacemos juntas, paso a paso, para que salga hoy.

LA ESTRUCTURA DEL POST

así se arma un buen post

ESTRUCTURA QUE FUNCIONA SIEMPRE

GANCHO — la primera línea que para el scroll

DESARROLLO — el contenido de valor (educativo, historia, reflexión)

CIERRE — la conclusión o el aprendizaje

CTA — qué querés que haga quien lo leyó

ejercicio 4.1 — tu primer post

Elegí un tema sobre el que sepas algo y que le sirva a tu cliente ideal

Escribí tu gancho (primera oración que llame la atención)

Tip: empezá con una pregunta, una afirmación inesperada o un dato concreto.

¿Cuál es el punto principal que querés transmitir?

¿Qué querés que haga quien lo lee? (CTA)

¿Qué imagen o video va a acompañar este post?

05

CAPÍTULO CINCO

ser constante sin agotarte

La consistencia no es publicar todos los días. Es aparecer con regularidad. La diferencia es enorme — para vos y para tu audiencia.

EL SISTEMA

planificar para no improvisar

La razón por la que la mayoría abandona las redes no es falta de ideas. Es falta de sistema. Cuando cada publicación sale de la nada, en el momento de mayor presión, el agotamiento es inevitable.

1**Elegí una frecuencia real**

Una publicación por semana de calidad es mil veces mejor que cinco al azar. Empezá con lo que podés sostener de verdad.

2**Reservá un momento fijo**

Bloqueá una hora a la semana solo para crear contenido. Sin ese bloque, siempre va a haber algo más urgente.

3**Armá un banco de ideas**

Cuando se te ocurra una idea (en la ducha, manejando, hablando con un cliente), anotala. Una nota de voz, un borrador, lo que sea. No confíes en la memoria.

4**Creá en bloques, no uno por uno**

Es más eficiente crear 4 posts en una hora que crear uno por día. Cuando entrás en modo creación, aprovechá el momentum.

tu plan de contenido mínimo viable

¿Cuántas publicaciones por semana podés comprometerte de verdad?

¿Qué día y hora de la semana vas a crear contenido?

Escribí 5 ideas de temas para tus próximas publicaciones

✦ YA TENÉS LAS BASES

publicar es el comienzo. la estrategia, lo que sigue.

Aprendiste a empezar. Ahora viene la parte buena: entender qué funciona para vos específicamente, afinarlo, escalarlo. Si querés hacerlo acompañada — con alguien que entiende tu negocio y no te da fórmulas genéricas — estoy acá.

[quiero mi consultoría →](#)

@humanacreativa · humana-creativa.com

*"no se trata de estar en todas las redes.
se trata de estar bien en la que
importa."*

— HUMANA CREATIVA