

¿Cómo crear **contenido** en menos tiempo?



Muchos emprendedores sienten que crear contenido toma demasiado tiempo o que simplemente **no saben qué contenido crear.**

La realidad es que el problema no suele ser la cámara.

El problema es **la falta de claridad antes de grabar.**

Por eso, antes de crear contenido, es importante entender **de dónde salen las ideas y cómo estructurarlas correctamente.**

1. Las ideas siempre salen de dos lugares

Cuando alguien dice que no sabe qué contenido crear, normalmente es porque no está observando dos cosas importantes:

1. Tu audiencia

Tu audiencia siempre te está diciendo qué contenido necesita.

Pregúntate:

- ¿Qué frustraciones tiene mi cliente?
- ¿Qué problemas quiere resolver?
- ¿Qué dudas tiene antes de comprar?

Cada una de esas preguntas **puede convertirse** en contenido.

2. El mercado

El mercado también te da ideas.

Observa:

- qué contenido está funcionando
- qué preguntas se repiten
- qué temas generan conversación

Pero hay algo importante:

No copies lo que hacen otros.

Interpreta el mercado con tu identidad y personalidad.

2. También puedes usar inteligencia artificial

La inteligencia artificial puede ayudarte a generar ideas rápidamente.

Pero hay que tener cuidado.

Muchas veces el contenido que genera es bueno pero no refleja tu personalidad.

Por eso, todo lo que genere la inteligencia artificial debes:

- adaptarlo
- modificarlo
- filtrarlo con tu identidad de marca

Recuerda algo importante:

La inteligencia artificial no conoce tu marca.

Tú sí.

3. No hables de múltiples temas en un solo video

Uno de los errores más comunes al crear contenido es **mezclar demasiadas ideas en un mismo reel**.

Por ejemplo:

Si comienzas hablando sobre **cómo crear contenido**, no te desvíes a explicar cosas sobre **tu página web** solo porque la mencionaste.

Cuando el contenido se desvía del tema principal, la audiencia pierde el hilo.

Y cuando la audiencia se pierde, **también pierdes atención**.

El contenido funciona mejor cuando **se enfoca en una sola idea clara**.

4. Los primeros segundos son los más importantes

En redes sociales, los primeros segundos lo son todo.

En esos primeros segundos la persona debe pensar:

“Esto es para mí.”

Por eso tu forma de comenzar debe hablar directamente con la audiencia a la que quieres llegar.

Ejemplo:

Si hablas a emprendedores:

"Si eres emprendedor y sientes que tu contenido no está funcionando..."

Automáticamente la persona correcta se identifica.

5. Tu identidad debe conectar con tu audiencia

La forma en que te comunicas debe estar alineada con el público al que le hablas.

Eso incluye:

- las palabras que usas
- tu tono de voz
- tu vestimenta
- el lugar donde grabas

Todo eso comunica algo sobre tu marca.

6. El lugar donde grabas también comunica

El lugar donde grabas también influye en la percepción de tu contenido.

Por ejemplo:

Si hablas sobre temas relacionados con tranquilidad o reflexión, no tendría sentido grabarte en un lugar lleno de ruido.

Incluso puedes crear **un espacio específico para grabar contenido**, donde tu identidad de marca esté presente.

7. Tu vestimenta también comunica

La forma en que te presentas también habla de tu marca.

No es lo mismo hablarle a:

- niños
- jóvenes
- adultos
- profesionales

Cada audiencia tiene una forma distinta de comunicarse.

Tu vestimenta, lenguaje y actitud deben estar alineados con la audiencia a la que quieres llegar.

8. Antes de subir tu contenido pregúntate esto

Antes de publicar cualquier contenido, hazte tres preguntas importantes:

1. **¿Para quién es este contenido?**
2. **¿Qué problema estoy tocando?**
3. **¿Qué resultado espero de este contenido?**

Porque no podemos esperar resultados de algo que **no fue diseñado con intención**.

9. Estructura básica de un Reel

Para que tu contenido sea claro y fácil de seguir, puedes usar una estructura simple de tres partes.

1. Inicio

El inicio tiene un objetivo muy claro: **detener el scroll**.

Aquí debes decir algo que haga que la persona quiera seguir escuchando.

Puede ser:

- una pregunta
- una situación con la que se identifiquen
- o un problema que ellos estén viviendo

2. Desarrollo

Aquí explicas la idea principal del contenido.

Este es el momento donde compartes:

- el consejo
- la explicación
- la experiencia
- o la solución al problema

Recuerda mantenerte enfocado en **un solo tema**.

3. Call to Action

Al final del contenido debes decirle a la audiencia qué hacer después.

Por ejemplo:

- seguir la página
- comentar
- compartir el contenido
- escribirte por mensaje
- visitar un enlace

Siempre debes tener claro qué acción quieres provocar con ese contenido.

Muchos emprendedores piensan que el contenido es simplemente grabar.
Pero en realidad, el contenido es comunicación diseñada con intención.

Si quieres trabajar la estrategia de tu marca o
negocio, entra al enlace en el logo.

