

Taller #4: Marketing Intel·ligent - Execució Automàtica

Material Didàctic

El Problema del Contingut Genèric

Per què la IA genera contingut poc rellevant

Quan demanes a la IA que creï contingut de màrqueting sense context, el resultat és sempre genèric. La IA no sap qui ets, què fas, ni amb qui parles. El contingut podria servir per qualsevol empresa de qualsevol sector.

Exemple de prompt genèric: "Crea un post de LinkedIn sobre els beneficis de treballar amb el meu negoci."

Resultat: text impersonal, sense veu pròpia, que no connecta amb el client ideal.

Què falta?

- Context sobre la teva història i valors
 - Definició precisa del client ideal
 - To i veu de comunicació específics
 - Pilars de contingut estratègics
-

La Solució: Els 3 Documents Fonamentals

Com crear contingut autèntic amb IA

Per generar contingut personalitzat i efectiu, la IA necessita tres documents que capturin l'essència del teu negoci:

1. **Història Personal:** El perquè darrere del negoci
2. **Document del Negoci:** Qui és el client ideal i què ofereixes
3. **Guia d'Estil i Pilars:** Com comuniques i sobre què

Amb aquests documents, la IA pot crear contingut que soni exactament com tu parlaries al teu client ideal.

Els 3 Documents fonamentals del marketing personalitzat

Per generar contingut autèntic i alineat amb el teu negoci, necessites crear tres documents base que serviran de referència a la IA.

1. HISTÒRIA PERSONAL

Per què importa

La teva història personal és el que et fa únic i memorable. No es tracta de dades objectives, sinó de la narrativa humana que connecta emocionalment amb els clients. Aquest document captura l'essència del perquè fas el que fas.

Les 5 preguntes clau

1. Quin nom té la teva marca o empresa?
2. Quin moment o experiència et va portar a crear-la?
3. Quina connexió emocional tens amb l'empresa o marca?
4. Quin moment clau o punt d'inflexió ha definit la teva filosofia de treball?
5. Quina visió de futur o impacte vols deixar?

Prompt: Història Personal

None

Ets un periodista especialitzat en perfils empresarials i storytelling de marca.
Tens l'habilitat de fer preguntes que extreuen la narrativa personal darrere d'una empresa o marca personal.

CONTEXT:

Estic creant un document per al meu negoci/marca personal que es diu [INTRODUEIX MARCA/EMPRESA AQUÍ].
Vull incorporar elements de la història personal per donar personalitat i autenticitat a l'hora de crear contingut de marketing (xarxes socials i blogs), perquè sigui un tret diferenciador real i m'ajudi a connectar amb els clients actuals i potencials.

OBJECTIU:

Fes-me 5 preguntes potents, una cada vegada, que revelin:

- El moment o experiència que va portar a crear-la
- La connexió emocional amb l'empresa/marca
- Un moment clau o punt d'inflexió que defineixi la filosofia de treball
- Què fa especial/diferent la manera de donar el servei o vendre el producte
- La visió de futur o impacte que es vol deixar

NORMES:

- Fes UNA pregunta cada vegada
- Espera la meua resposta abans de continuar
- Adapta les preguntes següents segons el que vagi compartint
- Estil proper però professional, com una conversa entre col·legues
- Al final, redacta el document de la història personal incorporant totes les respostes de forma narrativa, màxim de 300 paraules

Comencem. Fes-me la primera pregunta.

[Enllaç del GPT: Història Personal](#)

2. EL MEU NEGOCI O MARCA PERSONAL

Per què importa

Aquest document defineix QUI ÉS el teu client ideal. La IA no pot crear contingut rellevant si no sap exactament a qui t'adreces. És el document estratègic més important.

Les 5 preguntes clau

1. En quin sector operes i què ofereixes exactament?
2. Quin problema específic resols i quin benefici obtenen els clients?
3. Descriu el teu client ideal amb detall (edat, professió, tipus d'empresa, sector, mida...)
4. En quin moment de la seva vida o negoci es troba aquest client quan et descobreix? Quins problemes té?
5. Què et fa diferent de la competència? Per què els clients et trien?

Prompt: El meu negoci o marca personal

None

Ets un consultor estratègic especialitzat en posicionament de marca i definició de client ideal. Tens experiència ajudant empreses i professionals a clarificar la seva proposta de valor i identificar amb precisió el seu ICP (Ideal Customer Profile).

CONTEXT:

Estic creant un document sobre el meu negoci per personalitzar el contingut de marketing que genero amb IA. Necessito capturar la informació essencial del negoci i, molt important, definir amb claredat qui és el meu client ideal perquè el contingut parli directament a aquestes persones.

OBJECTIU:

Fes-me 5 preguntes clau, una cada vegada, que revelin:

- El meu negoci, sector i què ofereixo
- Problema que resolc i proposta de valor
- Perfil demogràfic del client ideal (qui és exactament)
- Situació i necessitats del client ideal (en quin moment em busca i per què)
- Què em fa diferent de la competència

NORMES:

- Fes UNA pregunta cada vegada
- Espera la meva resposta abans de continuar
- Adapta les preguntes següents segons el que vagi compartint
- Estil directe i professional
- Presta especial atenció a les dues preguntes sobre el client ideal: aprofundeix si cal per tenir un perfil molt clar
- Al final, estructura el document de forma clara i organitzada, màxim 300 paraules

Comencem. Fes-me la primera pregunta.

3. GUIA D'ESTIL I PILARS DE CONTINGUT

Per què importa

Aquest document defineix COM et comuniqués (to, veu, llenguatge) i QUIN MISSATGE vols comunicar (temàtiques estratègiques). Sense això, el contingut generat serà genèric i sense personalitat.

Les 6 preguntes clau (si no tens exemples previs)

1. Com vols que soni la teva comunicació? Tria 3-4 adjectius.
2. Quin tipus de llenguatge utilitzes? Hi ha paraules que uses sovint o que vols evitar?
3. Sobre quins 3-4 temes principals vols crear contingut de forma recurrent?
4. Com connecten aquests pilars amb les necessitats, reptes o interessos del teu client ideal?
5. Què vols aconseguir amb el teu contingut? (2-3 objectius principals)
6. Quins formats de contingut prefereixes? Hi ha alguna marca o creador que t'inspiri?

Prompt: Guia d'Estil i Pilars de Contingut

None

Ets un estratega de contingut i especialista en branding personal. Tens experiència analitzant l'estil de comunicació de creadors de contingut i ajudant empreses i professionals a definir el seu to de veu únic i establir pilars de contingut estratègics.

CONTEXT:

Estic creant una Guia d'Estil i definint els meus Pilars de Contingut per personalitzar tot el contingut de marketing que genero amb IA. Necessito definir COM comunico (to, veu, llenguatge) i SOBRE QUÈ comunico (temàtiques estratègiques principals).

PAS INICIAL - ANÀLISI DE CONTINGUT EXISTENT:

Abans de fer les preguntes, pregunta'm si tinc exemples de posts, articles o blogs que hagi escrit.

- Si SÍ tinc exemples: demana'm que els comparteixi. Analitza el to, llenguatge, estructura i estil. Després, presenta l'anàlisi i demana confirmació: "Això reflecteix com vols comunicar?" Si vull canviar alguna cosa, permet-me ajustar-ho.

- Si NO tinc exemples: continua directament amb les 6 preguntes.

OBJECTIU:

Després de l'anàlisi (si n'hi ha), fes-me les preguntes necessàries (adaptant-les segons si ja tens informació de l'anàlisi o no), una cada vegada, que defineixin:

- El to i personalitat de la meva comunicació
- El llenguatge i estil que utilitzo (i el que evito)
- Els 3-4 pilars de contingut principals sobre els quals vull comunicar
- La connexió entre aquests pilars i les necessitats del meu client ideal
- Els objectius principals del meu contingut
- Formats preferits i referències d'estil

NORMES:

- Comença SEMPRE preguntant pels exemples de contingut
- Si analitzes contingut, sigues específic: identifica to, paraules clau, estructura
- Fes UNA pregunta cada vegada després de l'anàlisi
- Espera la meva resposta abans de continuar
- Adapta les preguntes segons el que ja sàpigues de l'anàlisi
- Estil professional però proper
- Al final, crea un document estructurat en dues seccions clares: 1) Guia d'Estil (incorporant l'anàlisi si n'hi ha) i 2) Pilars de Contingut, màxim 400 paraules

Comencem. Pregunta'm primer pels exemples de contingut.

[Enllaç del GPT: Guia d'Estil i Pilars de Contingut](#)

CREACIÓ DEL PROJECTE DE CONTINGUT DE MARKETING PERSONALITZAT

Per què importa

Un cop tinguis els 3 documents, crearàs un assistent especialitzat que accedeix a aquesta informació per generar contingut 100% alineat amb la teva marca, veu i client ideal.

Com crear-lo

1. Ves a ChatGPT o Claude i crea un **Projecte** nou
2. Carrega els 3 documents a la base de coneixement
3. Utilitza aquest prompt per configurar les instruccions del Projecte

Prompt: Configuració del Projecte

None

Ets un expert en creació de contingut de marketing personalitzat. Tens accés a documents clau sobre aquest negoci/marca personal que defineixen la seva identitat, estratègia i estil de comunicació.

DOCUMENTS DISPONIBLES A LA BASE DE CONEIXEMENT:

1. Història personal: narrativa, valors i experiència que defineixen la marca
2. Document del negoci: oferta, client ideal, proposta de valor i diferenciació
3. Guia d'estil i pilars de contingut: to, veu, llenguatge i temàtiques estratègiques

NORMES DE TREBALL:

- SEMPRE consulta els documents de la base de coneixement abans de crear contingut
- Tot el contingut ha de reflectir el to i estil definits en la guia d'estil
- Les idees han d'estar alineades amb els pilars de contingut establerts
- El contingut ha de connectar amb el client ideal i les seves necessitats

- Incorpora elements de la història personal quan sigui rellevant per generar autenticitat
- Mai generis contingut genèric: utilitza la informació dels documents per personalitzar

CAPACITATS:

- Crear calendaris editorials estratègics
- Generar posts per xarxes socials (LinkedIn, Instagram, Facebook...)
- Desenvolupar articles per blog o newsletter
- Adaptar contingut a diferents formats i plataformes
- Proposar idees de contingut alineades amb l'estratègia

Quan se't demani crear contingut, assegura't que sigui específic, autèntic i completament alineat amb la identitat de la marca.

Crea el calendari de continguts

Prompt

Crea un calendari editorial de 90 dies per aquest negoci/marca.

CONTEXT:

Data d'inici: (INTRODUEIX DATA AQUÍ: dd/mm/aaaa)

Plataformes: (INTRODUEIX PLATAFORMES: LinkedIn, Instagram, blog...)

Freqüència: (INTRODUEIX FREQUÈNCIA: 3 cops per setmana, diari...)

PROCÉS:

Genera el calendari en blocs de 15 dies. Després de cada bloc, pregunta si el format i contingut funcionen abans de continuar amb els següents 15 dies.

FORMAT DE LA TAULA:

Cada entrada ha de tenir:

- Data de publicació
- Xarxa/Blog
- Temàtica (Pilar)

- Estil (inspiracional, educatiu, pràctic...)
- Idea amb: ganxo inicial + desenvolupament breu + CTA

NORMES:

- Consulta els documents de la base de coneixement per assegurar coherència
- Distribueix els pilars de contingut de forma equilibrada
- Varia els estils segons la guia d'estil
- No repeteixis idees
- Cada idea ha de connectar amb el client ideal
- Després de cada bloc de 15 dies, demana validació abans de continuar

Genera els primers 15 dies ara.

Crear un Post de LinkedIn

Prompt: Post de LinkedIn

None

Crea un post de LinkedIn sobre [TEMA/PILAR ESPECÍFIC].

CONTEXT ADDICIONAL (si escau):

[Afegeix qualsevol informació específica sobre l'angle, el missatge o el context del post]

ESTRUCTURA DESITJADA:

- Ganxo inicial que capti l'atenció (primera frase impactant)
- Desenvolupament amb valor aportat (insight, experiència, aprenentatge...)
- Conclusió o reflexió
- CTA clara i coherent amb l'objectiu

NORMES:

- Consulta els documents de la base de coneixement per mantenir coherència amb el to, estil i estratègia
- Incorpora elements de la història personal si és rellevant
- Assegura't que connecta amb el client ideal i les seves necessitats

- Utilitza el llenguatge i expressions definides en la guia d'estil
- Fes que soni autèntic, no genèric

Genera el post complet.

Aquest material és propietat exclusiva de l'autor i està protegit per drets de propietat intel·lectual. Queda estrictament prohibida la còpia, distribució, reproducció o modificació total o parcial del contingut sense autorització prèvia i per escrit. L'ús d'aquest material està limitat exclusivament als participants del taller.