



Workbook Note

***Marketing
Digital para
Emprendedores***

EUGOO!

CONTENIDO WORKBOOK NOTE:

WORKBOOK NOTE MÓDULO 1:

Fundamentos del Marketing Digital

WORKBOOK NOTE MÓDULO 2:

Creación de Marca y Estrategia Digital

WORKBOOK NOTE MÓDULO 3:

Desarrollo de Presencia Online

WORKBOOK NOTE MÓDULO 4:

Redes Sociales y Crecimiento Orgánico

WORKBOOK NOTE MÓDULO 5:

Publicidad Digital y Tráfico Pagado

WORKBOOK NOTE MÓDULO 6:

Email Marketing y Automatización

WORKBOOK NOTE MÓDULO 7:

Ventas y Conversión Digital

WORKBOOK NOTE MÓDULO 8:

Análisis, Optimización y Escalabilidad

WORKBOOK NOTE MÓDULO 9:

Casos de Éxito y Plan de Acción

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 1: CONSTRUYENDO LAS BASES DE TU NEGOCIO DIGITAL

OBJETIVO:

Aplicar los conocimientos adquiridos en el Módulo 1 para desarrollar los primeros pasos de un negocio digital real o simulado, definiendo el modelo de negocio, identificando el mercado objetivo y seleccionando herramientas esenciales para su implementación.

DATOS DEL EMPRENDEDOR

- Nombre:
- Nombre del Proyecto:
- Fecha de inicio:

DEFINIENDO TU IDEA DE NEGOCIO DIGITAL

- Reflexiona sobre qué tipo de negocio digital te gustaría emprender (puede ser basado en un producto, servicio, infoproducto, membresía, etc.).
- Escribe una breve descripción de tu idea de negocio (máximo 200 palabras).
- Pregunta clave: ¿Qué problema resuelve tu negocio para los clientes?

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

(Explica en un párrafo tu idea de negocio y el problema que resuelve):

SELECCIONANDO EL MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

Con base en lo aprendido en la clase 2, investiga qué modelo de negocio digital se adapta mejor a tu idea:

(Marca con una “X” el modelo seleccionado)

- E-commerce
- Suscripción
- Afiliados
- Infoproductos
- Servicios digitales
- Marketplaces

¿Por qué elegiste este modelo?

¿Cómo generará ingresos tu negocio?

CREANDO TU BUYER PERSONA

Define el perfil de tu cliente ideal basándote en preguntas clave.

¿Quién es? (Edad, género, ubicación, intereses, estilo de vida)

¿Qué problemas enfrenta?

¿Cómo tu negocio puede ayudarle?

¿Dónde pasa su tiempo en línea? (Redes sociales, blogs, YouTube, etc.)

Usa herramientas como MakeMyPersona de HubSpot o Canva Buyer Persona Creator para hacer un perfil visual.

Nombre del Buyer Persona:

Características principales:

Principales problemas o necesidades:

Cómo tu negocio puede ayudarle:

Dónde pasa su tiempo en línea:

(Ejemplo: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Blogs, etc.)

CREANDO TU ECOSISTEMA DIGITAL

- Investiga y selecciona las herramientas gratuitas que te ayudarán a lanzar tu negocio digital.
- Define qué herramientas usarás para:
 - Página web o tienda online (Ejemplo: WordPress, Wix, Shopify)
 - Email marketing (Ejemplo: Mailchimp, MailerLite)
 - Redes sociales y contenido (Ejemplo: Canva, Buffer)
 - Análisis y métricas (Ejemplo: Google Analytics, Search Console)
- Explica por qué escogiste cada herramienta.

Herramientas seleccionadas (Llena la tabla con las herramientas que usarás)

Área	Herramienta elegida	Motivo de elección
Página web o tienda		
Email marketing		
Redes sociales		
Diseño gráfico		
Análisis y métricas		

El objetivo no es la perfección, sino la aplicación práctica de lo aprendido. Considera:

Claridad en la idea de negocio y modelo digital.

Coherencia en la selección del buyer persona.

Relevancia de las herramientas escogidas.

REFLEXIÓN FINAL:

¿Qué aprendiste durante este proceso?

¿Cuál fue el mayor reto?

¿Qué parte disfrutaste más?

Esta es tu primera versión de un negocio digital. Recuerda que siempre puedes mejorar y evolucionar. ¡El primer paso ya está dado!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 2: CREACIÓN DE MARCA Y ESTRATEGIA DIGITAL

Las siguientes actividades te ayudarán a aplicar los conceptos clave de este módulo en tu negocio o proyecto personal. Cada una está diseñada para que reflexiones, estructures y pongas en práctica los principios de construcción de marca y estrategia digital.

ACTIVIDAD 1: CONSTRUCCIÓN DE UNA MARCA DIGITAL SÓLIDA

Objetivo: Comprender la importancia de una marca digital sólida y analizar cómo los grandes referentes construyen su identidad de marca para aplicar estrategias similares a tu propio negocio.

Instrucciones:

1. INVESTIGA Y ANALIZA: ELIGE UNA MARCA DIGITAL QUE ADMIRES (PUEDEN SER DE TU INDUSTRIA O DE OTRAS) Y RESPONDE:

¿Cuál es su propósito o misión?

¿Cómo se comunican con su audiencia?

¿Qué elementos visuales y de identidad (colores, tipografía, tono de voz) las hacen reconocibles?

¿Qué valores transmiten a través de su contenido?

2. REFLEXIONA SOBRE TU MARCA: BASADO EN EL ANÁLISIS ANTERIOR, RESPONDE:

¿Qué elementos puedes incorporar a tu propia marca?

¿Cómo puedes mejorar la identidad digital de tu negocio?

3. DEFINE TRES ACCIONES CONCRETAS PARA FORTALECER LA PRESENCIA DIGITAL DE TU MARCA EN LOS PRÓXIMOS 30 DÍAS.

Acciones a implementar y fechas estimadas de ejecución:

Acción:	Fecha:

ACTIVIDAD 2: DEFINIENDO TU PROPUESTA DE VALOR EN 3 PASOS

Objetivo: Crear una propuesta de valor clara y diferenciada que conecte con tu audiencia y defina el beneficio único que ofreces.

Instrucciones:

1. COMPLETA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PARA ESTRUCTURAR TU PROPUESTA DE VALOR:

¿A quién ayudas? (Nombre de tu buyer persona):

¿Qué problema o necesidad resuelves? (Explica qué dolor o necesidad cubre tu producto o servicio):

¿Cómo lo haces diferente o mejor que la competencia? (Diferenciador clave):

2. CON BASE EN TUS RESPUESTAS, REDACTA UNA PROPUESTA DE VALOR EN UNA SOLA FRASE, UTILIZANDO ESTA FÓRMULA:

“Ayudo a [cliente ideal] a [resolver problema] a través de [tu solución], ofreciendo [diferenciador único].”

Tu frase:

3. COMPARTE TU PROPUESTA DE VALOR CON 3 PERSONAS (PUEDEN SER CLIENTES POTENCIALES, COLEGAS O AMIGOS) Y PIDE RETROALIMENTACIÓN. AJUSTA SI ES NECESARIO.

Comentarios o ajustes después de la retroalimentación:

ACTIVIDAD 3: POSICIONAMIENTO - DIFERÉNCIATE DE LA COMPETENCIA

Objetivo: Identificar oportunidades de diferenciación en tu mercado y definir estrategias para destacar frente a la competencia.

Instrucciones:

1. ANÁLISIS DE COMPETENCIA: ANALIZA A LA COMPETENCIA DIRECTA Y RESPONDE:

¿Cuál es su propuesta de valor?

¿Qué tipo de contenido o estrategias utilizan?

¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?

2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES: REFLEXIONA SOBRE LO QUE PUEDES HACER DIFERENTE Y RESPONDE:

¿Qué necesidades de tu cliente aún no están bien cubiertas en el mercado?

¿Cómo podrías comunicar tu valor de manera más clara y efectiva?

3. DEFINE TU POSICIONAMIENTO: BASADO EN TU ANÁLISIS, REDACTA UNA BREVE DECLARACIÓN DE POSICIONAMIENTO CON LA SIGUIENTE ESTRUCTURA:

“Mi negocio se diferencia de la competencia porque [diferenciador clave], permitiendo a nuestros clientes [beneficio principal].”

Mi declaración de posicionamiento:

ACTIVIDAD 4: CREANDO TU ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PASO A PASO

Objetivo: Diseñar un plan de acción práctico para la implementación de una estrategia de marketing digital efectiva.

Instrucciones:

- 1. DEFINE TU OBJETIVO PRINCIPAL DE MARKETING DIGITAL (EJEMPLO: AUMENTAR EL TRÁFICO A MI WEB, GENERAR LEADS, MEJORAR EL ENGAGEMENT EN REDES SOCIALES, AUMENTAR VENTAS).**

Mi objetivo es:

2. SELECCIONA LOS CANALES Y ESTRATEGIAS ADECUADAS:

¿Qué plataformas utilizarás y por qué?

¿Qué tipo de contenido crearás? (Ejemplo: videos, blogs, email marketing, anuncios pagados):

¿Qué frecuencia de publicación tendrás en cada canal?

3. CREA UN MINI PLAN DE ACCIÓN PARA LOS PRÓXIMOS 30 DÍAS:

Semana:	Acciones:	Fecha
Semana 1:		
Semana 2:		
Semana 3:		
Semana 4:		

4. MÉTRICAS CLAVE: DEFINE CÓMO MEDIRÁS EL ÉXITO DE TU ESTRATEGIA (EJEMPLO: NÚMERO DE VISITAS, TASA DE CONVERSIÓN, CRECIMIENTO EN REDES, INTERACCIONES).

Métricas clave que voy a monitorear:

CONCLUSIÓN

Estas actividades te ayudarán a poner en práctica los conceptos aprendidos y a construir una marca sólida con una estrategia digital bien definida. Recuerda que el éxito en el marketing digital no es cuestión de suerte, sino de planificación y ejecución constante.

¡Manos a la obra!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 3 – DESARROLLO DE PRESENCIA ONLINE

Duración: 4 días

Objetivo: Desarrollar una presencia online efectiva mediante la comprensión y aplicación de estrategias digitales clave.

¿NECESITAS UNA PÁGINA WEB? OPCIONES PARA EMPRENDEDORES

Objetivo del día:

Identificar si necesitas una página web y cuál es la mejor opción según tu modelo de negocio.

Reflexión Inicial

Antes de invertir tiempo y dinero en una página web, responde:

¿Para qué necesitas una web? (Ej.: vender productos, generar leads, fortalecer tu marca):

¿Tu audiencia busca información en Google antes de comprar lo que ofreces?

¿Podrías vender solo con redes sociales o necesitas un sitio web para mayor credibilidad?

ACTIVIDAD 1: EXPLORANDO TUS OPCIONES

Investiga las siguientes plataformas y anota sus pros y contras para tu negocio:

Plataforma	Pros	Contras
WordPress		
Shopify		
Wix		
Tiendanube		
Redes Sociales		

Conclusión: ¿Cuál de estas opciones crees que es la mejor para ti? Explica por qué.

ELEMENTOS CLAVE DE UNA WEB QUE VENDE

Objetivo del día:

Diseñar una estructura clara para una web optimizada para la conversión.

Reflexión Inicial

Piensa en la última vez que compraste algo en línea.

¿Qué hizo que confiaras en esa web?

¿Qué elementos te hicieron sentir seguro para comprar o tomar acción?

ACTIVIDAD 2: DISEÑANDO LA ESTRUCTURA DE TU WEB

Dibuja o describe cómo sería la estructura ideal de tu página web incluyendo estos elementos esenciales:

Homepage: ¿Cómo captará la atención en los primeros 5 segundos?

Propuesta de valor: ¿Cómo comunicarás lo que te hace único?

Llamados a la acción (CTA): ¿Dónde estarán ubicados?

Pruebas sociales: ¿Testimonios, casos de éxito o reseñas?

Formulario de contacto / Captura de leads: ¿Cómo generarás confianza para que la gente te deje sus datos?

¿Qué cambios harías en tu web actual o futura para mejorar su efectividad?

INTRODUCCIÓN AL SEO: CÓMO APARECER EN GOOGLE

Objetivo del día:

Comprender los principios básicos del SEO y aplicarlos en tu negocio.

Reflexión Inicial

Cuando buscas algo en Google, ¿qué factores te hacen elegir un resultado en lugar de otro?

¿El título?

¿La descripción?

¿La posición en los primeros lugares?

ACTIVIDAD 3: INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE

1. Ingresa a Google y busca algo relacionado con tu negocio.
2. Anota las primeras 5 sugerencias de autocompletado.
3. Repite el proceso en Google Trends y encuentra tendencias en tu sector.

Ejemplo:

Búsqueda	Palabras Clave Relacionadas	Volumen de Búsqueda (aproximado)
“Cómo mejorar mi café”	Mejorar café en casa, tips café de especialidad	Alto
“Mejor estrategia de marketing”	Estrategia digital, marketing rentable, marketing 2025	Medio

Conclusión: ¿Cómo podrías incluir estas palabras clave en tu contenido digital?

CONTENIDOS DIGITALES QUE ATRAEN CLIENTES POTENCIALES

Objetivo del día:

Crear una estrategia de contenido alineada con tu marca y audiencia.

Reflexión Inicial

¿Qué tipo de contenido consumes en internet?

¿Cuáles han sido los contenidos que más te han generado confianza en una marca?

¿Qué problema o pregunta podrías resolver con tu contenido?

ACTIVIDAD 4: PLAN DE CONTENIDOS

Define al menos tres tipos de contenido que podrías crear para atraer clientes potenciales.

Ejemplo:

Tipo de Contenido	Tema	Objetivo	Plataforma
Blog Post	“5 errores al iniciar un negocio online”	Generar tráfico orgánico	Sitio web
Video Instagram	“Cómo hacer café de especialidad en casa”	Branding y engagement	Instagram Reels
E-book Gratuito	“Guía rápida para mejorar tus ventas”	Captar leads	Landing Page

Conclusión: ¿Cómo integrarás estos contenidos en tu estrategia digital para atraer clientes?

Reflexión Final: Después de completar este Workbook, responde:

¿Qué fue lo más valioso que aprendiste sobre presencia online?

¿Qué cambios implementarás en tu negocio en los próximos 30 días?

¿Cuál es el primer paso que tomarás hoy mismo para mejorar tu presencia digital?

Toma acción y empieza a construir una presencia online sólida y efectiva.

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 4: REDES SOCIALES Y CRECIMIENTO ORGÁNICO

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note te ayudará a aplicar de forma rápida y efectiva las estrategias vistas en este módulo, optimizando tu presencia en redes sociales con acciones concretas.

PASO 1: ELECCIÓN ESTRATÉGICA DE REDES SOCIALES (20 MIN)

EJERCICIO 1: IDENTIFICA A TU AUDIENCIA

- Edad promedio:
- Intereses principales:
- Redes sociales donde están más activos:

Ejercicio 2: Selección de plataformas

Red Social	¿Está tu audiencia aquí? (Sí/ No)	¿Cómo puedes usarla para tu negocio?
Facebook		
Instagram		
TikTok		
YouTube		
LinkedIn		

Acción inmediata: Elige dos redes principales para enfocarte en tu estrategia:

1.

2.

PASO 2: CREACIÓN DE CONTENIDO ESTRATÉGICO (30 MIN)

EJERCICIO 1: DEFINE EL TIPO DE CONTENIDO

Selecciona dos formatos que mejor se adapten a tu negocio:

- Video corto (Reels/TikTok)
- Imagen con texto
- Carrusel de imágenes
- Infografía
- Post con historia inspiradora

Ejercicio 2: Aplica la regla del 80/20

Tipo de Contenido	Ejemplo de Publicación
Contenido de valor (80%)	
Contenido promocional (20%)	

Acción inmediata: Redacta un post o guion de video corto para publicar hoy mismo.

Tema: _____

Formato: _____

PASO 3: ALGORITMOS Y ENGAGEMENT (30 MIN)

EJERCICIO 1: ENTIENDE EL ALGORITMO

Investiga en tu plataforma principal y responde:

- ¿Qué tipo de contenido prioriza esta red social?
- ¿Cuáles son los mejores horarios para publicar?

EJERCICIO 2: APLICA ESTRATEGIAS DE ENGAGEMENT

Marca 3 tácticas para aumentar tu alcance:

- Publicar en los horarios de mayor interacción
- Usar hashtags estratégicos
- Incluir un llamado a la acción en cada post
- Responder mensajes y comentarios rápido
- Colaborar con otras cuentas

Acción inmediata: Aplica estas tácticas en la publicación que harás hoy y mide la interacción en 24 horas.

PASO 4: ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO ORGÁNICO (30 MIN)**EJERCICIO 1: DEFINE TÁCTICAS DE CRECIMIENTO**

Selecciona 2 estrategias para ganar seguidores de manera orgánica:

- Publicar contenido de alto valor constantemente
- Crear dinámicas o retos con la audiencia
- Participar en grupos y comunidades
- Hacer colaboraciones con otros emprendedores

Ejercicio 2: Mini-plan de contenido

Día	Tema	Formato	Objetivo
Hoy			
Próximo post			

Acción inmediata: Planifica tu próxima publicación con base en lo aprendido hoy.

Reflexión Final

¿Cuál fue tu mayor aprendizaje en este ejercicio?

Este Workbook Note está diseñado para darte resultados inmediatos. Recuerda: La clave del éxito en redes sociales es la constancia y la optimización. ¡Empieza hoy!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 5: PUBLICIDAD DIGITAL Y TRÁFICO PAGADO

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note te ayudará a aplicar de manera práctica los conceptos clave de la publicidad digital, optimizando tu inversión y aumentando la efectividad de tus anuncios.

PASO 1: COMPRENDE LA PUBLICIDAD DIGITAL (20 MIN)

Ejercicio 1: Identifica tu objetivo publicitario

Selecciona el principal objetivo de tu campaña:

- Aumentar reconocimiento de marca
- Generar tráfico a mi página web
- Captar leads o registros
- Aumentar ventas

Acción inmediata: Define una meta específica y medible para tu primera campaña:

Ejemplo: Conseguir 100 clics a mi página web en 7 días con una inversión de \$500 MXN.

Mi meta: _____

PASO 2: CONOCIENDO GOOGLE ADS Y META ADS (30 MIN)

EJERCICIO 1: DIFERENCIAS CLAVE

Completa la siguiente tabla para entender cuál plataforma se adapta mejor a tu negocio:

Plataforma	Tipo de Negocio Ideal	Objetivo Principal
Google Ads		
Meta Ads (Facebook & Instagram)		

EJERCICIO 2: DEFINE TU PRESUPUESTO

- ¿Cuánto estás dispuesto a invertir semanalmente en anuncios? _____
- ¿Cuál es tu costo máximo por adquisición de cliente? _____

Acción inmediata: Elige la plataforma con la que iniciarás tu primera campaña publicitaria.

Google Ads

Meta Ads

PASO 3: SEGMENTACIÓN: LLEGA A LAS PERSONAS CORRECTAS (30 MIN)**EJERCICIO 1: DEFINE A TU CLIENTE IDEAL**

- Edad:
- Ubicación:
- Intereses y comportamientos:

Ejercicio 2: Define tu segmentación inicial

Completa la siguiente tabla para estructurar la segmentación de tu campaña:

Segmento	Características clave
Público frío	
Público tibio	
Público caliente	

Acción inmediata: Aplica esta segmentación en la configuración de tu primera campaña.

PASO 4: RETARGETING PARA RECUPERAR CLIENTES (30 MIN)

EJERCICIO 1: DEFINE QUÉ USUARIOS RETARGETEAR

Selecciona el tipo de usuarios a los que volverás a impactar con anuncios:

- Visitantes de mi página web
- Personas que interactuaron con mis publicaciones
- Usuarios que abandonaron el carrito de compra
- Clientes actuales para ventas repetidas

EJERCICIO 2: CREA UN MENSAJE PERSUASIVO

Redacta un anuncio de retargeting que motive a las personas a completar su compra o acción:

Ejemplo: “Sabemos que te interesó nuestro producto, ¡aquí tienes un 10% de descuento exclusivo por 24 horas! Aprovecha ahora.”

Mi anuncio:

Acción inmediata: Si ya tienes tráfico en tu sitio web o redes sociales, configura una campaña de retargeting con este mensaje.

REFLEXIÓN FINAL

¿Qué aprendizaje te llevas hoy que aplicarás en tu estrategia de publicidad digital?

Este Workbook Note está diseñado para ayudarte a tomar acciones inmediatas y rentabilizar tu inversión en publicidad digital. La clave está en la segmentación y la optimización continua. ¡Empieza hoy!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 6: EMAIL MARKETING Y AUTOMATIZACIÓN

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note te guiará para implementar email marketing de manera efectiva, crear una lista de suscriptores de calidad y automatizar procesos para vender en piloto automático.

PASO 1: COMPRENDE EL VALOR DEL EMAIL MARKETING (20 MIN)

EJERCICIO 1: IDENTIFICA TU PROPÓSITO

¿Por qué quieres implementar email marketing en tu negocio?

- Generar más ventas
- Fidelizar clientes
- Automatizar procesos
- Compartir contenido de valor

Acción inmediata: Define un objetivo claro y medible.

Ejemplo: Conseguir 200 suscriptores en un mes para enviarles contenido semanal.

Mi objetivo:

PASO 2: CONSTRUCCIÓN DE UNA LISTA DE SUSCRIPTORES SIN SPAM (30 MIN)

EJERCICIO 1: DEFINE TU LEAD MAGNET

¿Qué incentivo ofrecerás para que las personas se suscriban a tu lista?

- E-book gratuito
- Descuento exclusivo
- Minicurso en video
- Checklist o plantilla descargable

Acción inmediata: Escribe el título de tu lead magnet y la promesa de valor.

Ejemplo: “Guía rápida: 5 pasos para aumentar tus ventas con email marketing”

Mi lead magnet:

PASO 3: CREACIÓN DE UN EMBUDO AUTOMATIZADO (40 MIN)

EJERCICIO 1: DISEÑA TU SECUENCIA DE EMAILS

Completa la siguiente tabla para planificar la estructura de tu embudo automatizado:

Día	Contenido del Email	Objetivo
1		
3		
5		
7		

Acción inmediata: Redacta el asunto de tu primer email y un borrador de su contenido.

Ejemplo de asunto: “¡Bienvenido! Descubre cómo triplicar tus ventas con emails”

Mi asunto:

Borrador del email:

PASO 4: HERRAMIENTAS DE AUTOMATIZACIÓN (30 MIN)

EJERCICIO 1: SELECCIONA UNA HERRAMIENTA

¿Qué plataforma usarás para enviar emails y automatizar tu embudo?

- Mailchimp
- ActiveCampaign
- Brevo (antes Sendinblue)
- ConvertKit

Acción inmediata: Configura tu cuenta en la herramienta elegida y sube tu primer email automatizado.

REFLEXIÓN FINAL

¿Qué acción concreta implementarás hoy para mejorar tu estrategia de email marketing?

Este Workbook Note está diseñado para que apliques de inmediato lo aprendido y construyas una estrategia de email marketing efectiva y automatizada. ¡Empieza hoy mismo!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 7: VENTAS Y CONVERSIÓN DIGITAL

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note te ayudará a entender la psicología del consumidor digital, optimizar tu página de ventas y aplicar estrategias para aumentar el valor de cada cliente.

PASO 1: CONOCE A TU CLIENTE IDEAL (30 MIN)

EJERCICIO 1: DEFINE A TU COMPRADOR IDEAL

Responde estas preguntas para perfilar a tu cliente ideal:

- ¿Quién es tu cliente ideal? (Edad, intereses, necesidades, problemas, deseos)

- ¿Qué objeciones podría tener antes de comprar tu producto o servicio?

- ¿Qué emociones influyen en su decisión de compra? (Ejemplo: confianza, urgencia, exclusividad)

Acción inmediata: Escribe una frase que resuma cómo tu producto resuelve un problema de tu cliente.

Ejemplo: “Con este curso, los emprendedores pueden triplicar sus ventas sin gastar en anuncios.”

Mi frase:

PASO 2: OPTIMIZA TU PÁGINA DE VENTAS (30 MIN)

EJERCICIO 1: EVALÚA LOS ELEMENTOS ESENCIALES

Revisa si tu página de ventas tiene estos elementos clave:

- Título llamativo (Promesa clara del beneficio)
- Imagen o video atractivo
- Beneficios claros y específicos
- Testimonios de clientes
- Botón de compra visible y claro
- Garantía o devolución

Acción inmediata: Escribe o mejora el título de tu página de ventas.
Ejemplo: “Domina el Email Marketing y Automatiza tus Ventas en 7 Días”

Mi título:

PASO 3: AUMENTA EL VALOR DE CADA COMPRA CON UPSELLING Y CROSS-SELLING (30 MIN)

EJERCICIO 1: DISEÑA UNA OFERTA DE UPSELLING O CROSS-SELLING

1. Producto o servicio principal:

2. Oferta de upselling (una versión premium o más completa):

3. Oferta de cross-selling (producto complementario):

Acción inmediata: Crea un mensaje de venta para tu upselling o cross-selling.

Ejemplo: “Por solo \$10 más, obtén acceso a una sesión exclusiva de preguntas y respuestas en vivo.”

Mi mensaje:

PASO 4: FIDELIZACIÓN Y RECOMPRAS (30 MIN)

EJERCICIO 1: DISEÑA UNA ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

¿Qué harás para que tus clientes vuelvan a comprar? Marca las estrategias que aplicarás:

- Programa de recompensas o descuentos para clientes frecuentes
- Comunidad privada (grupo de Facebook, Telegram, etc.)
- Emails personalizados con contenido de valor
- Encuestas para conocer sus necesidades futuras

Acción inmediata: Define una acción concreta para fidelizar clientes.

Ejemplo: “Enviaré un email con un 10% de descuento para su próxima compra después de 30 días.”

Mi estrategia:

REFLEXIÓN FINAL

¿Qué cambio implementarás hoy en tu estrategia de ventas para mejorar tus conversiones?

Este Workbook Note está diseñado para que apliques de inmediato cada estrategia y conviertas más visitantes en compradores leales. ¡Empieza ahora!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 8: ANÁLISIS, OPTIMIZACIÓN Y ESCALABILIDAD

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note te ayudará a evaluar el rendimiento de tu estrategia digital, interpretar métricas clave y desarrollar un plan para escalar tu negocio sin comprometer la rentabilidad.

PASO 1: EVALÚA TU ESTRATEGIA ACTUAL (30 MIN)

EJERCICIO 1: DIAGNÓSTICO DE TU ESTRATEGIA DIGITAL

Responde estas preguntas para determinar si tu estrategia está funcionando:

- ¿Cuáles son tus principales objetivos de marketing digital? (Ejemplo: aumentar ventas, conseguir leads, mejorar el engagement, etc.)

- ¿Qué estrategias has implementado en los últimos 3 meses?

- ¿Qué resultados has obtenido hasta ahora?

Acción inmediata: Define un objetivo claro y medible para mejorar tu estrategia.

Ejemplo: “Aumentar en un 20% el tráfico orgánico en los próximos 60 días.”

Mi objetivo:

PASO 2: HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN Y MÉTRICAS CLAVE (30 MIN)

EJERCICIO 1: IDENTIFICA LAS MÉTRICAS QUE REALMENTE IMPORTAN

Marca las métricas que estás midiendo actualmente:

- Tráfico web (visitas, usuarios únicos)
- Tasa de conversión (leads o ventas generadas)
- Costo por adquisición (CPA)
- Retorno de inversión (ROI)
- Engagement en redes sociales (likes, comentarios, shares)
- Retención de clientes (recompras, tiempo de vida del cliente)

Acción inmediata: Si aún no utilizas una herramienta de análisis, crea una cuenta en Google Analytics o revisa tus métricas en redes sociales. Anota aquí una observación sobre los datos más relevantes que encuentre:

PASO 3: INTERPRETACIÓN DE MÉTRICAS Y TOMA DE DECISIONES (30 MIN)

EJERCICIO 1: ENCUENTRA PATRONES EN TUS MÉTRICAS

Revisa tus datos y responde:

1. ¿Qué estrategia ha generado los mejores resultados?

2. ¿Qué área necesita mejoras urgentes?

3. ¿Cuál es la principal razón por la que los usuarios no convierten?

Acción inmediata: Define un ajuste en tu estrategia basado en los datos analizados.

Ejemplo: “Mejoraré la tasa de conversión optimizando mi página de ventas con testimonios de clientes.”

Mi ajuste:

PASO 4: ESCALAR SIN PERDER RENTABILIDAD (30 MIN)

EJERCICIO 1: DISEÑA UN PLAN DE ESCALABILIDAD

Responde estas preguntas para definir tu estrategia de crecimiento:

- ¿Cuál es la mejor estrategia para escalar tu negocio?
 - Invertir más en publicidad digital
 - Optimizar la conversión antes de aumentar el tráfico
 - Expandir mi oferta de productos/servicios
 - Automatizar procesos de venta y atención al cliente

Acción inmediata: Escribe una acción específica para escalar tu negocio sin perder rentabilidad.

Ejemplo: “Automatizaré el seguimiento de clientes con email marketing para aumentar la retención.”

Mi acción:

REFLEXIÓN FINAL

¿Qué cambio implementarás hoy para optimizar y escalar tu negocio digital?

Este Workbook Note está diseñado para que tomes decisiones basadas en datos y escales tu negocio de forma rentable. ¡Manos a la obra!

NOTAS:

WORKBOOK NOTE – MÓDULO 9: CASOS DE ÉXITO Y PLAN DE ACCIÓN

Duración: 1 día (Máximo 2 horas)

Este Workbook Note está diseñado para que, al terminar este módulo, puedas inspirarte con ejemplos de éxito, crear un plan de acción efectivo y usar recursos adicionales para seguir creciendo como emprendedor. Además, reflexionarás sobre cómo aplicar lo aprendido en tu negocio para lograr el éxito digital.

PASO 1: CASOS DE ÉXITO – APRENDE DE LOS GRANDES (30 MIN)

EJERCICIO 1: ESTUDIO DE CASOS DE NEGOCIOS EXITOSOS

Investiga brevemente un caso de éxito de un negocio digital que te inspire. Responde las siguientes preguntas:

- ¿Qué hizo este negocio para alcanzar el éxito?
- ¿Qué estrategia digital usaron que consideras clave?
- ¿Cómo puedes aplicar algo similar en tu propio negocio?

Acción inmediata: Inspírate con este caso para establecer una meta a corto plazo en tu negocio.

Ejemplo: “Aplicaré una estrategia de crecimiento orgánico similar a la de este caso para aumentar mi presencia en redes sociales.”

Mi meta inspirada:

PASO 2: CREACIÓN DE TU PLAN DE ACCIÓN PERSONALIZADO (40 MIN)

EJERCICIO 1: ESTABLECE METAS CLARAS Y ALCANZABLES

Para que tu negocio crezca y sea rentable, debes tener un plan sólido. Completa las siguientes secciones:

1. Meta a corto plazo (30 días):

2. Meta a mediano plazo (3 meses):

3. Meta a largo plazo (6 meses o más):

EJERCICIO 2: ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR TUS METAS

Define una acción específica para cada meta:

1. Meta a corto plazo – Estrategia:

2. Meta a mediano plazo – Estrategia:

3. Meta a largo plazo – Estrategia:

Acción inmediata: Pon en marcha tu estrategia para lograr tus metas a corto plazo.

Mi primer paso:

PASO 3: RECURSOS ADICIONALES PARA SEGUIR CRECIENDO (30 MIN)

EJERCICIO 1: IDENTIFICA RECURSOS CLAVE

Aquí te proporcionamos una lista de recursos que pueden ayudarte en tu camino como emprendedor. ¿Cuáles te gustaría integrar en tu proceso de crecimiento? Marca los más relevantes para ti:

- Cursos online
- Grupos de apoyo o comunidades de emprendedores
- Herramientas de análisis y métricas (Google Analytics, SEMrush, etc.)
- Libros de marketing y negocios digitales
- Podcasts sobre emprendedurismo y marketing digital
- Consultorías o mentoring

Acción inmediata: Escoge uno o más de estos recursos y comprométete a utilizarlos en las próximas semanas.

Mi recurso seleccionado:

PASO 4: REFLEXIÓN FINAL SOBRE MARKETING DIGITAL (20 MIN)

EJERCICIO 1: REFLEXIONA SOBRE TU APRENDIZAJE

Responde estas preguntas para reflexionar sobre tu camino como emprendedor digital:

1. ¿Cómo ha cambiado mi visión del marketing digital desde que empecé este curso?

2. ¿Qué aspecto del marketing digital considero más importante para el éxito de mi negocio?

3. ¿Qué obstáculos creo que enfrentaré en mi camino y cómo planeo superarlos?

Acción inmediata: Reflexiona sobre estos puntos y escribe una frase motivacional para mantenerte enfocado en tu propósito.

Mi frase motivacional:

REFLEXIÓN FINAL

Este Workbook Note te ha permitido estructurar tu plan de acción y entender que el camino hacia el éxito digital es un proceso continuo. ¡Ahora es el momento de tomar acción! ¡Tu futuro como emprendedor digital está en tus manos!

NOTAS:

¡FELICIDADES POR COMPLETAR ESTE WORKBOOK NOTE!

Queremos felicitarte por tu dedicación y esfuerzo al completar el Curso de Marketing Digital para Emprendedores. Sabemos que cada paso que das te acerca más a tus objetivos, y hemos visto que has adquirido herramientas poderosas para transformar tu negocio. Este es solo el comienzo de tu camino digital, y estamos emocionados de ver cómo aplicarás lo aprendido para alcanzar nuevas alturas.

REFLEXIÓN: EL MARKETING DIGITAL COMO HERRAMIENTA DE CRECIMIENTO

El marketing digital es mucho más que una serie de tácticas: es una filosofía de crecimiento, adaptación y constante evolución. Como emprendedor, la clave del éxito radica en la capacidad de adaptarte, probar nuevas estrategias, y ajustar lo que no funciona. Pero también radica en tu pasión, perseverancia y enfoque. Recuerda que el aprendizaje nunca termina. Lo que hoy es una estrategia emergente, mañana puede ser una oportunidad de crecimiento.

Este curso te ha proporcionado estrategias prácticas para convertirte en un experto del marketing digital. Desde la creación de contenido, la optimización de tus ventas, hasta cómo construir una presencia sólida y orgánica en redes sociales. ¡Tienes ahora las herramientas necesarias para llevar tu emprendimiento al siguiente nivel!

Sugerencias de parte de **EDUGOO**:

1. Ponte en acción inmediatamente: El conocimiento es solo el primer paso. Pon en práctica lo que has aprendido ahora mismo. Comienza a definir tu estrategia de marketing, optimiza tu página de ventas o empieza a crear contenido que conecte con tu audiencia.
2. No temas ajustar: No todo saldrá perfecto desde el inicio. El marketing digital se trata de prueba y error. Si algo no funciona, ajusta y prueba de nuevo. La clave es no rendirse.
3. Invierte en tu crecimiento continuo: Sigue aprendiendo, sigue leyendo, sigue participando en foros, cursos y webinars. El mundo digital está en constante evolución, y tú debes estar al tanto de las nuevas tendencias.
4. Rodéate de una comunidad: El emprendimiento puede ser desafiante, pero no tienes que hacerlo solo. Únete a comunidades de emprendedores y profesionales del marketing digital. Comparte experiencias, aprende de otros y crea sinergias.
5. Celebra cada pequeño logro: Cada paso que das, por pequeño que sea, es un avance. Tómate un momento para reconocer tus logros y celebrar el progreso que estás haciendo. Esto te dará la energía y motivación para seguir adelante.
6. Establece metas claras: El éxito es más alcanzable cuando sabes hacia dónde vas. Si aún no lo has hecho, establece metas a corto, medio y largo plazo, y realiza un seguimiento constante de tus avances.

En **EDUGOO**, estamos aquí para apoyarte

Este curso es solo el inicio de tu viaje. En **EDUGOO**, nuestra misión es proporcionarte herramientas y recursos educativos que te ayuden a llevar tu negocio digital al siguiente nivel. Si necesitas más apoyo, siempre puedes regresar a los materiales del curso, consultar más recursos de nuestra plataforma, o incluso contactar con nuestro equipo para dudas y asesoramiento adicional.

¡Te deseamos mucho éxito en tu camino digital!

Recuerda que el futuro es digital y está lleno de oportunidades. Tu negocio tiene todo lo necesario para brillar en este mundo. Confía en ti mismo y sigue adelante. ¡El éxito es tuyo para tomarlo!

Con gratitud,

El equipo de **EDUGOO**

¡Siempre a tu lado en cada paso de tu emprendimiento!