

Guía gratuita · Redes sociales

Calendario de contenido de 30 días para generar leads

Una guía paso a paso para planificar un mes de publicaciones que eduquen, generen confianza y terminen en mensajes de clientes potenciales. Con plantilla semanal y lista de verificación.

01 **Antes de publicar: tres preguntas**

02 **Los cuatro pilares de contenido**

03 **La semana tipo**

04 **Tu plan de 30 días**

05 **Cada post termina con una acción**

06 **Mide lo que importa**

✓ **Lista de verificación**

Publicar todos los días no sirve de mucho si cada post es una ocurrencia de última hora. Lo que convierte seguidores en clientes es un plan: saber a quién le hablas, qué le vas a contar cada semana y qué quieres que haga después de leerlo. Esta es la estructura que usamos en Recrea Agency para armar el primer mes de contenido de una marca.

01

Antes de publicar: tres preguntas

Un calendario empieza en una hoja en blanco, no en Canva. Responde estas tres preguntas por escrito y tenlas a la vista cada vez que planifiques:

- 1. ¿A quién le hablo?** Describe a una persona concreta: qué hace, qué le preocupa y qué la haría escribirte hoy.
- 2. ¿Qué quiero que haga?** Elige una sola acción principal para el mes: escribir por WhatsApp, reservar una cita, pedir una cotización o descargar algo.
- 3. ¿Por qué me debería creer?** Lista tus pruebas: clientes, resultados, años de experiencia, procesos, fotos reales del trabajo.

Si tu cuenta le habla a todo el mundo, no convence a nadie. Una persona clara hace que cada post sea más fácil de escribir.

02

Los cuatro pilares de contenido

Para no repetirte ni vender todo el tiempo, reparte tus publicaciones en cuatro tipos. Esta proporción funciona bien para la mayoría de marcas de servicios y productos:

- **Educar (40%):** consejos, errores comunes, explicaciones paso a paso. Es el contenido que se guarda y se comparte.
- **Demostrar (25%):** antes y después, procesos, casos de clientes, resultados. Es el que genera confianza.
- **Conectar (20%):** el equipo, la historia de la marca, el día a día, opiniones. Es el que hace que te recuerden.
- **Vender (15%):** ofertas, lanzamientos, disponibilidad, cómo trabajar contigo. Es el que trae los mensajes.

Cuando los primeros tres pilares están bien hechos, el cuarto deja de sentirse como venta: la gente ya sabe por qué te necesita.

03

La semana tipo

Con cuatro o cinco publicaciones a la semana es suficiente si son buenas. Esta es una semana modelo que puedes copiar:

Semana modelo

Lunes · Educar: carrusel con 5 consejos o un error común y cómo evitarlo.

Martes · Conectar: historias mostrando el equipo o el proceso detrás de un pedido.

Miércoles · Demostrar: reel corto con un antes y después o un resultado real.

Jueves · Educar: respuesta a una pregunta frecuente de tus clientes.

Viernes · Vender: post con tu oferta del mes y un llamado claro a escribir.

Todos los días: 2 a 4 historias con encuestas, preguntas o detrás de cámara.

04

Tu plan de 30 días

Dale a cada semana un tema. Así el mes cuenta una historia y cada publicación empuja hacia la siguiente:

1. **Semana 1 · El problema.** Habla de lo que le pasa a tu cliente antes de conocerte. Que se sienta identificado.
2. **Semana 2 · La solución.** Explica cómo lo resuelves tú: tu método, tus pasos, lo que te hace distinto.
3. **Semana 3 · Las pruebas.** Testimonios, casos, números, fotos reales. Muestra que funciona.
4. **Semana 4 · La invitación.** Oferta clara, fecha límite si aplica y un solo camino para contactarte.

Consejo Recrea Agency

Planifica el mes completo en una sola sesión de dos horas y produce el contenido en bloques. Grabar cuatro reels en una tarde cuesta menos que grabar uno cada lunes.

05

Cada post termina con una acción

Un buen post sin llamado a la acción es una conversación que se queda a medias. Escoge uno por publicación y hazlo específico:

- "Guárdalo para cuando lo necesites."

- "Escríbenos 'PLAN' por mensaje directo y te enviamos la guía."
- "Comenta cuál de los tres te pasa más a ti."
- "Reserva tu cita desde el enlace en la bio."
- "Compártelo con alguien que esté por lanzar su negocio."

06

Mide lo que importa

Los "me gusta" se sienten bien, pero no pagan facturas. Al final del mes revisa estos números y repite lo que funcionó:

- **Guardados y compartidos:** te dicen qué contenido educa de verdad.
- **Mensajes recibidos:** cuántas conversaciones nuevas trajo cada post.
- **Clics en el enlace:** cuánta gente quiso saber más.
- **Clientes cerrados:** pregunta siempre "¿cómo nos encontraste?".

Lista de verificación

- ☐ Tengo por escrito a quién le hablo y qué quiero que haga.
- ☐ Mis publicaciones del mes están repartidas en los cuatro pilares.
- ☐ Cada semana tiene un tema que se conecta con la siguiente.
- ☐ Cada post tiene un solo llamado a la acción.
- ☐ Sé qué números voy a revisar al final del mes.



¿Prefieres que lo hagamos por ti?

En Recrea Agency somos el departamento de marca, diseño y marketing de tu empresa. Planificamos, diseñamos y publicamos tu contenido para que tú te enfoques en vender.

Web	recreaagency.com
WhatsApp	+1 849 407 4193
Instagram	@recreaagency
Email	yeltsin@recreaagency.com



Más guías gratis en recreaagency.com/blog