

FICHA DE TRABAJO

04

HAZTE VISIBLE Y CONSTRUYE AUTORIDAD

RAMAS

*"Ser visible no es estar en todas partes.
Es estar donde importa, con intención."*

— BIENVENIDA

¿DÓNDE CONSTRUYO *AUTORIDAD*?

Tu método existe. Ahora lo llevamos al mundo digital con **estrategia clara**. Visibilidad sin estrategia es ruido. Visibilidad con método es autoridad acumulándose semana a semana.

— RESULTADO AL CERRAR LA FASE

LO QUE VAS A TENER

- ✓ Un ecosistema digital estratégico, con los canales adecuados para tu marca
- ✓ Un plan de contenido alineado con tu audiencia y tus objetivos
- ✓ Primeras acciones concretas para generar visibilidad y posicionarte

— ÍNDICE DE LA FICHA

01 TU MAPA DIGITAL — ECOSISTEMA

02 TU ESTRATEGIA DE CANALES

03 TU CALENDARIO DE CONTENIDOS

04 MINI CHECK DE PILAR · COMPROMISO

05 TRAMPAS A EVITAR

06 CHECKLIST DE CIERRE + ENTREGABLE MASTER

- PASO 01 / ECOSISTEMA DIGITAL

01

TU MAPA DIGITAL

PREGUNTA INICIAL

¿Qué espacios digitales necesito habitar para que mi marca crezca con sentido?

- POR QUÉ IMPORTA

Tu ecosistema digital es el conjunto de espacios donde tu marca está presente. Se divide en tres tipos: **medios propios** (que controlás), **medios ganados** (lo que otros dicen de vos) y **medios pagados** (lo que invertís para escalar).

- EJERCICIO

TU MAPA DIGITAL

01 Lista tus activos digitales actuales.

Sitio web, redes sociales, newsletter, podcast, canal de YouTube, comunidades.

02 Clasificá cada uno: ¿es propio, ganado o pagado?

Propios: vos los controlás (sitio, newsletter, canal de YouTube). • Ganados: otros hablan sin pagar (reseñas, menciones, colaboraciones). • Pagados: invertís para visibilidad (Ads, influencers).

03 Evaluá dónde tenés que mejorar o expandirte.

¿Tenés sitio? ¿Newsletter? ¿Comunidad propia? ¿Qué te falta crítico?

04 Definí dónde enfocarás tu energía esta fase.

Elegí 1 o 2 canales clave para optimizar — no más. Foco vence a dispersión.

- INSIGHT CLAVE

Los medios propios son tu activo a largo plazo — vos decidís qué se publica. Los medios ganados son tu credibilidad. Los pagados son aceleradores cuando ya tenés algo orgánico que funciona.

- ENTREGABLE DEL PASO

Tu Mapa Digital — diagrama con todos tus canales clasificados (propios/ganados/pagados) y los 1-2 prioritarios marcados.

- VALIDACIÓN

¿Tu mapa muestra dónde NO estás invirtiendo energía? Tan importante saber qué hacer como qué dejar de hacer.

02

- PASO 02 / ELEGIR BIEN

TU ESTRATEGIA DE CANALES

PREGUNTA INICIAL

¿Dónde está realmente mi audiencia y qué puedo sostener en el tiempo?

- POR QUÉ IMPORTA

Para que tu visibilidad sea efectiva necesitas estar **dónde importa, con consistencia**. Dos factores mandan: dónde está tu audiencia ideal, y qué tipo de contenido podés crear sin agotarte.

- EJERCICIO

TU ESTRATEGIA DE CANALES

01 Identificá dónde consume contenido tu audiencia ideal.

¿Redes visuales (Instagram, TikTok, Pinterest)? • ¿Contenido profundo (LinkedIn, YouTube, Blogs)? • ¿Relación directa (Newsletter, WhatsApp, Telegram)?

02 Elegí 1 canal principal y 1 secundario para esta etapa.

Principal: donde más pones energía y construís autoridad. • Secundario: donde reciclás y experimentás.

03 Descartá plataformas donde no podés mantener consistencia.

Es mejor estar bien en uno que mal en cinco. La consistencia es la moneda real.

- EJEMPLO

Coach B2B → LinkedIn (principal) + Newsletter semanal (secundario). Diseñadora de marca → Instagram (principal) + Pinterest (secundario). Cada estrategia ajustada al perfil real de la audiencia.

- ENTREGABLE DEL PASO

Tu Mapa de Canales — 1 principal + 1 secundario definidos, con justificación basada en dónde está tu audiencia y qué podés sostener.

- VALIDACIÓN

¿Podés mantener la frecuencia que prometés en cada canal sin sentirte agotada en 1 mes? Si no, la frecuencia está mal calibrada.

- PASO 03 / PLAN EDITORIAL

03

TU CALENDARIO DE CONTENIDOS

PREGUNTA INICIAL

¿Qué digo, cuándo lo digo y cómo lo distribuyo sin improvisar cada semana?

- POR QUÉ IMPORTA

El contenido bueno tiene 3 claves: **relevante** (habla de lo que tu audiencia necesita), **auténtico** (con tu voz), **estratégico** (con propósito claro). Sin calendario, todo es improvisación. Con calendario, sos profesional.

- EJERCICIO

TU CALENDARIO DE CONTENIDOS

01 Definí 3-5 pilares de contenido que representen tu marca.

Cada pilar es un tema-paraguas. Todo lo que publiques cae en uno de ellos.

02 Elegí los formatos que mejor sostenés.

Videos, carruseles, textos largos, audios, lives. Lo que podés crear sin agotarte.

03 Definí frecuencia realista por canal.

¿Cuántas veces por semana? Mejor 3 sostenibles que 7 que abandonás en 2 semanas.

04 Escribí 10 ideas de contenido basadas en tus pilares.

Distribuilas en las próximas 4 semanas. Plan semanal sencillo.

- INSIGHT CLAVE

Una vez que publiques, mirá qué tipo de contenido genera más engagement. Replicá lo que funciona, ajustá lo que no. La data manda — no tu intuición.

- ENTREGABLE DEL PASO

Tu Calendario Editorial • 30 días — pilares + formatos + frecuencia + 10 ideas listas para producir.

- VALIDACIÓN

¿Tu calendario tiene una mezcla de educar, inspirar, vender y conectar? Si solo educás o solo vendés, está desbalanceado.

- MINI CHECK DE PILAR TRANSVERSAL

PILAR · COMPROMISO

La visibilidad es lo más fácil de abandonar cuando los resultados tardan. Antes de cerrar la fase, detente y pregúntate:

- ¿Estás dispuesta a publicar consistentemente al menos 90 días antes de evaluar resultados?
- ¿Qué te ha hecho abandonar contenidos anteriores? ¿Qué evitarías esta vez?
- ¿A quién le contás que vas a publicar X veces por semana para que te sostenga el compromiso?

El método no es para espectadores. La visibilidad se construye con ejecución sostenida.

- TRAMPAS A EVITAR

Errores comunes que vimos en alumnas que recorrieron esta fase. Conocerlos antes ahorra meses.

- ⓧ **Querer estar en todas las redes.** Estar en todas es no estar en ninguna bien. Mejor 1 canal con presencia profunda que 5 superficiales.
- ⓧ **Publicar sin pilares de contenido definidos.** Sin pilares, cada post es una decisión nueva. Con pilares, el contenido se vuelve sistema.
- ⓧ **Medir solo seguidores y likes.** Los seguidores no pagan. Mide conversaciones reales, leads, ventas. La vanidad métrica engaña.
- ⓧ **Esperar resultados antes de los 90 días.** El algoritmo y tu audiencia tardan en confiar. Antes de 90 días no tenés data — tenés impaciencia.
- ⓧ **Copiar formatos que funcionan a otros sin filtrar.** Lo que funciona para otro nicho puede destruir tu posicionamiento. Filtrá todo por: ¿esto suma a mi marca?

- CHECKLIST DE CIERRE • FASE 04

Antes de avanzar a la Fase 05, marca cada ítem. Si no marcas alguno, vuelve a ese paso.

- ☐ Tengo mi **mapa digital** con activos clasificados (propios/ganados/pagados)
- ☐ Elegí mi **canal principal y secundario** con justificación clara
- ☐ Tengo definidos **3-5 pilares de contenido**
- ☐ Tengo mi **calendario editorial de 30 días** listo
- ☐ Definí mi **frecuencia sostenible** por canal
- ☐ Tengo **10 ideas concretas** listas para producir esta semana

- ENTREGABLE MASTER • CAPÍTULO 04 DE TU LIBRO DE RUTA

TU LIBRO DE RUTA SE VUELVE PÚBLICO.

Al cerrar esta fase, las ramas de tu marca empiezan a expandirse. Sumás:

- Tu Mapa Digital · ecosistema clasificado
- Tu Mapa de Canales · principal + secundario
- Tu Calendario Editorial · 30 días planificados
- Tu Mapa de Compromiso · lo que evita el abandono

La marca ya está afuera. Lo único que falta es que trabaje para vos en términos de ingresos. Eso es Fase 05.