
Ariel Jesús

Creador de contenido & Redactor

Ayudo a pequeños negocios a
comunicar mejor lo que venden.

Contenido que comunica. Textos que conectan.

SOBRE MÍ

Redacto para que tu negocio se entienda y se recuerde

Soy Ariel Jesús, creador de contenido y redactor. Ayudo a pequeños negocios y profesionales locales a mejorar su presencia en redes sociales.

Escribo publicaciones, textos promocionales e ideas de contenido adaptados a cada negocio y a su público. Mi forma de escribir es clara, natural y cercana, y cada texto tiene un propósito: informar, conectar o impulsar una acción.

Antes de escribir, intento entender qué ofrece el negocio, a quién quiere llegar y qué quiere conseguir con cada publicación. Por eso mis textos no solo suenan bien: tienen un para qué.

Las tres muestras de este portafolio se hicieron para clientes ficticios, con el fin de mostrar cómo trabajo.

SERVICIOS

Publicaciones para Instagram y Facebook

Textos listos para publicar, con tono y objetivo definidos.

Textos promocionales

Ofertas, lanzamientos y anuncios que invitan a actuar.

Ideas de contenido

Temas y enfoques para mantener la cuenta activa.

Investigación para contenido

Datos y análisis para decidir con criterio.

Artículos y textos comerciales

Piezas más largas que explican y convencen.

CÓMO TRABAJO

1

Conozco tu negocio

Entiendo qué vendes, a quién te diriges y qué quieres conseguir.

2

Propongo el contenido

Busco temas y enfoques adecuados para tu público.

3

Redacto

Creo textos claros, naturales y adaptados a tu marca.

4

Revisamos

Hacemos los ajustes necesarios antes de publicar.

5 razones para que tu negocio esté en redes sociales

Encargo: artículo breve para el blog o las redes de un negocio local.

Objetivo: convencer a dueños de pequeños negocios de dar el paso a las redes sociales.

Puedes tener el mejor producto del barrio y que nadie lo sepa. Si la gente no te conoce, no te compra. Las redes sociales son una de las formas más accesibles de cambiar eso.

1. Te encuentra más gente

Antes dependías principalmente de quien pasaba por tu puerta. Ahora, una publicación puede llegar a alguien de otro municipio, otra ciudad o incluso otro país.

2. Te ganas su confianza

Nadie le compra fácilmente a un desconocido. Si las personas pueden ver tus productos, conocer tu trabajo y leer lo que dicen tus clientes, empiezan a saber con quién están tratando.

3. Tu vitrina no cierra

Fotos, precios, ofertas y respuestas a las preguntas de siempre —“¿hacen envíos?”, “¿hasta qué hora abren?”— están disponibles a cualquier hora.

4. Escuchas a tus clientes

Un comentario o un mensaje puede decirte qué les gusta, qué les molesta y qué necesitan. Esa información puede valer más que cualquier encuesta.

5. Vendes más

Alguien ve tu publicación, se interesa, te escribe y compra. Sucede más de lo que parece, sobre todo cuando el negocio publica contenido útil y lo hace con regularidad.

No hace falta ser una gran empresa para usar las redes sociales. Hace falta tener algo que ofrecer, saber contarlo y hacerlo con constancia.

Empieza hoy: toma una foto de lo que vendes y cuenta por qué alguien debería quererlo.

Café Central: 5 publicaciones

Cliente ficticio: Café Central, cafetería para jóvenes y adultos de la ciudad.

Objetivo: atraer clientes nuevos desde Instagram y Facebook.

1 • PRESENTACIÓN • Objetivo: reconocimiento de marca

Hay lugares donde solo tomas café. Y hay lugares donde te quedas una hora más sin darte cuenta.

Café Central abre sus puertas en el centro de la ciudad.

Buen café, mesas para conversar y un rincón esperando por ti.

Ven a conocernos. La primera taza, mejor acompañada.

2 • PRODUCTO • Objetivo: mostrar el producto

Cappuccino de la casa.

Espresso intenso, leche cremosa y esa espuma que se acaba demasiado rápido.

Pídelo solo o con un dulce de la vitrina. Vas a repetir.

Desde las 7:00 a. m., listo para empezar tu día.

3 • EMOCIONAL • Objetivo: conexión con la gente

¿Cuándo fue la última vez que te sentaste a conversar sin mirar el reloj?

Sin prisa, sin pantallas, solo una mesa, un café y alguien que te escucha.

Eso también es un buen plan.

Etiqueta a esa persona con la que te debes un café.

4 • PROMOCIÓN • Objetivo: conversión en ventas

¡Promo de pareja en Café Central!

2 cafés + 2 dulces a precio especial, de lunes a jueves, de 3:00 a 6:00 p. m.

Perfecto para una tarde tranquila o para quedar con ese amigo que siempre dice “otro día”.

Este es el otro día.

5 • INVITACIÓN • Objetivo: visita al local

Este sábado no tienes que decidir mucho.

Sal, camina hasta Café Central, elige una mesa y pide lo que te provoque.

Abrimos desde las 7:00 a. m. Aquí hay café caliente, buena música y un lugar para ti.

Te guardamos tu sitio.

Vender ropa por Instagram: ventajas y desventajas

Cliente ficticio: pequeña tienda de ropa que quiere empezar a vender por Instagram.

Pregunta del cliente: ¿cuáles son las principales ventajas y desventajas de vender por Instagram?

Introducción

Instagram es una red hecha para mirar, y la ropa se vende mirando. Para una tienda pequeña, eso significa poder enseñar cada prenda puesta sin pagar un local más grande ni una mejor ubicación. A cambio, exige tiempo y constancia. Estas son las dos caras.

Ventajas

Nuevos clientes. Una publicación puede compartirse entre amigas y llegar a personas que jamás pasarían por tu calle. Tu tienda deja de depender solo de quien camina frente a la puerta.

Producto visual. Un video de diez segundos muestra cómo cae la tela, el color real y cómo le queda a alguien de talla parecida. Así resuelves las dudas antes de que el cliente las tenga.

Comunicación directa. Por mensaje privado puedes responder “¿la tienen en M?” en minutos. Esa atención cercana es justo lo que una cadena grande no ofrece.

Ventas. El cliente puede descubrir una prenda, preguntar por ella y avanzar hacia la compra desde la propia plataforma, siempre que el negocio tenga preparado un proceso sencillo de atención y pago.

Desventajas

Mucha competencia. Muchas tiendas venden lo mismo, y tus fotos compiten con todo lo que el usuario mira. Si tu cuenta se parece a las demás, pasa desapercibida.

Publicar con frecuencia. Una cuenta que publica una vez al mes se olvida. Alguien tendrá que fotografiar, escribir y responder casi a diario, y esas horas hoy se dedican al local.

Dependencia de la plataforma. Tus seguidores viven en una cuenta que no controlas. Si cambia el algoritmo o te bloquean, puedes perder el alcance de un día para otro.

Seguidor no es cliente. Mil seguidores no son mil compradores. Muchos dan “me gusta” y nunca compran.

Conclusión

Sí vale la pena, con tres condiciones. Primero, un compromiso realista: tres publicaciones por semana y mensajes respondidos el mismo día. Segundo, guardar los contactos de los clientes (por ejemplo, en WhatsApp) para no depender solo de Instagram. Tercero, medir ventas, no seguidores. Pruébalo tres meses: si hay ventas, sigue; si no, habrás invertido poco y sabrás por qué.

¿Tienes un negocio y quieres mejorar tu contenido?

Cuéntame qué haces y qué necesitas.

Hablemos.

WHATSAPP

+53 5107 5657

CORREO

arieljesussalasferrer@gmail.com