

Cuaderno de Ejercicios

Llena esto mientras lees el manual. Una parte a la vez. El que escribe, aplica. Angel Anderson, MBA.

PARTE 0B - LA LEY DE LA DEMANDA REVELADA

Ejercicio

Toma tus últimas 10 publicaciones.

Por cada una, contesta: ¿qué me REVELÓ esto sobre lo que mi mercado quiere?

Si la respuesta es "nada", esa pieza fue ruido.

Cuenta cuántas de 10 fueron sensores y cuántas fueron relleno. Ese número es tu punto de partida.

PARTE 1 - La Mentalidad: Marketing de Verdad

Ejercicios (Parte 1) - para aplicar o dar en un salón

1. Escucha: consigue 50 frases reales de tu cliente (búsquedas, mensajes, reseñas, grupos). Clasificalas por problema. Entrega: una lista de los 5 problemas más repetidos, en las palabras del cliente.

2. Verdad: escribe las 3 debilidades reales de tu producto y convierte cada una en una frase honesta que genere confianza en vez de espanto.

3. Entrega más: diseña en una página un regalo (herramienta, servicio o recurso gratis) que pudiste haber cobrado. Define qué problema resuelve y a qué pagado lleva.

4. Mide: toma tu último mes de marketing. Separa cada acción en "trajo dinero / me enseñó algo / vanidad pura". Mata mentalmente la columna de vanidad.

5. Háblale a uno: describe tu grupo más pequeño hasta que puedas nombrar 10 personas reales. Si no llegas a 10, estréchalo más.

PARTE 1B - TU RADAR DE DEMANDA EN 7 DÍAS (sin bot, sin presupuesto)

El ejercicio de los 7 días (checklist completo)

Antes de empezar: abre la planilla de captura (4 columnas: fuente, frase exacta, problema, frecuencia, fecha).

[] Día 1 - Google: 15 frases de autocomplete + "la gente también pregunta" + búsquedas relacionadas. Modo incógnito.

[] Día 2 - Reseñas: 3 competidores, filtrar por 1-2 estrellas, anotar frases de dolor exactas. 10-15 frases.

[] Día 3 - Grupos Facebook: buscar por tema en grupos del mercado, anotar preguntas frecuentes y quejas repetidas. 10 entradas.

[] Día 4 - Tus mensajes: revisar últimas 20-30 conversaciones, anotar primera frase del primer mensaje de cada cliente. 10-12 frases.

[] Día 5 - YouTube/foros: 3-5 videos del rubro, comentarios más votados, subReddits si aplica. 8-10 frases nuevas.

[] Día 6 - Conversaciones: 3 personas reales, 4 preguntas del guion, sin vender. 12-18 frases directas.

[] Día 7 - Consolida: agrupar por problema, contar frecuencia, identificar las 5 frases más repetidas o cargadas. Responder: "¿Qué resuelves, en palabras de tu cliente?"

Al terminar tienes: las 5 frases madre, la descripción del problema ideal en palabras del cliente, y los primeros 10 temas para publicar.

PARTE 2 - PUBLICA: decir algo que mueve

Ejercicios (Parte 2)

Ejercicio 1 - BLUF en 5 líneas.

Toma una pieza de copy que hayas escrito (o que hayas visto en una empresa real).

Reescríbela en formato BLUF: conclusión primero, después acción, impacto, resultado, próximo paso.

Compara las 2 versiones. ¿Cuál se entiende más rápido?

Ejercicio 2 - La especificidad que convence.

Escoge 5 frases genéricas de marketing de cualquier negocio ("los mejores", "calidad garantizada", "muchos años de experiencia").

Convierte cada una en una afirmación con número real y dato verificable.

Compara cuál activa más credibilidad.

Ejercicio 3 - STEPPS scoring.

Toma una pieza de contenido que hayas publicado recientemente.

Puntúala: ¿tiene Social currency, Triggers, Emotion, Public, Practical value, Stories?

Suma los puntos. ¿Qué elemento faltó?

Reescríbela agregando ese elemento.

Ejercicio 4 - El reemplazo de las 7 frases.

Escoge el copy de la página web o del perfil de redes de tu negocio.

Identifica cuántas de las 7 frases prohibidas aparecen (o sus variantes).

Reemplaza cada una usando la columna de reemplazos del manual.

Compara antes y después.

Ejercicio 5 - Escribe con el formato que no usas.

Elige el formato de la biblioteca que menos hayas usado en los últimos 3 meses.

Aplica su plantilla a tu negocio o proyecto.

Publica. Mide si el tipo de conversación que genera es distinto al que produce tu formato habitual.

PARTE 2B - LA SOFISTICACIÓN DEL MERCADO: por qué el mismo mensaje verdadero deja de funcionar

Ejercicios (Sofisticación) - para aplicar o dar en un salón

Ejercicio 1 - Diagnostica el estado.

Toma tu último mensaje de venta. Pregúntate: ¿a cuál de los 5 estados de conciencia le habla? ¿Inconsciente, consciente del problema, de la solución, del producto, o el más consciente? Ahora pregúntate en cuál estado está REALMENTE la mayoría de tu audiencia. Si no coinciden, ahí está tu fuga. Reescribe el mensaje para el estado real.

Ejercicio 2 - Ubica tu nivel de mercado.

Escribe los claims que usan tú y tus 3 competidores más cercanos. ¿Todos dicen lo mismo? Entonces estás en nivel 3 o más, y el claim ya no te sirve solo. Escribe el MECANISMO detrás de tu promesa: el cómo, la razón por la que es creíble. Si el mecanismo también lo dicen todos, sube a identidad (nivel 5): ¿quién es tu cliente y cómo le hablas a quién es, no a lo que vendes?

Ejercicio 3 - Resucita un muerto.

Busca un post, email o anuncio que te funcionó hace 6-12 meses. Vuélvelo a usar hoy con un grupo nuevo. Si rinde menos, no culpes al algoritmo: tu mercado subió de nivel. Reescríbelo un nivel más arriba (del claim al mecanismo, o del mecanismo a la identidad) y compáralos.

Ejercicio 4 - Caza la pregunta que cambió.

Durante una semana, anota las preguntas que te hacen tus clientes o que ves en grupos de tu industria. Sepáralas en 2 columnas: "¿existe / hay alguno?" (nivel bajo) y "¿cuál es bueno / en qué se diferencia?" (nivel alto). La columna que crece te dice hacia dónde va tu mercado. Ese es tu radar de sofisticación, hecho a mano, sin bot.

PARTE 3 - MIDE: la verdad en números, no en likes

Ejercicios (Parte 3)

Ejercicio 1 - Limpia tu tablero actual:

Haz una lista de todas las métricas que miras esta semana. Para cada una, pregunta: ¿esta métrica ha cambiado alguna decisión de negocio en los últimos 30 días? Si la respuesta es no, táchala. Lo que queda es tu tablero real.

Ejercicio 2 - Calcula tu CAC real de este mes:

Suma todo lo que gastaste en marketing (anuncios, herramientas, tiempo valorado en dinero). Cuenta cuántos clientes nuevos entraron. Divide. Ese es tu CAC real. Si no sabes cuánto vale tu hora, ponle \$20 mínimo. ¿Cuántos días necesita ese cliente para pagarte lo que costó traerlo?

Ejercicio 3 - Crea tu primera campaña con palabra clave:

Escoge un producto o servicio. Decide una sola palabra que lo represente (TECHO, PIZZA, CITA, PRESUPUESTO). Escribe el CTA con esa palabra. Publica. Registra cada contacto que llegue con esa palabra durante los próximos 14 días.

Ejercicio 4 - Etiqueta tus gastos en los 4 cubos:

Mira los últimos 3 meses de gastos de marketing. Asigna cada peso a un cubo: Experimento, Escalado, Retención, o Marca. ¿Cuánto está en Experimento sin haber cumplido 60 días? ¿Cuánto lleva más de 60 días sin resultado? Eso es lo que cierras esta semana.

Ejercicio 5 - El tablero de los 6 números:

Crea la tabla (papel, Google Sheets, lo que sea). Llénala con los números de esta semana. Ponla donde la veas los lunes. Si no puedes llenar los 6 campos, ese hueco te está diciendo exactamente qué instrumentar primero.

PARTE 4 - VENDE: atención en dinero sin rogar

Ejercicios (Parte 4)

Ejercicio 1 - Construye tu fórmula Kern:

Escribe tu pitch actual en 3 oraciones usando la fórmula. Parte 1: lo que tienes (sin adjetivos, en 1 oración). Parte 2: lo que hace por el cliente (en lenguaje del cliente, con número si puedes). Parte 3: la acción exacta que quieres que tome ahora. Léelo en voz alta. Si suena a disculpa, reescribe.

Ejercicio 2 - Mapa de WIIFM por stakeholder:

Identifica 3 perfiles diferentes de cliente que podrían comprarte. Para cada uno escribe: (a) cuál es su problema #1 esta semana, (b) cómo tu producto lo resuelve desde SU perspectiva, (c) qué objeción van a tener antes de comprar. Después escribe el pitch para cada uno. Deberían sonar completamente diferentes.

Ejercicio 3 - Diseña tu escalera:

Toma lo que vendes hoy y ubícalo en la escalera (gratis, entrada, medio, premium, retainer). Después: ¿qué escalón de abajo te falta? ¿Qué podrías regalar que demuestre que sabes hacer esto? ¿A qué llevas a quien ya compró y quiere más? Escribe 1 oración por escalón que describa qué es y qué hace.

Ejercicio 4 - El recibo:

Toma 1 resultado real de un cliente o usuario. Escríbelo en este formato: "[nombre o perfil]: [número concreto] de [métrica real] en [tiempo]. Fuente: [dónde lo verificas]." Si no tienes cliente todavía, toma el resultado más concreto que hayas producido tú mismo. El recibo no puede tener adjetivos. Solo cifras.

Ejercicio 5 - Escribe el mensaje abre puertas:

Elige 1 prospecto real. Escribe el primer mensaje usando la estructura: (a) dato específico de su negocio o categoría, (b) número real de búsquedas o demanda, (c) las audiencias que llegarían a él, (d) 1 sola pregunta abierta, (e) permiso de salida. Sin precio. Sin urgencia. Sin las 7 frases prohibidas. Envíalo esta semana.

PARTE 5 - EL SISTEMA: cómo se opera cada semana

Ejercicios (Parte 5)

1. Auditoría de la semana pasada.

Toma los últimos 7 días de tu actividad de marketing. Separa cada pieza en 3 columnas: "produjo conversación real", "no produjo nada medible", "no sé." Cuenta cuánto tiempo dedicaste a cada columna. La columna del medio es el punto de partida para el rediseño del sistema.

2. Tu primera palabra clave de ciclo.

Escoge 1 sola categoría de negocio o servicio que sabes que tu audiencia necesita pero que tú no has trabajado como tema todavía. Esa es tu primera palabra clave. Escribe en papel las 3 piezas que lanzarías en los primeros 7 días: una señal, una utilidad, y una pregunta directa. No tienes que publicarlas hoy. Tienes que verlas en papel.

3. Construye tu banco de ideas.

Durante los próximos 5 días, lleva contigo un bloc de notas o la app más simple que tengas. Cada vez que escuches una queja, una pregunta o una observación cotidiana relacionada con tu negocio, escríbela. Al final de los 5 días, clasifica cada una con un carril (utilidad, descubrimiento, historia, pregunta). Ese es tu banco.

4. Diseña tu bloque azul.

Elige el bloque de tu día donde tienes la mente más despejada. No el que "sobra." El mejor. Asigna ese bloque, aunque sea 60 minutos, a producción de marketing 3 veces esta semana. Apaga el teléfono. Cierra el email. Produce solo. Al final de la semana reporta: ¿cuántas piezas salieron de esos 3 bloques vs. el resto de la semana?

5. Define tu 70/20/10.

Mira las últimas 10 piezas que publicaste. ¿Cuántas resolvían algo concreto (utilidad)? ¿Cuántas presentaban algo nuevo (descubrimiento)? ¿Cuántas eran una oferta directa (promoción)? Calcula el porcentaje real. Si la promoción supera el 30%, tienes un problema de confianza acumulada. Si la utilidad está por debajo del 50%, tienes un problema de valor entregado.

PARTE 6 - LA CAJA DE HERRAMIENTAS

El proyecto integrador: pon en práctica el sistema completo con tu negocio o el de alguien que conozcas.

Ejercicio 1 - La escucha real:

Esta semana, captura 10 conversaciones (en persona, por texto, en grupos locales) donde alguien menciona un problema relacionado con tu categoría. Escribe cada una en el banco de ideas con fecha, carril y audiencia. No las analices todavía. Solo captura.

Ejercicio 2 - El mensaje honesto:

Escribe en 1 oración exactamente qué ofreces, para quién y qué resultado produce. Sin adjetivos de agencia. Léela en voz alta. Si suenas a folleto, reescribe. Si suenas a vecino que cuenta la verdad, es la buena.

Ejercicio 3 - El primer ciclo:

Elige la palabra clave con más señal de tus 10 capturas. Redacta el post de señal (hook + valor + acción), pásalo por el checklist de 7 preguntas, y publícalo. Observa 7 días. Documenta lo que pasó.

Ejercicio 4 - El primer recibo:

Con los datos de los 7 días, redacta el recibo. No inventes cifras: usa las reales, aunque sean pequeñas. "3 personas me preguntaron esta semana" es más honesto y más efectivo que "miles de personas buscan esto".

Ejercicio 5 - La primera conversación:

Con el recibo en mano, envía el mensaje "abre puertas" a 1 negocio que se beneficiaría de lo que tienes. Solo 1. Personalizado. Con el dato real. Agenda el seguimiento.

Ejercicio 6 - La medición:

Al final de la semana 2, llena el checklist de medición. Las 6 cifras. Si alguna es cero, es información, no fracaso. Ajusta 1 cosa concreta antes de empezar la semana 3.

El sistema está completo cuando los 6 ejercicios producen al menos 1 conversación de venta real. No tiene que ser un cliente todavía. Solo la conversación. El resto es seguimiento, y el manual ya te dio las plantillas.
