

Tu sistema de ventas, *pieza por pieza.*

Para productos propios o de afiliación · 6 etapas

VERSIÓN PARA IMPRIMIR · Elige este PDF O el interactivo; no ambos.

01 Dirección y enfoque

Antes de elegir herramientas, define qué negocio estás construyendo.

- ☐ **Entiendo el recorrido completo desde el primer contacto hasta la venta**
Puedo explicar cómo alguien descubre el producto, recibe la propuesta y realiza una compra.
- ☐ **Definí si trabajaré con un producto propio o como afiliado**
Mi modelo de negocio está claro; todavía puedo ajustarlo con la formación.
- ☐ **Elegí un nicho y un problema concreto para resolver**
Identifiqué una necesidad real y a quién afecta.
- ☐ **Describí a mi cliente ideal con problemas, deseos y objeciones**
Tengo una primera hipótesis que después contrastaré con investigación.
- ☐ **Investigué el mercado, la competencia y las alternativas existentes**
No dependo solo de suposiciones; utilizo datos e investigación para decidir.

02 Producto y propuesta

Comprueba qué vendes, por qué alguien lo elegiría y cuánto margen deja.

- ☐ **Validé la propuesta y la promesa sin exageraciones**
Puedo describir el resultado posible de forma específica y responsable.
- ☐ **Revisé el precio o la comisión, las tarifas y los costos**
Comprendo qué ingreso neto aproximado queda por venta antes de publicidad.
- ☐ **Comprobé los términos, permisos y materiales de promoción**
Si soy afiliado, revisé las condiciones del programa y sus restricciones.
- ☐ **Tengo identificado el enlace de compra o de afiliación correcto**
El destino corresponde al producto seleccionado y funciona.
- ☐ **Identifiqué al menos un ángulo que me diferencia**
Sé cómo comunicar valor sin basarme únicamente en el precio.

PRÓXIMA ACCIÓN: _____

Tu sistema de ventas, *pieza por pieza.*

Para productos propios o de afiliación · 6 etapas

Marca las tareas completadas. Si alguna no corresponde, escribe N/A.

03 Recorrido de venta

Conecta la comunicación, la página y el siguiente paso del comprador.

- ☐ **Definí el recorrido: anuncio o contenido → destino → acción**
Sé qué debe hacer la persona en cada paso del proceso.
- ☐ **Preparé una página, conversación o destino claro para convertir**
Explico la propuesta, despejo objeciones y muestro una acción concreta.
- ☐ **Redacté títulos, beneficios, pruebas y llamados a la acción**
El mensaje es coherente entre el anuncio y su destino.
- ☐ **Probé el enlace y la experiencia de compra en móvil**
Verifiqué que no hay botones rotos ni pasos confusos.
- ☐ **Comprobé el pago y la entrega o el proceso del proveedor**
Si vendo un producto propio, revisé cobro, confirmaciones y entrega. Si soy afiliado, verifiqué el recorrido disponible.

04 Preparación técnica y medición

Activa únicamente las herramientas que necesita tu canal de ventas.

- ☐ **Tengo los accesos y permisos de las cuentas que utilizaré**
Puedo entrar a mi administrador comercial y a las herramientas elegidas.
- ☐ **Configuré mi cuenta publicitaria y el método de pago**
Necesario si utilizaré anuncios pagos; de lo contrario, marca No aplica.
- ☐ **Preparé los perfiles o activos sociales necesarios**
Página de Facebook, Instagram u otros perfiles, según el canal elegido.
- ☐ **Configuré el seguimiento que puedo controlar**
Pixel, API de conversiones, eventos, UTM u otro método según plataforma y permisos.
- ☐ **Revisé verificación de dominio y requisitos de privacidad**
Solo si corresponde a mi sitio y al canal publicitario seleccionado.
- ☐ **Hice una prueba para verificar que el seguimiento registra datos**
Compruebo los eventos o señales disponibles, sin suponer que todo funciona.

PRÓXIMA ACCIÓN:

Tu sistema de ventas, *pieza por pieza.*

Para productos propios o de afiliación · 6 etapas

Marca las tareas completadas. Si alguna no corresponde, escribe N/A.

05 Creatividades y lanzamiento

Prepara mensajes que puedas probar y una campaña con un objetivo definido.

- ☐ **Preparé mensajes y creatividades coherentes con mi público**
Las piezas reflejan el problema, la propuesta y la acción deseada.
- ☐ **Tengo más de una variante para experimentar**
Cambíe un ángulo, apertura, diseño o llamada a la acción.
- ☐ **Revisé permisos, políticas y uso de imágenes o testimonios**
No publico afirmaciones engañosas ni materiales sin autorización.
- ☐ **Elegí un objetivo publicitario alineado con la conversión**
Si hago anuncios, la optimización responde al resultado buscado. No necesito ThruPlay por defecto.
- ☐ **Definí presupuesto inicial, público y criterio para evaluar**
Comprendo qué voy a observar antes de aumentar el gasto.

06 Lectura de datos y mejora

Los resultados se interpretan; no se adivinan.

- ☐ **Definí qué métricas importan según mi objetivo**
Pueden ser visitas, leads, costos, conversiones, ventas y rentabilidad.
- ☐ **Registré inversión, resultados e ingresos o comisiones**
Puedo calcular la relación entre lo que invierto y lo que obtengo.
- ☐ **Identifiqué un punto a mejorar con datos, no por intuición**
Distingo problemas de tráfico, mensaje, destino o cierre.
- ☐ **Anoté qué cambio probaré y qué resultado espero**
Modifico una variable relevante por vez cuando sea posible.
- ☐ **Establecí mi próxima acción concreta y una fecha de revisión**
El avance se convierte en una decisión, no en más contenido consumido.

PRÓXIMA ACCIÓN: _____