FRAN MURAD

EDICIÓN 2026

MANUAL DE EJECUCIÓN

Contenido con IA para TikTok e Instagram

Ideas, ganchos, guiones y un sistema semanal para planificar, grabar y publicar contenido que retiene, sin quedarte en blanco y sin sonar como todos.

ESCRITO POR

Fran Murad

PRIMERA EDICIÓN
2026

Contenido con IA para TikTok e Instagram

Ideas, ganchos, guiones y un sistema semanal para planificar, grabar y publicar contenido que retiene, sin quedarte en blanco y sin sonar como todos.

Primera edición · 2026 · Versión 1.0
© 2026 Fran Murad. Todos los derechos reservados.

Esta obra es de uso personal del comprador. No está permitida su reproducción total o parcial, su distribución, su reventa ni su uso para crear productos derivados sin autorización escrita del autor.

Las herramientas, precios y planes mencionados corresponden al momento de la edición y pueden cambiar. Verificá siempre las condiciones vigentes en el sitio oficial de cada herramienta antes de contratar. El anexo D reúne los enlaces oficiales.

Este material es educativo: enseña procesos de trabajo y criterios para aplicarlos. No garantiza ventas, clientes ni resultados económicos: eso depende de la ejecución, del mercado y del esfuerzo de cada persona. No reemplaza el asesoramiento legal, contable ni impositivo profesional.

Dudas, correcciones o mejoras: escribime a contactofranmurad@gmail.com o por Instagram, @frann.murad.

Índice

CONTENIDO CON IA PARA TIKTOK E INSTAGRAM

Antes de empezar 1

PARTE I · LA ESTRATEGIA

01 Para qué publicás 5

02 Tus pilares de contenido 10

03 Cómo funcionan los feeds 15

PARTE II · PRODUCIR

04 Ideas que no se acaban 21

05 Los primeros tres segundos 26

06 Guiones que retienen 31

07 Grabar y editar con lo que tenés 37

08 Carruseles, publicaciones e historias 42

PARTE III · EL SISTEMA

09 El sistema semanal 49

10 Medir y mejorar 54

11 Del contenido a la venta 59

Treinta ganchos 64

Plantillas de guion 67

Prompts de contenido 71

Fuentes y actualización 74

INTRODUCCIÓN

Antes de empezar

Para quién es este libro, qué vas a tener al terminarlo y la verdad incómoda sobre el contenido que nadie te cuenta.

El problema de casi todos los que publican en redes no es la falta de talento ni de herramientas. Es que cada vez que se sientan a publicar, empiezan de cero: sin ideas, sin estructura y sin sistema.

Publicar contenido en TikTok e Instagram se volvió casi obligatorio para cualquiera que venda algo: un producto, un servicio, un conocimiento, a sí mismo. Y al mismo tiempo, es una de las tareas que más frustran. Te sentás frente al celular, no sabés qué decir, grabás algo, no te gusta, lo borrás. O publicás tres semanas seguidas, no pasa nada, y abandonás.

Este libro es sobre cambiar eso por un **sistema**: saber de qué hablar, cómo empezar cada video para que la gente no pase de largo, cómo estructurarlo para que lo miren hasta el final, cómo producirlo sin perder el día entero, y cómo hacer que termine en algo concreto para tu negocio.

Para quién es

- Emprendedores y profesionales que quieren usar las redes para conseguir clientes.
- Personas que están construyendo su marca personal.
- Quienes gestionan redes de otros negocios y quieren un método para producir mejor.
- Cualquiera que empezó a publicar, se quedó sin ideas y dejó.

No hace falta tener equipos caros, experiencia frente a cámara ni miles de seguidores. Hace falta un celular, algo para decir y la disposición a sostenerlo

en el tiempo.

Qué vas a tener al terminar

- [ ] Un objetivo claro para tu contenido y los números que lo miden.
- [ ] Entre tres y cinco pilares de contenido: los temas de los que vas a hablar siempre.
- [ ] Un banco de ideas que no se acaba, alimentado con IA y con tus clientes.
- [ ] Treinta fórmulas de ganchos para los primeros segundos.
- [ ] Plantillas de guion para los formatos que mejor funcionan.
- [ ] Una forma de grabar y editar con lo que tenés.
- [ ] Un sistema semanal que produce el contenido de toda la semana en pocas horas.
- [ ] Un método para medir y mejorar cada semana.
- [ ] Un camino claro del contenido a la venta.

Cómo está armado

La **Parte I** es la estrategia: para qué publicás, de qué vas a hablar y cómo funcionan las plataformas. Es corta y es la que más se saltea. No la saltees.

La **Parte II** es la producción: ideas, ganchos, guiones, grabación, edición y formatos de Instagram.

La **Parte III** es el sistema: la semana de trabajo, la medición y el paso del contenido a la venta.

Al final hay cuatro anexos: treinta ganchos, las plantillas de guion, los prompts y las fuentes.

La verdad incómoda

Nadie te puede prometer que un video se va a hacer viral. Ni este libro, ni ningún curso, ni ninguna herramienta. Las plataformas cambian cómo muestran el contenido, y no publican todos los detalles de cómo lo hacen. El que te vende un "truco del algoritmo" te está vendiendo algo que, en el mejor de los casos, va a dejar de funcionar pronto.

Lo que sí funciona, y funciona desde que existen las redes, es esto: **contenido que le sirve o le interesa a una persona concreta, que empieza bien, que se entiende y que se publica con constancia.** No es un secreto. Es un oficio. Y los oficios se aprenden.

> **MEDIR EL ÉXITO POR LOS VIRALES**
>
> Un video con un millón de vistas de gente que nunca te va a comprar vale menos que uno con dos mil vistas de tus clientes ideales. No persigas los números grandes: perseguí a las personas correctas.

Sobre la IA en este libro

La IA es una aliada enorme para el contenido: te ayuda a encontrar ideas, escribir ganchos, estructurar guiones, adaptar formatos y analizar qué funcionó. Pero no puede **tener algo que decir** por vos: tus experiencias, opiniones, clientes y errores son lo que hace que tu contenido sea tuyo. La IA le da forma; la sustancia la ponés vos.

Si ya leíste *ChatGPT para emprendedores*, vas a reconocer el método: contexto, ejemplos, iteración. Si no, el capítulo 4 te da lo necesario.

> **ANTES DE PASAR DE PÁGINA**
>
> Abrí tu perfil de Instagram o TikTok y mirá tus últimas nueve publicaciones como si fueras un desconocido. Escribí en una línea: ¿de qué se trata esta cuenta? ¿A quién le habla? Si no podés responder con claridad, la Parte I es para vos.

01

Para qué publicás

Los cuatro objetivos que puede tener el contenido de un negocio, por qué mezclarlos sin criterio es el error más común, y qué números mirar para saber si vas bien.

"Hay que estar en redes" no es un objetivo. Es una obligación mal entendida. Hasta que no sepas para qué publicás, no vas a saber qué publicar, ni si lo que publicás está funcionando.

La mayoría de los negocios publica sin un objetivo claro. Un día un producto, otro día una frase motivacional, otro un video siguiendo una tendencia porque "a otros les funciona". El resultado es una cuenta que no se entiende, que no crece y que no vende. No por falta de esfuerzo, sino por falta de dirección.

Los cuatro objetivos

El contenido de un negocio puede servir para cuatro cosas distintas. Todas son válidas, pero cada una se logra con contenido distinto y se mide distinto:

OBJETIVO	QUÉ BUSCÁS	TIPO DE CONTENIDO	CÓMO SE MIDE
Alcance	Que te conozca gente nueva	Entretenido, fácil de compartir, sobre temas amplios de tu rubro	Visualizaciones, cuentas alcanzadas, compartidos
Confianza	Que quien te conoce confíe en vos	Educativo, detrás de escena, casos, opiniones	Guardados, comentarios, tiempo de visualización
Comunidad	Que se queden y participen	Conversación, preguntas, historias personales	Comentarios, respuestas, mensajes
Conversión	Que te compren o te escriban	Ofertas, testimonios, demostraciones, llamados a la acción	Mensajes directos, clics al enlace, ventas

NECESITÁS LOS CUATRO, EN PROPORCIÓN

Una cuenta que solo busca alcance crece pero no vende. Una que solo busca conversión vende a los pocos que ya la conocían y se estanca. Lo que funciona es una mezcla: suficiente alcance para que llegue gente nueva, suficiente confianza para que te crean, y suficientes llamados a la acción para que sepan cómo comprarte.

Tu objetivo principal

Aunque necesites los cuatro, en cada etapa hay uno que pesa más. Algunas situaciones típicas:

- **Estás empezando y nadie te conoce:** alcance y confianza.
- **Tenés seguidores pero no te compran:** confianza y conversión.
- **Vendés bien pero no crecés:** alcance.
- **Tenés clientes que compran una vez y no vuelven:** comunidad.

Elegí tu objetivo principal para los próximos tres meses. Todo lo demás en este libro se ajusta a eso.

El error de la mezcla sin criterio

El error más común no es tener un objetivo equivocado: es no tener ninguno y publicar cualquier cosa. Algunos síntomas:

- [ ] Publicás tendencias que no tienen nada que ver con tu negocio porque “funcionan”.
- [ ] Tu cuenta cambia de tono y de tema todas las semanas.
- [ ] No sabés qué publicación funcionó mejor el mes pasado ni por qué.
- [ ] La gente te sigue pero nunca te escribe para comprar.
- [ ] Tus seguidores no saben qué vendés.

Los números que importan

Las plataformas te muestran muchísimas métricas. Para un negocio, las que más importan no son las más visibles:

FORMATO	QUÉ ES
Error común	“El error que cometen casi todos los que…”
Mito o verdad	Desmentir algo que todos creen
Paso a paso	Cómo hacer algo concreto
Lista	“Tres cosas que…”
Antes y después	Una transformación con explicación
Historia	Algo que te pasó o le pasó a un cliente
Opinión	Tu postura sobre algo polémico de tu rubro
Detrás de escena	Cómo hacés lo que hacés
Respuesta a pregunta	Una pregunta real de un cliente o seguidor
Comparación	Esto versus aquello

Cuatro pilares por diez formatos son cuarenta combinaciones, y cada combinación puede tener muchas ideas. Es la base del banco de ideas del capítulo 4.

ENCONTRAR MIS PILARES ESTRATEGIA

Te paso información sobre mi negocio y mi audiencia.

Qué vendo: **producto o servicio**
A quién: **cliente ideal**
Lo que sé o vivo que puede interesarle: **conocimientos, experiencias**
Preguntas frecuentes de mis clientes: **preguntas**
Mi objetivo con el contenido: **objetivo del capítulo 1**

Proponé cinco posibles pilares de contenido. Para cada uno: de qué trata, por qué le interesa a mi cliente, cómo se conecta con lo que vendo, y tres ideas de publicaciones de ejemplo. Después recomendame cuáles tres o cuatro elegir y en qué proporción.