

FACIRA

Micro-guía de comunicación digital

para MYPEs

Recursos prácticos para comunicar
con claridad y vender mejor

5 Reglas de oro en la comunicación clara

1) Habla de beneficios, no de características

- "Ofrecemos asesoría estratégica integral"
- "Obtén un plan claro para mejorar tu comunicación en 48 horas"
- "Analizamos tu comunicación y detectamos oportunidades de mejora"
- "En 48 h tendrás una narrativa de marca que convierte visitas en reservas."

2) Un solo llamado a la acción por pieza

- Elige exactamente una acción por mensaje:
"Reserva tu estadía" · "Solicita una propuesta" · "Agenda tu llamada de diagnóstico"

3) Lenguaje simple — frases cortas, verbos activos

- "Desarrollamos propuestas orientadas a la experiencia del huésped."
- "Diseñamos la narrativa de tu hotel para que cada huésped quiera volver."

4) Prueba y detalles concretos

- Añade evidencia: años de experiencia, premios, tasa de retorno de huéspedes o un testimonio (máx. 2 líneas).
Ejemplo: "Incrementamos 35% las consultas tras optimizar nuestros mensajes de venta"

5) Ética y transparencia

- Evita promesas que no puedas cumplir.
- "Diagnóstico editorial gratuito de 20 minutos, sin compromiso"

Estructura base del mensaje

Encabezado	Beneficio principal en 1 frase
Apoyo	2–3 puntos: Valor 1 · Valor 2 · Valor 3
Prueba breve	Dato / testimonio / reconocimiento
CTA único	"Reserva ahora" / "Solicita propuesta" / "Agenda tu llamada"

Plantilla 1 — Tu mensaje en 4 líneas

Usa esta estructura para redes sociales, WhatsApp o tu web. Elige **un solo objetivo**: informar, invitar o vender.

Línea 1 Beneficio	¿Qué experiencia o resultado obtiene tu cliente? Ejemplo: "Hospédate donde cada detalle cuenta, pensado para que descanses de verdad".
Línea 2 Cómo	Solo 1 frase. Sin tecnicismos. Ejemplo: "Cada espacio de nuestro hotel boutique fue diseñado para darte calma, comodidad y una experiencia que quieras repetir."
Línea 3 Prueba	Un dato, reconocimiento o testimonio breve. Ejemplo: "Elegido entre los 10 mejores hoteles boutique de América Latina 2025."
Línea 4 CTA	Una sola acción. Clara y directa. Ejemplo: "Reserva tu estadía en [Nombre]"

Ejemplo completo — Hotel boutique:

Encabezado: Una estadía que recordarás desde el primer momento.

Apoyo:

- Habitaciones diseñadas para el descanso y la desconexión.
- Gastronomía local de autor incluida en tu alojamiento.
- Una experiencia cuidada en cada detalle.

Prueba: 9 de cada 10 huéspedes recomiendan su experiencia con nosotros.

CTA: Reserva ahora — disponibilidad limitada

Plantilla 2 — El correo que sí abren

Para presentarte, hacer seguimiento o enviar una propuesta a un cliente de alto valor.

Asunto	Máx. 8 palabras. Específico y personal. Ejemplo: "Fanny de Facira — propuesta editorial para [Nombre del negocio]"
Párrafo 1 Contexto	¿Quién eres y por qué escribes a esta persona? 2 líneas. Ejemplo: "Hola [Nombre], soy Fanny Contreras, estratega editorial especializada en comunicación editorial. Me contacto porque creo que la historia de [empresa] merece comunicarse con la claridad y el peso que tiene "
Párrafo 2 El valor	¿Qué problema resuelves? Concreto y directo. Ejemplo: "Muchos negocios con gran valor pierden clientes porque su comunicación no logra transmitirlo. Eso tiene solución concreta."
Párrafo 3 CTA	Una sola propuesta. Fácil de decir que sí. Ejemplo: "¿Tienes 20 minutos esta semana? Puedo compartirte un diagnóstico breve de tu comunicación actual, sin costo."

Regla de oro: Si tu correo puede responderse con "¿Y qué quieres?" — reescríbelo. El CTA debe ser tan claro que solo exista una respuesta posible.

Checklist de publicación

Pasa cada pieza por esta lista antes de publicar. Solo toma 1 minuto.

- ☐ ¿Tiene un **solo objetivo** claro? (informar, invitar o vender — elige uno)
- ☐ ¿La **primera línea engancha** sin necesidad de leer el resto?
- ☐ ¿Hay un **solo CTA** — una única acción que le pides al lector?
- ☐ ¿Usaste **frases cortas**? (máx. 2 líneas por párrafo)
- ☐ ¿Mencionas al menos **1 dato concreto**? (precio, tiempo, cantidad, resultado)
- ☐ ¿Evitaste palabras vacías? ("integral", "soluciones", "innovador", "sinergia")
- ☐ ¿Lo **leyó alguien más** antes de publicar?

Regla de oro final:

Si al leerlo en voz alta algo suena raro — cámbialo. Tu cliente debe entenderlo en la primera lectura, sin esfuerzo.

¿Listo para elevar la comunicación de tu marca?

Esta guía te brinda fundamentos prácticos para comunicar con mayor claridad, profesionalismo y estrategia en tus canales digitales.

FACIRA crea contenidos y estrategias editoriales que ayudan a marcas a comunicar con mayor claridad, coherencia y valor.

Conoce más en www.facira.com

Guía gratuita. Puede compartirse citando: **FACIRA — Microguía de Comunicación Digital para MYPE · facira.com**