

Su Plan de Contenidos Digitales para 6 meses

De la audiencia a la acción

Programa de las cuatro semanas · Detalle técnico

Programa de coaching y asesoría aplicada que transforma cuatro semanas de trabajo en un Plan de Contenidos Digitales a seis meses, construido con la información real de su organización y validado sesión por sesión con acompañamiento experto.

ESTRUCTURA SEMANAL

Cronograma

SEMANA	TALLER GRUPAL	TEMA	ENTREGABLE	COACHING 1:1
1	Martes 9:00 – 11:00 a. m.	Buyer Persona	Documento de Buyer Persona validado	Viernes 1 hora
2	Martes 9:00 – 11:00 a. m.	Customer Journey	Mapa del viaje del cliente	Viernes 1 hora
3	Martes 9:00 – 11:00 a. m.	Matriz de Contenidos	Matriz de Contenidos estratégica	Viernes 1 hora
4	Martes 9:00 – 11:00 a. m.	Plan de Contenidos ENTREGABLE FINAL	Plan de contenidos a 6 meses	Viernes 1 hora

FECHAS DE COHORTES INTENSIVAS · OCTUBRE 2026

Cohorte 1026-2 · 4 semanas

SEMANA 0	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
SESIÓN DE INDUCCIÓN Martes 13 oct	TALLER GRUPAL Martes 20 oct COACHING 1:1 Viernes 23 oct	TALLER GRUPAL Martes 27 oct COACHING 1:1 Viernes 30 oct	TALLER GRUPAL Martes 3 nov COACHING 1:1 Viernes 6 nov	TALLER GRUPAL Martes 10 nov COACHING 1:1 Viernes 13 nov

Cohorte 1026-4 · 4 semanas

SEMANA 0	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
SESIÓN DE INDUCCIÓN Martes 27 oct	TALLER GRUPAL Martes 3 nov COACHING 1:1 Viernes 6 nov	TALLER GRUPAL Martes 10 nov COACHING 1:1 Viernes 13 nov	TALLER GRUPAL Martes 17 nov COACHING 1:1 Viernes 20 nov	TALLER GRUPAL Martes 24 nov COACHING 1:1 Viernes 27 nov

Talleres los martes de 9:00 a 11:00 a. m. · Coaching los viernes (1 hora) · Requisito: dedicación mínima de 12 horas por semana.

¿Necesita más tiempo? Pregunte por las cohortes regulares de 8 semanas.

EL RECORRIDO EN DETALLE

Las cuatro semanas

Cada semana construye un activo de negocio real, apoyado en el resultado de la anterior.

1

SEMANA 1

Buyer Persona

EL ACTIVO QUE CONSTRUYE

Un perfil de su cliente ideal sustentado en datos reales, no en suposiciones. Define a quién le habla su organización y por qué le compra.

EN QUÉ SE APOYA

En evidencia concreta: entrevistas post-compra, datos de clientes actuales y patrones observables de comportamiento. La herramienta central es Jobs-to-be-Done, que revela qué “trabajo” contrata su cliente cuando elige una solución.

QUÉ CONVIENE TRAER

Acceso a información de clientes actuales y, si es posible, la disposición para conversar con dos o tres de ellos durante la semana. La calidad del perfil depende directamente de la evidencia disponible.

2

SEMANA 2

Customer Journey

EL ACTIVO QUE CONSTRUYE

El mapa del recorrido completo de su cliente, desde que descubre una necesidad hasta que decide, permanece y renueva.

EN QUÉ SE APOYA

En el Buyer Persona de la semana anterior. El recorrido se descubre a partir de rastros reales —dónde busca, qué consulta, con quién se asesora—, no se inventa desde la intuición. El principio operativo: el cliente no busca marcas, busca soluciones; su organización se vuelve relevante cuando aparece con la respuesta correcta en el momento correcto.

QUÉ CONVIENE TRAER

Los canales por los que hoy llegan sus clientes y cualquier dato disponible sobre cómo lo encontraron a usted. El entregable de la Semana 1 es insumo obligatorio.

3

SEMANA 3

Matriz de Contenidos

EL ACTIVO QUE CONSTRUYE

Una matriz que cruza los pilares en los que su organización tiene autoridad con los dolores del Buyer Persona en cada etapa de su recorrido. De esas intersecciones salen ideas de contenido prácticamente infinitas y ya priorizadas, porque cada una nace alineada a la estrategia. Se construye con tres insumos: el Lienzo de Propuesta de Valor, el Buyer Persona y el Customer Journey.

EN QUÉ SE APOYA

En los dos entregables anteriores. Cada pilar responde a un dolor o necesidad concreta del cliente donde la organización tiene autoridad.

QUÉ CONVIENE TRAER

Claridad sobre los productos y servicios que ofrece su empresa y de qué forma esos productos y servicios están al servicio de sus clientes: es el insumo que alimenta el Lienzo de Propuesta de Valor.

4

SEMANA 4

Plan de Contenidos

ENTREGABLE FINAL

EL ACTIVO QUE CONSTRUYE

El entregable final: un plan de contenidos a seis meses, con temas, formatos, distribución por etapa del recorrido e indicadores de medición. Listo para ejecutar.

EN QUÉ SE APOYA

En la matriz de la Semana 3, ahora convertida en calendario accionable. Cada pieza de contenido se ubica en una etapa del recorrido y se asocia a un indicador que permite medir si cumple su función.

QUÉ CONVIENE TRAER

Claridad sobre su capacidad real de publicación mensual, para que el plan sea ejecutable y no aspiracional.

ANTES DE INSCRIBIRSE

¿Para quién es este programa?

Para ejecutivos, gerentes, dueños de PYME, coordinadores y responsables del mercadeo y la comunicación que necesitan articular un plan de contenidos real —**construido con sus propios datos**— y no con plantillas genéricas.

No es un curso de certificación ni una capacitación teórica. Si busca contenido para ver a su ritmo y sin acompañamiento, este no es su programa. Si busca salir con un activo listo para ejecutar, siga leyendo.

ANTES DE COMENZAR

Notas técnicas del programa

PROGRESIÓN ACUMULATIVA

Los cuatro entregables forman una sola cadena: Buyer Persona → Customer Journey → Matriz → Plan. Cada semana parte del resultado de la anterior. Por eso la asistencia continua y la entrega semanal son determinantes: retrasarse en un activo compromete el siguiente.

RITMO DE TRABAJO

Además de las sesiones en vivo, cada semana requiere tiempo autónomo para contenido e-learning previo y la construcción del entregable. Reserve espacio en su agenda para ese trabajo entre sesiones.

EL COACHING INDIVIDUAL

La sesión de los viernes es el punto donde su entregable se afina a la medida de su organización. Llegue a ella con el borrador de la semana avanzado; es el momento de resolver lo específico de su caso.

INVERSIÓN

Precio del programa

PRECIO DEL PROGRAMA

US\$ 800

Por empresa u organización

Cupo limitado

Cohorte de máximo 10 empresas participantes, para garantizar el acompañamiento individual de cada entregable.

¿Damos el siguiente paso?

Confirme su participación al precio de introducción y asegure los dos espacios de su organización en la próxima cohorte.

[Reserve su espacio](#)

O escribanos al WhatsApp [+506 8764 6840](https://wa.me/50687646840)

Reserve con el 50% del valor · Cupos limitados: cohorte de máximo 10 personas.

Metodología híbrida · 100% en español