
DE CERO A SISTEMA

40 Prompts + Skills + CRM

para Automatizar tu Negocio con IA

Skills, hiper-prompts y CRM profesional en Notion
listos para copiar, pegar y usar desde hoy



SKILLS 01-04 4 Skills de Claude + 20 Prompts Copia-y-Pega

BONUS 01 20 Hiper-Prompts de Marketing y Negocios

BONUS FINAL Prompt Maestro para Crear tu CRM en Notion

BY SONIA BOOST

Sprint to Growth Business School

Estás pagando el "Impuesto de la Pizarra en Blanco"

Cada vez que abres un chat nuevo con Claude, empiezas de cero. Le vuelves a explicar tu marca, tu tono, tu cliente ideal, tus objeciones de venta, tu estilo de contenido. Ese tiempo que pierdes reexplicando — minuto a minuto, chat a chat — es el **Impuesto de la Pizarra en Blanco**. Y se paga cada día, da igual si vendes servicios, productos o eres freelance.

Un **Skill** es un archivo de instrucciones que guardas una sola vez. A partir de ahí, Claude lo activa solo cuando detecta una tarea relacionada — sin que tengas que repetir nada. **Lo escribes una vez. Lo usas para siempre.**

ANTES DE EMPEZAR

Cómo crear tu primer Skill en 5 minutos

- 1 Activa la función**
Ve a Configuración → Capacidades y asegúrate de que "Ejecución de código y creación de archivos" esté activado.
- 2 Entra en Personalizar → Skills**
Ahí verás los Skills de ejemplo y el botón para crear uno propio.
- 3 Abre un chat normal con Claude**
Usa uno de los prompts de esta guía para construir el contenido del Skill paso a paso.
- 4 Copia el resultado final**
El último prompt de cada bloque te da el archivo SKILL.md completo, listo para pegar en el editor de Skills.
- 5 Actívalo y Pruébalo**
Pide una tarea relacionada en cualquier chat nuevo — Claude lo reconocerá y lo aplicará solo, sin que se lo pidas explícitamente.

SKILL 01

Voz de Marca Inquebrantable

Para qué sirve: que Claude escriba emails, posts y copys exactamente con tu tono — sin sonar "a IA" ni sonar a otra persona.

PROMPT 1 · EXTRACCIÓN DE VOZ

Actúa como una analista experta en lingüística de marca. Te voy a pasar 3 textos míos que representan mi mejor voz de marca — por ejemplo un email a un cliente, la descripción de un producto, un post en redes, un mensaje de bienvenida o un guion de vídeo (elige los que tengas, da igual si vendes servicios, productos físicos, software o eres freelance). Analiza: 1) longitud media de frase, 2) las 10 palabras o expresiones que más repito, 3) qué tono predomina (cercano / autoritario / divertido / inspirador), 4) cómo abro mis textos (primeras 2 líneas), 5) cómo cierro (CTA típico), 6) qué NUNCA digo. Dame el resultado en una tabla. Aquí están mis textos: [PEGA AQUÍ 3 EJEMPLOS DE TU MEJOR CONTENIDO]

EJEMPLO APLICADO · CONSULTORÍA FISCAL

Pega un email donde explicas un cambio normativo a un cliente, un post de LinkedIn y un mensaje de bienvenida. Claude podría devolverte: "Frases cortas (12-15 palabras), tono cercano pero técnico, repites mucho 'tranquilidad', abres con una pregunta retórica, cierras con 'Escríbeme y lo vemos juntos'."

PROMPT 2 · MAPA DE AUDIENCIA Y TONO

Quiero definir las reglas de tono de mi marca según el contexto. Mi negocio es [DESCRIBE TU NEGOCIO EN 1 FRASE — ej: "vendo cursos online de finanzas personales", "gestiono un estudio de yoga", "soy abogada especializada en herencias", "tengo una tienda de decoración", "doy consultoría de RRHH a pymes"], mi cliente ideal es [EDAD, PROBLEMA PRINCIPAL, LO QUE MÁS TEME, LO QUE MÁS DESEA]. Define 3 registros de tono distintos: 1) cuando VENDO (cómo de directa soy, qué urgencia uso), 2) cuando EDUCO (nivel de formalidad, cómo explico conceptos), 3) cuando INSPIRO (cómo cuento historias, qué vulnerabilidad muestro). Dame 3 ejemplos de frase tipo por cada registro.

PROMPT 3 · LISTA DE SÍ Y NO

Con todo lo que ya sabes de mi voz, crea dos listas: SÍ (palabras, expresiones y estructuras que siempre debo usar) y NO (frases típicas de IA que debo evitar siempre — "en el mundo actual", "es importante destacar que", emojis genéricos sin sentido — más cualquier palabra que no encaje con mi marca). Dime también qué emojis sí uso normalmente y cuáles evito.

PROMPT 4 · ENSAMBLAR EL SKILL

Con el análisis de voz, los registros de tono y las listas de sí/no que acabamos de construir, redacta el archivo completo de un Skill de Claude llamado "voz-de-marca". Incluye: 1) una "description" de máximo 100 palabras que indique CUÁNDO debe activarse, 2) instrucciones numeradas de cómo debo sonar en cada contexto, 3) las listas de sí/no, 4) dos ejemplos completos de output ideal (uno corto tipo post, uno largo tipo email). Formato Markdown, listo para pegar en el editor de Skills.

PROMPT 5 · PRUEBA DE FUEGO

Activa el skill "voz-de-marca" y escribe estos 3 textos de prueba: 1) un post anunciando [TU PRODUCTO/SERVICIO — ej: una mentoría 1:1, un curso grabado, una colección nueva, una consulta de fisioterapia, un servicio de mantenimiento de jardines], 2) un email de bienvenida a un nuevo suscriptor, 3) una respuesta a un comentario negativo. Después de cada uno, evalúate del 1 al 10 en si suena exactamente a mi marca y dime qué ajustarías.

Cazador de Leads

Para qué sirve: que Claude pre-califique leads y maneje objeciones de venta con tu criterio y tu tono, no con respuestas genéricas.

PROMPT 1 · ICP ULTRA-DETALLADO

Ayúdame a construir el perfil de cliente ideal (ICP) ultra-detallado para [TU NEGOCIO/SERVICIO — ej: clínica de fisioterapia, software de gestión para restaurantes, asesoría fiscal, marca de joyería artesanal, academia de idiomas, estudio de arquitectura]. Necesito: datos demográficos, el problema #1 que les quita el sueño, las 3 objeciones que más escuchas antes de comprar, dónde buscan información antes de decidir, qué palabras usan ELLOS (no tú) para describir su problema, y qué los hace decir "sí" finalmente. Hazme primero 5 preguntas si necesitas más contexto antes de construirlo.

EJEMPLO APLICADO · ESTUDIO DE ARQUITECTURA

Claude podría devolver: "Propietarios de 35-55 años que acaban de comprar un terreno o piso a reformar. Su problema #1 es el miedo a que el proyecto se descontrola en presupuesto y plazos. Dicen 'no quiero sorpresas' más que 'quiero diseño'. Deciden cuando ven un caso similar al suyo ya terminado."

PROMPT 2 · BANCO DE OBJECIONES

Lista las 7 objeciones más comunes que recibes en ventas para [TU SERVICIO/PRODUCTO]: [TUS OBJECIONES REALES — ej: "es muy caro", "no tengo tiempo ahora", "necesito pensarlo", "ya tengo a alguien que me lo hace", "no sé si esto sirve para mi caso", "lo intenté antes y no funcionó"]. Para cada una escribe una respuesta en mi tono de marca que: 1) valide la objeción sin ser condescendiente, 2) reencuadre el problema, 3) cierre con una pregunta o CTA suave. Dame versión corta (WhatsApp/DM) y versión larga (llamada/email).

PROMPT 3 · SCRIPT DE CALIFICACIÓN

Diseña un sistema de calificación de leads de 3 niveles (frío / tibio / caliente) basado en estas señales: [TUS SEÑALES — ej: presupuesto disponible, urgencia del problema, si ya sigue tu contenido, tamaño de su negocio, si ya intentó resolverlo por su cuenta]. Para cada nivel dame: 1) las señales exactas para identificarlo, 2) cómo debo responder en cada nivel (qué oferta o siguiente paso ofrecer), 3) qué leads debo descartar directamente y por qué.

PROMPT 4 · ENSAMBLAR EL SKILL

Con el ICP, el banco de objeciones y el sistema de calificación, redacta el archivo completo de un Skill de Claude llamado "cazador-de-leads". Incluye: description (activarse cuando le pegue una conversación de WhatsApp/DM o le pida calificar/responder objeciones), instrucciones paso a paso de cómo calificar, el banco de objeciones completo, y un ejemplo de conversación modelo de inicio a cierre. Formato Markdown listo para Skills.

PROMPT 5 · SIMULACIÓN EN VIVO

Activa el skill "cazador-de-leads". Voy a actuar como un lead real y te iré escribiendo mensajes. Respóndeme exactamente como yo respondería, calificándome y manejando mis objeciones. Empiezo: "Hola, vi tu anuncio pero la verdad no sé si esto es para mí, ¿cuánto cuesta?"

Fábrica de Contenido

Para qué sirve: que Claude genere carruseles, posts y guiones de vídeo replicando exactamente tus formatos ganadores.

PROMPT 1 · PILARES DE CONTENIDO

Define mis pilares de contenido para [TU NICHOMARCA]. Necesito entre 4 y 6 pilares temáticos, cada uno con: nombre, objetivo (educar/inspirar/vender/entretener), % del calendario que debería ocupar, y 5 ideas de tema concretas. Básate en: [DESCRIBE TU AUDIENCIA Y TUS PRODUCTOS/SERVICIOS — ej: "imparto pilates a mujeres +40", "vendo software B2B de facturación para pymes", "soy nutricionista y vendo planes personalizados", "tengo una tienda de muebles artesanales"].

EJEMPLO APLICADO · TIENDA DE MUEBLES ARTESANALES

Claude podría proponer: "Proceso artesanal" (20%, mostrar el oficio), "Inspiración de espacios" (30%, producto en contexto real), "Cuidado y durabilidad" (20%, educar), "Historias de clientes" (15%, prueba social), "Detrás del taller" (15%, conexión personal).

PROMPT 2 · BANCO DE ESTRUCTURAS

Documenta mis 3 formatos más usados para replicarlos siempre igual: 1) CARRUSEL — estructura exacta slide por slide (portada, problema, desarrollo, CTA), ejemplo real: [PEGA UN CARRUSEL TUYO]; 2) POST CORTO — gancho + desarrollo + CTA, ejemplo: [PEGA UN POST]; 3) GUION DE VÍDEO — hook en los primeros 3 segundos, ejemplo: [PEGA UN GUION]. Extrae el patrón exacto de cada uno. ¿Todavía no tienes contenido propio que pegar? Dile a Claude: "no tengo ejemplos aún, propón una estructura estándar de carrusel, post y guion para mi sector [TU SECTOR]" y te la construye desde cero.

PROMPT 3 · BANCO DE HOOKS Y CTAS

Basándote en mi mejor contenido, crea un banco de 15 hooks que sigan mi estilo, organizados por tipo (pregunta, dato sorprendente, confesión personal, contradicción). Crea también un banco de 10 CTAs distintos (para vender, para generar comentarios, para llevar a link en bio). Usa emojis solo si encajan con mi marca.

PROMPT 4 · ENSAMBLAR EL SKILL

Con los pilares, las estructuras de formato y los bancos de hooks/CTAs, redacta el archivo completo de un Skill de Claude llamado "fabrica-de-contenido". Incluye: description (activarse al pedir posts, carruseles o guiones), qué estructura usar según el formato pedido, el banco de hooks y CTAs, y mis reglas de voz de marca (si ya existe el skill "voz-de-marca", indica que deben trabajar juntos). Formato Markdown listo para Skills.

PROMPT 5 · CALENDARIO DE PRUEBA

Activa el skill "fabrica-de-contenido" y créame un calendario de 7 días, usando mis pilares en las proporciones correctas, alternando formatos (carrusel, post corto, vídeo), cada uno con su hook ya escrito y su CTA. Preséntalo en una tabla: día, pilar, formato, hook, idea de desarrollo, CTA.

Radar GEO/AEO

Para qué sirve: que Claude audite y optimice tu contenido para que las IAs (ChatGPT, Perplexity, Gemini) te citen como respuesta.

PROMPT 1 · AUDITORÍA INICIAL

Quiero auditar mi posicionamiento en motores de IA (ChatGPT, Perplexity, Claude, Gemini). Mi marca/negocio es [NOMBRE Y DESCRIPCIÓN — ej: "Clínica Dental Sonrisa, clínica dental en Madrid especializada en ortodoncia invisible", "EcoHogar, tienda online de productos de limpieza ecológicos", "Estudio Mendoza, despacho de arquitectura residencial"], mi web es [URL]. Dame: 1) las 10 preguntas más probables que mi cliente ideal le haría a una IA sobre mi sector, 2) qué tipo de contenido necesito publicar para que una IA pueda citarme como respuesta, 3) qué elementos de autoridad me faltan (testimonios, datos, menciones de prensa) para ser una fuente confiable.

EJEMPLO APLICADO · CLÍNICA DENTAL

Una de las 10 preguntas podría ser: "¿cuánto cuesta la ortodoncia invisible en Madrid?". Claude te diría que necesitas una página que responda esa pregunta de forma directa, con precios orientativos y casos reales, no solo una landing genérica de "contáctanos".

PROMPT 2 · CHECKLIST DE OPTIMIZACIÓN

Crea un checklist GEO/AEO (Generative Engine Optimization / Answer Engine Optimization) de 12 puntos que deba cumplir cada pieza de contenido que publico para maximizar mis posibilidades de ser citada por una IA. Incluye estructura (preguntas directas como subtítulos, datos verificables, listas), señales de autoridad, y formato técnico (claridad semántica, datos estructurados).

PROMPT 3 · BANCO DE PREGUNTAS OBJETIVO

Genera 25 preguntas reales que mi cliente ideal podría hacerle a ChatGPT o Perplexity sobre [TU SECTOR/SERVICIO — ej: abogacía, fitness, contabilidad, decoración de interiores, reparación de electrodomésticos, formación online], organizadas en 3 categorías: descubrimiento (no sabe que existe mi solución), comparación (me compara con otras opciones), decisión (está listo para elegir). Para cada pregunta dame una idea de contenido que podría posicionarme como la respuesta.

PROMPT 4 · ENSAMBLAR EL SKILL

Con la auditoría, el checklist y el banco de preguntas, redacta el archivo completo de un Skill de Claude llamado "radar-geo-aeo". Incluye: description (activarse al pedir auditar o crear contenido optimizado para IA), el checklist de 12 puntos como reglas obligatorias, y el formato de informe que debe entregarme cada vez que audite una pieza. Formato Markdown listo para Skills.

PROMPT 5 · AUDITORÍA EN VIVO

Activa el skill "radar-geo-aeo" y audita esta pieza de contenido, dándome una puntuación del 1 al 10 en optimización GEO/AEO y una lista priorizada de los 3 cambios que más impacto tendrían: [PEGA AQUÍ TU CONTENIDO A AUDITAR]

20 Hiper-Prompts de Negocios y Marketing

Prompts maestros listos para copiar y pegar. Cada uno está diseñado para resolver un problema real de negocio de forma inmediata — sin curva de aprendizaje, sin configuración previa. Sustituye lo que está entre [corchetes] y envía.

01 Análisis de Competencia Accionable

♦ Úsalo para: entender por qué tus competidores venden más y qué puedes copiar o mejorar

Analiza en profundidad a [NOMBRE COMPETIDOR O URL] frente a mi negocio [DESCRIBE TU NEGOCIO]. Dame: 1) las 5 cosas que hacen mejor que yo y cómo lo hacen exactamente (copy, oferta, precio, garantía, experiencia de compra), 2) las 3 debilidades que yo podría explotar, 3) el posicionamiento exacto que usan (en sus propias palabras), 4) qué emociones activan en su cliente y cuáles yo no estoy activando, 5) una propuesta de diferenciación concreta para mí basada en este análisis. Sé específico, no genérico.

■ Añade URLs de sus redes y web para que Claude analice también su presencia digital en tiempo real si tienes activado el buscador.

02 Email de Ventas de Alta Conversión

♦ Úsalo para: escribir un email que vende sin sonar a vendedor agresivo

Escribe un email de ventas para [MI PRODUCTO/SERVICIO — precio: X€, para quien: Y, problema que resuelve: Z]. El email debe: 1) abrir con una historia de 3-4 líneas que el lector sienta que podría ser suya, 2) identificar el dolor sin ser dramático, 3) presentar mi solución como el puente lógico (no como "la mejor del mercado"), 4) incluir una prueba social específica (resultado real, no "clientes satisfechos"), 5) cerrar con un CTA de baja fricción. Longitud: máximo 250 palabras. Tono: [CERCANO/DIRECTO/SOFISTICADO]. Evita: urgencia falsa, exclamaciones, palabras como "increíble" o "revolucionario".

■ Antes de usarlo, pasa el resultado por el skill "voz-de-marca" para ajustarlo a tu tono.

03 Estrategia de Precios sin Miedo

♦ Úsalo para: subir precios o crear tiers sin perder clientes

Soy [DESCRIBE TU NEGOCIO]. Mi precio actual es [PRECIO ACTUAL] y quiero [SUBIR PRECIOS / CREAR PAQUETES / AÑADIR TIER PREMIUM]. Mi cliente ideal gana [RANGO DE FACTURACIÓN O SALARIO]. Dame: 1) el precio psicológico óptimo y por qué, 2) cómo estructurar 3 opciones (básico/estándar/premium) con ancla de precio, 3) qué añadir a cada tier para que el premium sea irresistible sin aumentar mi carga de trabajo más del 20%, 4) cómo comunicar la subida de precio a mis clientes actuales sin perderlos, 5) las 3 objeciones que recibiré y cómo responderlas.

■ Funciona especialmente bien si también tienes el skill "cazador-de-leads" activo para afinar las objeciones.

04 Lanzamiento de Producto en 7 Días

♦ Úsalo para: planificar y ejecutar un lanzamiento express con los recursos que ya tienes

Quiero lanzar [PRODUCTO/SERVICIO] en los próximos 7 días. Tengo: [LISTA TUS RECURSOS — ej: lista de email de X personas, X seguidores en Instagram, ningún presupuesto en ads, 2 horas al día para dedicarle]. El precio es [PRECIO] y el objetivo mínimo es [NÚMERO DE VENTAS O FACTURACIÓN]. Dame: un plan día a día (qué publicar, qué enviar, qué decir), el asunto del email de cada día, el hook de cada post, el guion del story de cierre del último día, y los 3 errores que debo evitar en un lanzamiento de esta escala.

■ Combina este prompt con el skill "fabrica-de-contenido" para generar todos los textos del lanzamiento de una vez.

05 Propuesta Comercial que Cierra

♦ Úsalo para: crear propuestas que el cliente lee de arriba a abajo y firma

Escribe una propuesta comercial para [CLIENTE/TIPO DE EMPRESA] al que le voy a proponer [SERVICIO/PROYECTO — coste aproximado: X€, duración: Y]. El cliente tiene este problema o necesidad: [DESCRIBE EL PROBLEMA]. La propuesta debe seguir esta estructura: 1) Resumen ejecutivo (el resultado que van a obtener, no lo que yo hago), 2) Diagnóstico de su situación actual (lo que les cuesta no resolverlo), 3) Mi solución paso a paso, 4) Por qué yo (prueba específica, no genérica), 5) Inversión con desglose y comparativa de ROI, 6) Próximos pasos con fecha concreta. Tono: [FORMAL/CERCANO]. Sin jerga de agencia.

■ Pide también una versión de 1 página para enviar por WhatsApp si el cliente prefiere un resumen rápido.

06 Guion de Vídeo Viral (Formato Corto)

♦ Úsalo para: crear reels, TikToks o YouTube Shorts que enganchen desde el segundo 0

Escribe un guion de vídeo corto (60-90 segundos) para [PLATAFORMA: Instagram/TikTok/YouTube] sobre el tema [TEMA]. Mi audiencia es [DESCRIBE TU AUDIENCIA]. El vídeo debe: 1) abrir con un hook que genere tensión o curiosidad en los primeros 3 segundos (no empieces con "Hola"), 2) desarrollar la idea con un ejemplo concreto o historia real, 3) incluir un "giro" o dato sorprendente a mitad del vídeo que haga que el espectador no cierre, 4) cerrar con un CTA que invite a comentar (no a "darle a like y suscribirse"). Formato: narración en primera persona, sin tecnicismos, frases de máximo 10 palabras.

■ Pide al final que Claude te dé también el texto del caption y 5 hashtags estratégicos.

07 Auditoría de Embudo de Ventas

♦ Úsalo para: encontrar exactamente dónde pierdes clientes y cómo taparlo

Quiero auditar mi embudo de ventas. Te voy a describir cada paso: [DESCRIBE TU EMBUDO — ej: "anuncio en Instagram → landing page → formulario de contacto → llamada de descubrimiento → propuesta → cierre"]. Mis métricas actuales son: [PEGA TUS DATOS — tráfico, conversiones, tasa de cierre, ticket medio]. Analiza: 1) en qué paso se va la mayor parte de la gente y por qué, 2) qué mensaje o fricción está matando cada conversión, 3) los 3 cambios con mayor impacto que puedo hacer esta semana sin rediseñar todo, 4) qué test A/B haría primero, 5) cómo se vería mi embudo optimizado en 90 días.

■ Si no tienes datos exactos, da estimaciones y Claude te ayudará igual con hipótesis fundamentadas.

08 Copy de Landing Page Completo

♦ Úsalo para: escribir toda la página de ventas de un producto o servicio

Escribe el copy completo de una landing page para [MI PRODUCTO/SERVICIO — precio: X, para quien: Y, promesa principal: Z]. Incluye en orden: 1) Headline principal (promesa clara en menos de 10 palabras), 2) Subheadline (explica el cómo y el para quién), 3) Sección de problema (3 bullets que describan el dolor que siente el cliente ideal), 4) Presentación de la solución, 5) Qué incluye (con bullets de beneficio, no de característica), 6) Para quién es y para quién NO es, 7) Prueba social (formato: resultado + nombre + contexto), 8) FAQ con las 5 objeciones reales, 9) CTA final con garantía si aplica. Tono: [DEFINE TU TONO]. Sin clichés de copywriting.

■ Después pasa cada sección por el skill "radar-geo-aeo" para que también posicione en búsquedas de IA.

09 Estrategia de Contenido 90 Días

◆ Úsalo para: tener un plan editorial completo sin pensar cada día qué publicar

Crea una estrategia de contenido de 90 días para [MI NEGOCIO/MARCA]. Mi objetivo principal es [VENDER X / CRECER EN SEGUIDORES / GENERAR LEADS]. Mis canales son [LISTA TUS CANALES]. Publico [X VECES] a la semana y tengo [X HORAS] disponibles para crear contenido. Dame: 1) los 5 pilares con su % de aparición en el calendario, 2) los 12 formatos más efectivos para mi sector ordenados por facilidad de producción, 3) un calendario de las primeras 4 semanas con tema, formato y hook de cada pieza, 4) cómo reutilizar cada pieza en 3 formatos distintos para maximizar cada idea, 5) los 3 KPIs que debo medir y cada cuánto revisar.

■ Combina con el skill "fabrica-de-contenido" para generar los textos de cada pieza directamente.

10 Sistema de Referidos que Funciona

◆ Úsalo para: que tus clientes actuales te traigan nuevos clientes sin que tengas que pedirselo

Diseña un programa de referidos para [MI NEGOCIO]. Mis clientes actuales son [DESCRIBE PERFIL]. El ticket medio es [PRECIO] y el margen es aproximadamente [X%]. Dame: 1) el incentivo óptimo (monetario vs experiencial) para mi tipo de cliente y por qué, 2) el momento exacto del customer journey en que debo pedirles la referencia (cuándo están más satisfechos), 3) el mensaje exacto para pedirles que me recomienden (versión email y versión WhatsApp), 4) cómo hacer el seguimiento sin ser pesado, 5) cómo gamificar el programa si quiero escalarlo, 6) métricas para saber si está funcionando.

■ Añade si tu producto/servicio tiene un ciclo de compra recurrente o es una compra única; cambia mucho la estrategia.

11 Newsletter que la Gente Espera

♦ Úsalo para: escribir una newsletter semanal que la audiencia abra y lea de verdad

Escribe el contenido completo de una newsletter para mi lista de [X suscriptores] que están interesados en [TEMA]. El objetivo de esta edición es [EDUCAR/VENDER/FIDELIZAR]. Estructura: 1) Asunto (3 opciones: una con curiosidad, una con beneficio directo, una con contrarian), 2) Apertura con una historia o dato en máximo 3 líneas, 3) Sección principal (el contenido de valor, máximo 300 palabras, con subtítulos si supera 150), 4) Una cosa accionable que el lector puede aplicar hoy, 5) Un CTA suave (no agresivo) hacia [MI PRODUCTO/SERVICIO/CONTENIDO]. Añade una posdata con algo personal o inesperado.

■ Pide también el subject de A/B testing y la preview text para maximizar la tasa de apertura.

12 Plan de Negocio Express

♦ Úsalo para: validar una idea de negocio o producto nuevo antes de invertir tiempo y dinero

Quiero validar esta idea de negocio: [DESCRIBE TU IDEA EN 2-3 FRASES]. Dame un análisis express de: 1) tamaño real del mercado (en España y global) con fuentes o estimaciones fundadas, 2) los 3 arquetipos de cliente más probables con su disposición a pagar, 3) los 5 competidores directos e indirectos más relevantes y cómo se posicionan, 4) el modelo de monetización más viable para arrancar con recursos limitados, 5) los 3 riesgos que podrían matar este negocio en el primer año, 6) el experimento más pequeño posible para validar la idea en 2 semanas sin invertir más de [PRESUPUESTO MÁXIMO]. Sé brutalmente honesto.

■ Si Claude identifica riesgos graves, pídele que te proponga una versión pivotada de la idea que los elimine.

13 Script de Llamada de Ventas

♦ Úsalo para: tener un guion para llamadas o reuniones de discovery que convierten

Crea un script completo de llamada de ventas para [MI SERVICIO — precio: X€, duración media de la llamada: Y minutos]. El lead viene de [FUENTE: formulario web / DM de Instagram / referido / etc.]. El script debe incluir: 1) apertura que no suene a vendedor (primeros 30 segundos), 2) las 5 preguntas de diagnóstico que revelan si el lead es cliente ideal o no, 3) cómo presentar la solución sin hablar más de 3 minutos seguidos, 4) cómo manejar el silencio después de decir el precio, 5) las 3 objeciones más comunes y respuesta exacta, 6) cómo cerrar sin presionar, 7) qué decir si dicen "me lo pienso". Incluye notas de tono en cada sección.

■ Pide también la versión "mini" de 15 minutos para cuando el lead tiene poco tiempo disponible.

14 Análisis de Métricas y Diagnóstico

♦ Úsalo para: entender qué dicen realmente tus números y qué cambiar

Analiza estas métricas de mi negocio del último mes: [PEGA TUS DATOS — ventas, tráfico web, conversiones, coste de adquisición, churn, ticket medio, etc.]. Mi objetivo era [DESCRIBE TU META DEL MES]. Dame: 1) las 3 métricas más preocupantes y por qué, 2) las 2 métricas que debería celebrar y qué las está impulsando, 3) la métrica que más me debería importar y que probablemente estoy ignorando, 4) un diagnóstico de qué está funcionando y qué no, 5) las 3 acciones concretas que haría yo en los próximos 7 días si fuera el responsable de este negocio. Sé directo, no me des análisis genérico.

■ Añade el contexto de tu sector si es estacional: julio en e-commerce no es julio en B2B.

15 Storytelling de Marca Personal

♦ Úsalo para: contar tu historia de forma que conecte, inspire y venda sin vender

Ayúdame a construir mi historia de marca personal. Mis datos: [DESCRIBE TU TRAYECTORIA — de dónde vienes, qué momento cambió tu vida o tu carrera, qué logro eres más orgulloso, qué fracaso te enseñó más, qué te hace diferente a otros en tu sector]. Construye: 1) mi historia de origen en 3 versiones (15 segundos para presentaciones, 1 minuto para podcasts, versión larga para página "Sobre mí"), 2) el arco narrativo que use el patrón héroe-dificultad-transformación, 3) las 3 frases que me definen que nadie más podría decir, 4) cómo conectar mi historia con el problema de mi cliente ideal, 5) qué NO contar (lo que parece relevante pero desconecta).

■ Usa el resultado como base para el skill "voz-de-marca" y como referencia en todos tus textos de marca.

16 Estrategia de Captación Orgánica

♦ Úsalo para: conseguir clientes sin invertir en publicidad de pago

Diseña una estrategia de captación orgánica de clientes para [MI NEGOCIO]. Mi presupuesto para marketing es [CANTIDAD — puede ser 0€]. Tengo [X horas a la semana] disponibles. Los canales que ya uso son [LISTA]. Dame: 1) los 3 canales orgánicos con mayor ROI para mi tipo de negocio y por qué, 2) la táctica de captación más infrutilizada en mi sector que debería explotar ya, 3) un sistema de generación de leads de 3 pasos que pueda repetir cada semana, 4) cómo convertir mi contenido actual en un imán de leads, 5) cómo usar las colaboraciones y co-creaciones para multiplicar mi alcance sin pagar, 6) el indicador que me dirá en 30 días si esta estrategia está funcionando.

■ Si llevas poco tiempo en el mercado, pide a Claude que adapte la estrategia a fase de arranque vs fase de escala.

17 Rediseño de Oferta Principal

♦ Úsalo para: transformar lo que vendes para que sea más irresistible y más fácil de vender

Analiza y rediseña mi oferta principal. Lo que vendo actualmente: [DESCRIBE TU PRODUCTO/SERVICIO — qué incluye, a qué precio, con qué entregables]. Las principales objeciones que recibo: [LISTA TUS OBJECIONES]. Mi tasa de cierre actual es aproximadamente [X%]. Dame: 1) qué elementos de mi oferta generan más fricción y cómo eliminarlos, 2) qué podría añadir con poco esfuerzo que aumentaría el valor percibido significativamente, 3) cómo reformular el nombre y la descripción para que el cliente entienda el resultado antes que el proceso, 4) si debería subir o bajar el precio y por qué, 5) cómo añadir una garantía que reduzca el riesgo percibido sin que me perjudique.

■ Muy útil combinarlo con el análisis de competencia (Hiper-Prompt 01) para ver qué incluyen ellos que tú no.

18 Secuencia de Bienvenida por Email

♦ Úsalo para: convertir nuevos suscriptores en clientes en los primeros 7 días

Crea una secuencia completa de bienvenida de 5 emails para nuevos suscriptores de [MI LISTA — contexto: llegaron desde [LEAD MAGNET/FORMULARIO/ANUNCIO]]. Mi objetivo es que al final de la secuencia [X% compre / reserven una llamada / descarguen algo]. Dame cada email con: asunto (+ versión alternativa), preview text, cuerpo completo (máximo 200 palabras cada uno), y CTA. El ritmo debe ser: Email 1 (inmediato): bienvenida + entrega de lo prometido. Email 2 (día 2): historia de origen que conecta con su problema. Email 3 (día 3): el error más común que cometen (educación). Email 4 (día 5): prueba social + presentación suave de mi solución. Email 5 (día 7): oferta o invitación a siguiente paso.

■ Pide también la versión de 3 emails para audiencias con baja tolerancia a los emails frecuentes.

19 Prompt para Crear Prompts

◆ Úsalo para: construir cualquier prompt especializado para cualquier tarea de tu negocio

Actúa como un experto en ingeniería de prompts para Claude. Necesito un prompt ultra-específico para la siguiente tarea recurrente en mi negocio: [DESCRIBE LA TAREA — ej: "responder consultas de clientes sobre precios", "escribir fichas de producto para mi tienda", "analizar reseñas negativas y crear respuestas", "generar ideas de colaboración con marcas"]. El prompt debe: 1) definir el rol que Claude debe adoptar, 2) dar el contexto necesario sobre mi negocio (te lo paso: [TU CONTEXTO]), 3) especificar el formato exacto del output, 4) incluir ejemplos de input/output ideal, 5) anticipar los errores más comunes y dar instrucciones para evitarlos. Dame el prompt completo listo para guardar como Skill o como plantilla.

■ Este es el prompt más poderoso de la guía: úsalo para automatizar cualquier tarea repetitiva de tu negocio.

20 Plan de Retención de Clientes

◆ Úsalo para: que los clientes que ya tienes se queden más tiempo, compren más y te recomienden

Diseña una estrategia de retención y fidelización para [MI NEGOCIO]. Mis clientes actuales son [DESCRIBE PERFIL]. El % de clientes que repiten compra es [X%] y la vida media de un cliente es [X meses/años]. Dame: 1) los 3 momentos del customer journey donde más probabilidad hay de perder al cliente y cómo prevenirlos, 2) un sistema de seguimiento post-compra de 90 días con acciones concretas en cada semana clave, 3) cómo crear un programa de fidelización que no cueste dinero pero genere lealtad emocional, 4) qué preguntarles para obtener testimonios potentes de forma natural, 5) cómo identificar a los clientes que están a punto de abandonar antes de que lo hagan, 6) el mensaje exacto para reactivar a clientes inactivos.

■ Combina con el sistema de referidos (Hiper-Prompt 10) para cerrar el círculo de crecimiento orgánico.

De 40 prompts a sistema completo

Esto es solo el punto de partida. En **Sprint to Growth Business School** te enseñó a construir el ecosistema completo de Skills, automatizaciones e IA aplicada a tu negocio — paso a paso, sin tecnicismos, con resultados desde la primera semana.

QUIERO CONOCER EL PROGRAMA →

sprinttogrowth.com

SPRINT TO GROWTH BUSINESS SCHOOL · IA, MARKETING & VENTAS · BY SONIA BOOST

Prompt Maestro para Crear tu CRM en Notion con Claude

El CRM que has visto en esta guía no requiere programación, ni herramientas de pago, ni conocimientos técnicos. Solo necesitas pegar este prompt en Claude con Notion conectado y responder sus preguntas. En menos de 30 minutos tendrás un CRM profesional funcionando, con vistas, categorías, estados con un clic y seguimiento de cada contacto.

♦ Qué incluye:

- Base de datos única con múltiples categorías visibles de un vistazo
- Estados y prioridades cambiables con un solo clic (sin escribir nada)
- Vistas automáticas: tabla por categoría, kanban por estado, acciones urgentes, seguimiento activo
- Campos para Instagram, web, email, teléfono, CEO y comentarios de seguimiento
- Ejemplos ficticios precargados para que tu equipo entienda cómo funciona sin tutorial
- Prompts de mejora para añadir contactos investigados, campos nuevos y vistas adicionales

Copia todo lo de abajo y pégalo en Claude

Quiero que me construyas un CRM completo y profesional en Notion conectado a mi cuenta. Soy [DESCRIBE A QUÉ TE DEDICAS — ej: "CEO de una agencia de marketing en Barcelona", "emprendedor con varios proyectos activos", "comercial freelance en el sector tecnológico"].

PASO 1 — ESTRUCTURA BASE

Crea UNA SOLA base de datos en Notion llamada "■ CRM MAESTRO — [TU NOMBRE O EMPRESA]" con estas categorías bien separadas dentro de la misma tabla:

- [CATEGORÍA 1 — ej: "■ Brand Partners"] • [CATEGORÍA 2 — ej: "■ Sponsors"] • [CATEGORÍA 3 — ej: "■ Captación Clientes"] • [CATEGORÍA 4 — ej: "■ Producto o servicio específico"]

PASO 2 — CAMPOS OBLIGATORIOS

Añade estas columnas a la base de datos:

Nombre	título
Categoría CRM	select con las categorías del paso 1
Estado	select: ■ Por investigar / ■ Contacto enviado / ■ Respondió / ■ Reunión / ■ Propuesta / ■ Negociando / ■ Cerrado / ■ Descartado
Canal Contacto	select: ■ Por IG / ■ Por Email / ■ WhatsApp / ■ Teléfono / ■ Presencial / ■ Esperando / ■ No responde / ■ No contactado
Prioridad	select: ■ Urgente / ■ Alta / ■ Media / ■ Normal
Email	tipo email
Teléfono	tipo teléfono
Instagram Marca	tipo URL — clickable
Instagram CEO/Responsable	tipo URL — clickable
Web	tipo URL — clickable
Ciudad	select con las ciudades relevantes para tu negocio
Fecha 1er Contacto	tipo fecha
Fecha Último Contacto	tipo fecha
Fecha Próxima Acción	tipo fecha
Próxima Acción	texto corto
Comentarios Actualización	texto libre — aquí escribes qué pasó en cada contacto
Valor Estimado	número en euros

Notas	texto
[CAMPOS EXTRA OPCIONALES]	ej: CEO, Premios, Seguidores IG, Código Postal, Sector

PASO 3 — VISTAS DENTRO DE LA MISMA PÁGINA

Crea estas vistas incrustadas directamente en el CRM Maestro, **no como páginas separadas**:

	Vista tabla agrupada por "Categoría CRM". Todas las columnas visibles. Esta es la vista principal que ves al entrar.
	Vista board agrupada por "Estado". Arrastras las tarjetas de columna en columna conforme avanza cada contacto.
	Vista tabla filtrada: excluye Cerrado y Descartado. Ordenada por Fecha Próxima Acción ascendente. Lo primero que miras cada mañana.
	Vista tabla filtrada: solo contactos con Canal Contacto distinto de "No contactado". Ordenada por Fecha Último Contacto. Para ver quién lleva más tiempo sin respuesta.

PASO 4 — GUÍA RÁPIDA

Al principio de la página del CRM añade un bloque de texto con: tabla explicando qué pestaña usar según el día de trabajo, instrucción de cómo cambiar estado y prioridad con un clic, cómo añadir un contacto nuevo, y cómo registrar un seguimiento.

PASO 5 — EJEMPLOS FICTICIOS

Añade 3 registros ficticios por cada categoría con datos realistas para que se vea cómo funciona desde el primer momento. Cada registro debe tener todos los campos relevantes rellenados, incluyendo próxima acción concreta y fecha.

REGLAS IMPORTANTES

- ♦ Todo en UNA SOLA base de datos. Nunca en bases de datos separadas.
- ♦ Las vistas deben estar incrustadas en la página, no ser páginas independientes.
- ♦ Los campos de Instagram y Web deben ser tipo URL (clicables directamente).
- ♦ Estado y Canal Contacto deben ser tipo SELECT para cambiarlos con un clic.
- ♦ Cuando termines dame el link directo al CRM.

Úsalos una vez creado el CRM para ampliarlo

PARA AÑADIR CONTACTOS INVESTIGADOS

"Investiga y añade al CRM [NÚMERO] empresas de [SECTOR] en [CIUDAD] que cumplan: [CRITERIOS]. Para cada una incluye nombre, web, Instagram de la marca, Instagram del CEO o responsable, email y teléfono si están disponibles en internet. Añádelas en la categoría [CATEGORÍA] con estado 'Por investigar' y próxima acción concreta."

■ Claude buscará en internet en tiempo real si tienes activado el buscador web.

PARA AÑADIR CAMPOS NUEVOS

"Añade al CRM el campo '[NOMBRE]' de tipo SELECT con estas opciones: [OPCIONES]. Aplícalo a todos los registros existentes con el valor más adecuado para cada uno."

■ Útil para añadir campos como Tier de patrocinio, Código postal, Premios recibidos, etc.

PARA LIMPIAR CONTACTOS DUPLICADOS

"Tengo contactos duplicados en el CRM. Abre cada base de datos antigua ([NOMBRE]), selecciona todos los registros y elimínalos. El CRM Maestro es la única fuente de verdad. Confirma cuántos registros quedaron."

■ Pasa esto si en algún momento Claude creó bases de datos separadas por error.

PARA CREAR UNA VISTA NUEVA

"Crea una vista en el CRM que muestre solo los contactos de categoría [CATEGORÍA], filtrados por estado [ESTADO], ordenados por [CAMPO] de forma [ASC/DESC]. Ponla dentro de la página principal del CRM Maestro."

■ Muy útil para crear vistas específicas por sector, ciudad o fase del proceso de venta.

PARA CARGAR DATOS MASIVOS

"Añade estos contactos al CRM en la categoría [CATEGORÍA]: [PEGA TU LISTA EN CUALQUIER FORMATO — Excel, texto, tabla, lista con guiones]. Asigna estado 'Por investigar' y próxima acción genérica a todos. Confírmame cuántos se han añadido."

■ Puedes pegar listas en cualquier formato: Claude las interpreta y estructura sola.

Tip final: La primera vez que uses este prompt, deja que Claude haga todo el proceso completo antes de interrumpirlo. Luego usa los prompts de mejora uno a uno para afinar. Un CRM bien construido desde el principio te ahorra horas de reconfiguración después.