

tu pack de

PITCHING

Todo lo que uso yo para escribir a marcas y cerrar colaboraciones.

01 Mi plantilla de pitching

02 Detecta qué les falta

03 A qué marcas escribir

04 Tu ritmo semanal

05 Checklist antes de enviar

06 Tu tracker de marcas

01 · la plantilla

PRIMERO, UN DM

Escribe a la marca por Instagram para pedir el correo de marketing.

COPIA Y PEGA

¡Hola, equipo de **[marca]**! Soy **[tu nombre]**, creadora de contenido UGC. Tengo una propuesta de contenido para vosotros y me encantaría enviároslo. ¿Me podríais pasar el correo de marketing? ¡Muchas gracias!

MI TRUCO

¿Tienen un correo en el perfil? No esperes a que te contesten: manda el pitching ahí. Muchas de mis colaboraciones las he cerrado por ese correo, no por el de marketing.

después, el email

MI PLANTILLA 1/2

ASUNTO SIMPLE

Propuesta UGC para [marca]

SALUDO

Hola, equipo de [marca]:

QUIÉN ERES, EN 2 LÍNEAS

Soy [tu nombre], tengo [X años] de experiencia como creadora UGC y estoy especializada en [tu especialidad].

EL PROBLEMA, SIN ATACAR

He estado mirando vuestras redes y me encanta [algo concreto que hacen bien]. Aun así, he visto que [lo que les falta]. Creo que si reforzarais esa parte podríais generar mucha más [confianza / comunidad / ventas].

Ejemplo de especialidad: «contenido estratégico que posiciona y vende». Pon la tuya: tu nicho, tu estilo o lo que mejor se te da.

y para cerrar

MI PLANTILLA 2/2

3 IDEAS CONCRETAS

Por eso he pensado tres ideas para vosotros:

1. **[Nombre de la idea]**: **[cómo lo grabaría]**. El objetivo es **[engagement / ventas / confianza]** y creo que os funcionaría porque **[motivo]**.

2 y 3. Igual: cómo lo grabarías, qué objetivo tiene y por qué a ellos les funciona.

PUERTAS ABIERTAS

Por supuesto, si tenéis otra campaña en mente, me adapto a lo que necesitéis. Si os interesa, estaré encantada de hablar de las condiciones.

TU PORTFOLIO

Aquí podéis ver mis trabajos anteriores: **[enlace a tu portfolio]**

TU FIRMA

Un saludo,

[Tu nombre] · Creadora de contenido UGC

[email] · **[@instagram]**

Sin portfolio no hay colaboración. Si la marca no ve tus trabajos anteriores, no te va a contratar.

02 · detecta

QUÉ LES FALTA

Una marca necesita tres tipos de contenido. Mira sus redes y busca cuál no están haciendo. A todas les falta algo, y ese es el problema que les vas a resolver.

ENTRETENIDO

engagement

Muchos seguidores y pocos comentarios. Todo es producto.

PROBLEMA Y SOLUCIÓN

ventas

Contenido bonito, pero nunca enseña qué problema resuelve.

EDUCATIVO

confianza

Solo venta, venta, venta. Nadie explica cómo usarlo.

LO QUE MÁS ME ENCUENTRO

Vídeos de sus trabajadores, pero ninguno de usuarios reales. Contenido estético súper producido, pero sin gente real. O UGC que solo vende y no educa.

CÓMO DECÍRSELO

«Me encanta cómo estáis haciendo [X], pero creo que si mejorarais [Y] podríais generar mucha más confianza, comunidad o ventas.»

Nunca les digas que algo lo están haciendo mal.

03 · EL TIP QUE NORMALMENTE SOLO DOY EN MIS ASESORÍAS

ESCRIBO A MARCAS DE *0 a 100.000* SEGUIDORES

la mayoría de mis colaboraciones



Casi todas mis colaboraciones han sido con marcas de entre **20.000 y 50.000 seguidores**. Son marcas pequeñas, pero ya invierten en redes y tienen presupuesto para contenido.

DEMASIADO PEQUEÑA

La tienda de tu barrio que no sabe ni lo que es Instagram. No tiene presupuesto.

DEMASIADO GRANDE

Nike. Se piensa que con mandarte un chándal te vale. Y con un chándal no pagas el alquiler.

04 · tu ritmo

CADA SEMANA

10-15

marcas a la semana. El pitching es constancia: cuantas más marcas escribas, más respuestas te llegan.

**7
días**

y haces seguimiento. Si no te han contestado en una semana, vuelve a escribir. Ahí se cierran muchas colaboraciones.

Un consejo: no guardes este pack para «cuando estés lista». Escribe esta semana a tus primeras 10 marcas.

05 · checklist

ANTES DE ENVIAR

- ☐ La marca tiene entre 0 y 100.000 seguidores.
- ☐ He pedido el correo por DM (o uso el del perfil).
- ☐ Asunto simple: «Propuesta UGC para [marca]».
- ☐ Mi presentación ocupa 2 líneas, no más.
- ☐ He detectado qué tipo de contenido les falta.
- ☐ Lo digo sin atacar: primero, lo que hacen bien.
- ☐ Propongo 3 ideas: cómo, objetivo y por qué.
- ☐ Me adapto a otras campañas y hablo de condiciones.
- ☐ Portfolio pegado y enlace comprobado.
- ☐ Firma puesta y nombre de la marca bien escrito.

Y apúntalo en tu tracker con la fecha del seguimiento: dentro de 7 días.

06 · *tu tracker*

ORGANÍZALO EN NOTION

Apunta cada marca a la que escribes. Así sabes a quién le toca seguimiento y nunca se te pierde una respuesta. En Notion, crea una base de datos tipo tabla con estas columnas:

Marca	título	Instagram	texto
Seguidores	número	Correo	email
Le falta	selección	Fecha pitching	fecha
Fecha seguimiento	fecha	¿Respondió?	casilla
Estado	selección	Notas	texto

ASÍ SE VE (MARCAS DE EJEMPLO)

MARCA	PITCHING	SEGUIMIENTO	ESTADO
Marca ejemplo 1	06/10	13/10	Negociando
Marca ejemplo 2	09/10	16/10	Seguimiento
Marca ejemplo 3	08/10	15/10	Cerrada

¿lo revisamos **JUNTAS?**

ASESORÍA

Escríbeme esta palabra por DM si quieres que revise tu pitching, tu portfolio o a qué marcas escribir.

CAMP

Y si quieres aprenderlo todo desde cero,scríbeme esta y te cuento cómo funciona el UGC Camp.