

Bloque #1

Intensivo Anuncios Creativos con IA

Bloque #1. La Psicología de un Anuncio Rompe Scroll

CHAT: <https://chatgpt.com/share/68603f24-9c18-8006-8161-f73718f29bd9>

“La clave de un buen Marketing es llegar a la Persona correcta, con el Mensaje correcto y la Oferta Correcta en el Momento Correcto”

Persona: Avatar - Representación de nuestro cliente ideal

Mensaje: Copy - Palabras que usamos para llamar la atención de nuestro cliente

Oferta: Lo que promovemos (GRATIS / PAGO) - Ejemplo: Webinar Gratuito/ Llamada Gratuita; Curso Pago; Consultoría, Mentoría.

Momento: Es la SITUACIÓN en la que se encuentra la persona.

¿Qué es lo que hace que las personas den clic a un anuncio?

CTR (% de clics de un anuncio) -> (0.5-1.5%)

Anuncios CREATIVOS con IA -> CTR superiores a 1.5%

3 disparadores psicológicos que hace que las personas tomen acción en publicidad

- **Generar deseo (Motivación Delantera)** -> Mostrastes algo **ESPECÍFICO** que ellos quieren, relacionado a tu tema.
- **Eliminar el dolor (Motivación Trasera)** - > Mostrarles algo ESPECÍFICO que ellos YA NO QUIEREN (dolores, sufrimiento, quejas, incomoda, molesta), relacionado a tu tema.
- **Generar Curiosidad** -> Mostrarles algo DIFERENTE a lo que conocen. Llamarles la atención por medio de algo NUEVO, fresco, otro ángulo.

ACTIVIDAD #0. Personalizar tu Chat GPT

Decirle sobre nosotros y nuestro negocio, nuestro lenguaje, productos, contexto.

¿Cómo debería llamarte ChatGPT?

Héroe

¿A qué te dedicas?

Mentor de Negocios Digitales para Emprendedores Digitales, Expertos y Creadores de Cursos Online

¿Qué características debería tener ChatGPT?

Tono cálido, cercano y conversacional. De vez en cuando incluye alguna broma o risas tipo jaja. No exageres en los signos de puntuación, puede ser ligeramente informal como usar solo 1 signo de admiración o interrogación al final.

¿Hay algo más que ChatGPT debería saber sobre ti?

Somos Héroes Digitales, 2 personas Kevin e Ivet los fundadores y mentores de nuestra comunidad. En ocasiones usamos chat gpt para revisar tareas de alumnos en tiempo real, durante la clase y es posible que preguntemos ejemplos de diferentes nichos o temas que no es el nuestro (Negocios Digitales de Cursos y Mentorías).

ACTIVIDAD #1. Definir a nuestro Cliente Ideal con los 3 disparadores Psicológicos

Set UP:

- Vamos a crear el Marketing de mi embudo de ventas y necesito que seas mi asesor experto con habilidades de copy ¿Estás listo? Confirma de Enterado

Avatar:

- Menciona 5 tipos de cliente ideal para la venta de (Tu Producto)
- Perfecto, me quedo con la opción (pon el # de la que más te gustó). Solo confirma de enterado.

Disparador #1. Motivación Delantera:

- Cuáles serían los principales deseos y ambiciones que quiere alcanzar con mi producto
- Perfecto, me quedo con el (pon el # que eliges) Confirma de Enterado

Disparador #2. Motivación Trasera:

- Cuáles serían los principales puntos de dolor de ese cliente ideal respecto a mi producto.
- Perfecto, me quedo con el (pon el # que eliges) Confirma de Enterado

Disparador #3. Generar Curiosidad

- Cuáles serían las principales formas de llamar la atención y generar curiosidad con mi producto. Dame formas muy creativas e innovadoras.

- Perfecto, me quedo con el (pon el # que eliges) Confirma de Enterado

Bloque #2

Bloque #2. Dale Vida a tu Idea - Crea Concepto Creativo con IA

¿Qué elementos tiene un Anuncio Creativo?

FORMATOS: Imagen / Video

1. **Copy:** Texto del anuncio que acompaña a la imagen/video
2. **Hook (Gancho):** Frase de inicio del video / Frase central de la imagen
3. **Conceptos Relacionados:** Elementos audiovisuales relacionados a tu tema
 - a. Ejemplo: Escuela: Mochila, Cuaderno, etc; Negocios Digitales: \$\$\$, computadora, procesador de pago.
 - b. Ejemplo Héroes: Nave, Espacio, Héroe, Aventura, Computadoras, etc
4. **Concepto CREATIVO:** Escena donde se desarrolla la idea (escena de película, de un libro, fantasía, idea abstracta, etc)
5. **CTA:** Llamado a la acción que los lleva a donde eliges en tu estrategia
 - a. Regístrate GRATIS a mi MasterClass
 - b. Haz clic aquí para más información

EJERCICIO #2. Crear Hooks e Ideas para Anuncios Virales

Prompt Final: Hooks y Contenido Viral desde Dolor, Deseo o Curiosidad

Actúa como un experto en anuncios virales y Reels de alto rendimiento en Instagram.

Estoy creando contenido para captar la atención de mi cliente ideal desde los primeros segundos y aumentar el CTR de mis anuncios y videos.

 Proporcionaré lo siguiente como base para que generes ideas:

- Dolores principales de mi cliente ideal: **(TUS DOLORES)**
- Deseos profundos que tienen: **(TUS DESEOS)**
- Ganchos de curiosidad que podrían llamar su atención: **(TUS GANCHOS)**
(⚠ También puedes usar mi nicho o temática si lo consideras útil)

Con esa información, tu tarea es transformarlo en una tabla con **ideas de contenido listas para grabar**, siguiendo esta estructura:

1. **Elemento base** (Dolor, Deseo o Curiosidad)
2. **Idea de contenido** (qué puede mostrar o decir en el anuncio o reel)
3. **Hook viral sugerido** (frase de apertura que detenga el scroll)
4. **CTA visual recomendado** (texto, gesto, botón, etc.)
5. **Ángulo emocional activado** (frustración, deseo, esperanza, urgencia, humor, etc.)

🎯 El objetivo es que cada idea sea visual, concreta, conecte emocionalmente y ayude a convertir visualizaciones en clics o leads. Dame al menos 20 ideas

EJERCICIO #3. Desarrollar el concepto de mi Marca

Dame una lista de 20 elementos que puedan estar relacionados con mi Negocio de (TEMA) y que pueda utilizar para representar gráficamente en mis anuncios. Ejemplo: Objetos cotidianos, elementos de tecnología, fantasía, símbolos, etc

Bloque #3.

Bloque #3. El Anuncio que Cobra Vida – Texto e Imágenes Generadas con IA

REGLA DE ORO: Antes de generar el ANUNCIO, vamos a generar y pulir la escena publicitaria.

PROMPTS

 Prompts CREATIVOS IA

HACK NINJA: Pedir los ajustes gráficos antes de generar la imagen.

Ejemplo de Prompt para hacer ajustes (entre el prompt 1 y el 2):

Me gusta mucho. Pero haz los siguientes ajustes antes de generar la imagen.

1. Anuncia mi MasterClass GRATUITA "Anuncios Creativos con IA"
2. Incluye más elementos relacionados a mi marca "Héroes Digitales" (Nave, astronauta, redes sociales, etc)
3. aumenta el drama en la escena
4. Usa estilo COMIC tipo Marvel

Dame el texto antes de generar la imagen

PROMPT:

Me encanta, ahora dame otras ideas con variantes creativas y visuales para representar esa misma escena.

SUBIR TUS CREATIVOS (Min 3) -  Anuncios Creativos con IA

NUEVO CHAT:

<https://chatgpt.com/share/68606499-90dc-8006-a5cd-30aa9ee94a57>

BÁSICOS DE COPY PARA ANUNCIOS

Copy = Escritura persuasiva

Estructuras de Copy: Formatos “enlatados” para hacer publicidad

Ejemplo: AIDA -> Atención, Interés, Deseo y Acción

BONO: 📄🎁 **BONO #1 – Plantilla de Copy para Anuncios Creativos**

PROMPT: Dame un copy tipo AIDA para ese anuncio en FB Ads

Gatillos Mentales: Ángulos psicológicos de influencia

“Autoridad” -> Respetamos a figuras de autoridad (resultados, logros, títulos, certificaciones)

“Prueba Sociales” -> Seguimos a personas similares que tienen resultados que queremos

“Urgencia” -> Respondemos a los estímulos del **tiempo** que se acaba - últimas 2 horas”

“Escasez” -> Respondemos a los estímulos del **cantidad** que se acaba “últimos 3 lugares”

PROMPT: Dame diferentes ideas de gatillos mentales que puedo usar para el copy de esta imagen

EJERCICIO #4. Crear un copy personalizado para cada imagen
(Utiliza la estructura AIDA o PAS)

Bloque #4.

Bloque #4. Creación de Campañas a WhatsApp

Ley de probabilidades:

1 Anuncio = 1 Bala = Poca Probabilidad de Éxito

1 Matiz de Anuncios (Ad Grid) = Múltiples balas = Mayor Probabilidad de Éxito

Vamos a combinar

CREATIVOS (imagen + copy) VS Segmentación

Por cada combinación vamos a invertir desde \$1usd/día

Ejemplo de Matriz 3x2 = 6 Pruebas = \$6usd/día

CREATIVO	SEGMENTACIÓN #1 (Emprendedores MX)	SEGMENTACIÓN #2 (Público Abierto MX)
Creativo #1 (Matrix)	1.1	1.2
Creativo #2 (Toy Story)	2.1	2.2
Creativo #3 (UP)	3.1	3.2

Resultado:

1 Anuncio Perdedor -> SE APAGA

3 Anuncios Regulares -> Se observa (24-48h extras)

2 Anuncios Ganadores -> Se deja o se escala -> \$1usd/día -> \$2/3usd

2 Indicadores Principales

Indicador #1. CTR (Tasa de Clics) -> Mayor a 1.5%

CTR
Mayor a 1.5%
Entre 1 y 1.5%
Entre 0.5 y 1%
Menor a 0.5%

Indicador #2. CPL (Costo Por Lead/Prospecto)

Ejemplo: Para una campaña de Mensajes a WhatsApp “Costo por Conversación”

Depende del NICHOS -> Entre más abierto y menos competido, el CPL es más barato.
Entre más específico y más competido el CPL es más alto.
NOTA: El CPL aumenta con el paso del tiempo (meses y años)

CPLs (estándar)	CPLs (nichos amplios)	CPLs (nichos competidos)
Menos de 0.75usd	Menos de 0.5usd	Menos de 1usd
Entre 0.75-1usd	Entre 0.5 y 0.75usd	Entre 1 y 1.5usd
Entre 1. y 1.5usd	Entre 0.75 y 1usd	Entre 1.5 y 1.75usd
Mayor a 1.5usd	Mayor a 1usd	Mayor a 1.75usd

CAMPAÑA A WHATS APP - MENSAJES -> Maximizar Conversaciones

✓ Conversión

Ubicación de la conversión

Elige a dónde quieres dirigir el tráfico.

[Información sobre las ubicaciones de conversión](#)

- ☐ Sitio web
Envía el tráfico a tu sitio web.
- ☐ App
Envía el tráfico a tu app.
- ☒ Destinos de mensajes
Envía el tráfico a Messenger, Instagram y WhatsApp.
- ☐ Instagram o Facebook
Envía el tráfico a un perfil de Instagram, una página de Facebook o ambos.
- ☐ Llamadas
Consigue que las personas llamen a tu negocio.

Objetivo de rendimiento

Cómo mides el éxito de tus anuncios. [Información sobre los objetivos de rendimiento](#)

Maximizar el número de conversaciones

✓ Presupuesto y calendario

Presupuesto ⓘ

Presupuesto diario ▼ \$1.00 USD

Gastarás un promedio de \$1.00 por día. El gasto diario máximo es de \$1.75 y el gasto semanal máximo es de \$7.00.

[Información sobre el presupuesto diario](#)

Calendario

Fecha de inicio

28 de junio de 2025 19:21 CST

Fecha de finalización

☒ Definir una fecha de finalización

7 de julio de 2025 12:00 CST

✓ Público Advantage+ ⁺

Mostraremos automáticamente los anuncios a las personas con más probabilidades de responder. Los mostraremos a las personas que coincidan con tu sugerencia y a otros públicos cuando haya posibilidades de mejorar el rendimiento.

[Información sobre los públicos](#)

Públicos personalizados ⓘ

Crear ▼

🔍 Buscar públicos existentes

Edad ⓘ

30 ▼

55 ▼

Sexo ⓘ

Todos los sexos

Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con ⓘ

Intereses > Business and industry

Entrepreneurship (business & finance)

🔍 Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

✓ Contenido del anuncio

Selecciona y optimiza el texto, el contenido multimedia y las mejoras del anuncio.

Configurar contenido ▼

🖼️ Anuncio con foto

🎥 Anuncio con video

... el chat una vez que las personas toquen el anuncio. [Más información](#)

Seleccionar ajuste para ubicaciones

Evaluamos tu imagen y la ajustamos para que se adapte a las ubicaciones cuando creemos que puede tener mejores resultados. Puedes editar estas versiones o subir archivos nuevos para cada ubicación al pasar el mouse por la imagen.

☒ Activa el contenido multimedia flexible para mostrar el contenido multimedia que elegiste para una relación de aspecto concreta en todas las ubicaciones.
El contenido multimedia puede recortarse para que se adapte a determinadas ubicaciones y se mostrará cuando consideremos que esto puede mejorar el rendimiento. Puedes desactivar esta opción cuando quieras.

Cuadrado

☒ Original

⚠️ Este anuncio no aparecerá en algunas ubicaciones que seleccionaste o es posible que se ajuste de forma automática. Para evitarlo, ajusta o reemplaza tu imagen. [Más información](#)

☐ 1:1 (recomendado)



Vertical

☒ Original

⚠️ Este anuncio no aparecerá en algunas ubicaciones que seleccionaste o es posible que se ajuste de forma automática. Para evitarlo, ajusta o reemplaza tu imagen. [Más información](#)

☐ 9:16 (recomendado)



Horizontal

☒ Original

⚠️ Este anuncio no aparecerá en algunas ubicaciones que seleccionaste o es posible que se ajuste de forma automática. Para evitarlo, ajusta o reemplaza tu imagen. [Más información](#)

☐ 1.91:1 (recomendado)



Ajustar Reemplazar

Cancelar

Siguiente

QUÉ ES + Cómo se llama / para quien es / Beneficio

Reto Gratuito "Autor Digital Imparable"



Reto GRATIS para Nuevos Autores Digitales



Reto GRATIS para diseñar el Plan para escribir y publicar tu libro



Editar plantilla

Configura tu mensaje de bienvenida

Da la bienvenida a las personas a la conversación con un mensaje automático que verán después de que toquen el anuncio.

Texto

¡Hey, que tal mi querido Héroe!



Se desactivarán los mensajes de bienvenida automáticos configurados en la app de WhatsApp Business para los chats iniciados desde este anuncio.

Llamada a la acción

⊘ Ninguna

Sugiere mensajes o preguntas que pueden enviar las personas

Sugiere mensajes relevantes para que las personas puedan chatear contigo más fácilmente.



Mensaje de relleno automático

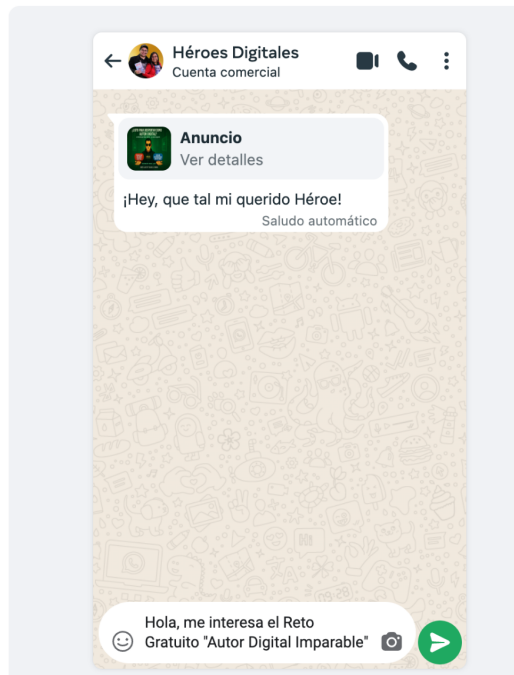
Crea el primer mensaje que las personas pueden enviar y personalizar.

Hola, me interesa el Reto Gratuito "Autor Digital Imparable" 60/80

- ① Empieza con un saludo cordial, seguido por un mensaje relacionado con el contenido del anuncio.

Cancelar

Guardar



Campaña "Anuncios Creativos IA" (PR...

Conjunto #1.1 Emprendedores MX

Creativo #1 (Matrix)

Conjunto #2.1 Emprendedores MX

Creativo #2 (Toy Story)

Destinos de mensajes ⓘ

Elige dónde quieres recibir los mensajes de las personas a la que es más probable que respondan.

Para ayudarte a obtener resultados óptimos, recomendamos que elijas WhatsApp a una alternativa adecuada.

Messenger

Acciones para este conjunto de anuncios

Duplicar

Ctrl+Mayús+D

Duplicar rápidamente

Crea un anuncio

Copiar

Ctrl+C

Pegar

Ctrl+V

Eliminar

Ctrl+Del

Crear anuncio

Crear varios anuncios

Crear regla

Identificador: 120227371982850070

Copiar

Descripción ⓘ

1 de 5

Haz clic en el botón de abajo para (siguiente paso) registrarte al Reto Gratuito

⊕ Agregar opción de descripción ▼

Llamada a la acción ⓘ

Enviar mensaje de WhatsApp ▼

s ▼



Columnas: Rendimiento y clics ▼



Usados recientemente



Rendimiento y clics



Rendimiento



MACRO KPI

Bloque #5.

Bloque #5. ¿Qué hacer después del clic?

Ya tienes tus Anuncios->

Llegan con un mensaje “Me interesa información sobre X”

1. Embudo de Ventas -> ¿Cuál es tu proceso de ventas y cuál es tu **punto de conversión?**

Es el lugar o momento donde ocurre la venta

Ejemplos:

1. Vendo por Llamada -> El chat se enfoca en AGENDAR llamada
2. Vendo por Webinar/Reto -> El chat se enfoca en llevarlo al grupo del Reto/Webinar
3. Vendes por Chat -> El chat se enfoca en vender (Low Ticket/Mid Ticket) -> Enviar la información de la oferta + audiovisuales
4. *Vendes en Página de Ventas -> El chat PRE-Vende el producto y pagan en la página

2. **Continuar con la conversación** que están teniendo contigo (desde el anuncio)

“Hola, me interesa info sobre X”



Perfecto, aquí está: COPY & PASTE



Generar una conversación -> Preguntas cortas/relacionadas

Ejemplos:

Perfecto (nombre), una preguntita para darte la información correcta ¿Ya nos conoces o es la primera vez? “Primera vez”

Perfecto, entonces te explico como funciona “Te mando la información, la revisas y si te interesa podemos agendar una llamada de 15 min para explicarte como funcionaría para ti”

“Perfecto (nombre), el Webinar es el **FECHA a las HORA**, te dejo el link de grupo para que te unas. Confírmame cuando entres para darte un regalo de bienvenida + **LINK DEL GRUPO**”

3. Mensajes de Reactivación

Es normal que te dejen en visto.

Son mensajes para retomar la conversación después de que te dejan en visto.

Reactivación #1. Mensaje sutil y amable

*Un emoji 🙄 🤔

*Una pregunta ¿Todo bien? / ¿Pudiste entrar al grupo?

*Un saludo -> Hola de nuevo, quería saber si tuviste algún tema para ingresar al grupo

Reactivación #2. Mensaje más directo (si no contestan el primero)

*Una pregunta directa -> Hola, vi que no has ingresado al grupo y quería saber si tuviste algún problema

*Asumir que te dejó en visto -> Quería saber si sigues interesado en X porque no he recibido respuesta y la clase es mañana.

Mañana es el último día para agendar y quería saber si aún te interesa la información.

Reactivación #3. Ultimatum (si no contestan el primero ni el segundo)

*"Hola (nombre), este es el último mensaje que te mando para recordarte de X (llamada, webinar, X) porque (RAZÓN)

Ejemplo: mañana es la clase, quedan pocos cupos, no he recibido respuesta

*¿Hice algo mal (nombre)? Te pregunto porque ya te mandé la información y no he tenido respuesta de tu parte. Solo quería asegurarme que de mi parte está todo bien. Espero tu respuesta. Saludos.

HACKS para aumentar el % de conversión

*Respuestas rápidas (o automatizadas)

*Respuestas personalizadas (usa su nombre, contexto)

*Usa audios cortos y amigables

*Hacerlo conversacional (piensa que hablas con un amigo) cálido, cercano, etc

BÁSICOS DE WHATSAPP

- ✓ Foto Profesional (mínimo relacionada)
- ✓ Descripción o Frase relacionada
- ✓ (Recomendable) WhatsApp Business
- ✓ Perfil Público (lo puedan ver sin tenerte guardado)
- ✓ Poner tu “catálogo/redes sociales/sitio web)

El seguimiento termina cuando acaba la campaña o después de las 3 reactivaciones

Hay 2 caminos para el seguimiento

Chat 1 a 1 -> **PLANTILLA DE CHAT 1 a 1**

Seguimiento Grupal (lanzamientos, retos, etc) -< **Plantilla de Calentamiento**