

Prompt Starter Pack

Plantillas de prompts para tareas reales de marketing, con criterios para saber si el resultado sirve.

Cada plantilla sigue la misma estructura de cinco partes: rol, contexto, tarea, formato y restricciones. Reemplazá lo que está entre corchetes con información específica tuya. Cuanto más concreto sea el contexto, menos genérico será el resultado.

Plantilla base

Sos [rol]. Trabajás para [marca], que [qué hace y para quién]. Nuestro diferenciador real es [diferenciador]. Necesito que [tarea]. Entregalo como [formato: extensión, estructura, tono]. No [restricciones]. Si te falta información para hacerlo bien, preguntá antes de escribir.

1. Diagnóstico de una audiencia

Sos investigador de mercado. Te voy a pegar [reseñas / respuestas de encuesta / comentarios]. Agrupá lo que dicen en no más de cinco tensiones, ordenadas por frecuencia. Para cada una, citá dos frases textuales del material. No agregues interpretaciones que el material no sostenga y no inventes citas.

Sirve si

- Cada tensión está respaldada por frases que efectivamente están en tu material.
- Aparece al menos una tensión que no esperabas.

2. Definir el problema antes de la solución

Sos un estratega escéptico. Este es mi problema: [descripción]. Antes de proponer nada, hacéme cinco preguntas que revelen si estoy definiendo el problema correcto. Después reformulá el problema en una sola frase que empiece con «El problema real es que...». No propongas soluciones todavía.

3. Generar ángulos diferenciados

Sos director creativo. Marca: [marca]. Audiencia: [audiencia]. Mensaje: [mensaje]. Dame ocho ángulos posibles. Los primeros tres pueden ser obvios; a partir del cuarto quiero ángulos que un competidor no podría copiar sin mentir. Para cada uno, una línea explicando por qué es difícil de copiar. Prohibido usar las palabras «innovador», «revolucionario», «disruptivo» y «único».

Sirve si

- Los ángulos del final se apoyan en algo verdadero y específico de la marca.
- Al menos uno te incomoda un poco. Lo cómodo suele ser lo promedio.

4. Reescribir para quitar lo genérico

Este texto suena a IA: [texto]. Reescribilo eliminando adjetivos vacíos, frases hechas y estructuras de tres elementos. Conservá los datos concretos. Máximo [n] palabras. Después listá qué cambiaste y por qué.

5. Clasificar y priorizar

Sos analista. Te paso [lista de ítems]. Clasificalos según [criterio 1] y [criterio 2] en una tabla. Ordenalos por impacto esperado y marcá cuáles requieren decisión humana antes de ejecutarse. Si un ítem no encaja en los criterios, decilo en vez de forzarlo.

6. Someter tu propia idea a crítica

Esta es mi idea: [idea]. Argumentá en contra con la mayor honestidad posible. Dame las tres razones más fuertes por las que podría fallar y qué evidencia me haría cambiar de opinión. No suavices.

7. Documentar una decisión

Ayúdame a registrar esta decisión: [decisión]. Formato: qué decidimos, qué alternativas descartamos, con qué criterio elegimos, qué supuestos asumimos y qué señal nos diría que nos equivocamos. Máximo 150 palabras.

Errores frecuentes

- Pedir sin dar contexto: el modelo devuelve el promedio de internet.
- Aceptar la primera respuesta: casi siempre es la más genérica.
- Pedir «que sea creativo» en vez de prohibir lo obvio.
- No fijar formato ni extensión y después pelear con el resultado.
- Usarlo para averiguar hechos en lugar de para redactar y estructurar.