

Metodología de Automatización en n8n para Pembertty

Introducción

Esta metodología proporciona un marco de trabajo lógico y coherente para operar la plataforma n8n con el objetivo de comunicar, propagar y posicionar el lenguaje de marca "Pembertty". Se basa en la automatización de procesos de marketing y comunicación dirigidos a los diferentes segmentos de cliente identificados en la documentación. El objetivo es crear un ecosistema digital automatizado que capture, segmente, nutra y convierta prospectos en clientes para las dos principales variables de entorno de Pembertty:

1. **"Te enseñó a tallar tu propia vela artesanal"** (Educación/Experiencia)
2. **"Te hago tu propia vela artesanal"** (Producto/Servicio B2B y B2C)

Fase 1: Fundamentos y Configuración en n8n

Antes de construir los flujos, es crucial establecer las bases en n8n.

1.1. Conexión de Herramientas (Nodos de n8n)

El primer paso es conectar todas las herramientas digitales que usarás. En n8n, esto se hace a través de los "Credentials". Necesitarás configurar nodos para:

- **Redes Sociales:** Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok.
- **Email Marketing:** Un proveedor como Brevo, Mailchimp o similar.
- **Formularios:** Nodos de Webhook para capturar datos de formularios en tu sitio web.
- **Hojas de Cálculo:** Google Sheets para actuar como una base de datos simple y para segmentar contactos.
- **CRM (Opcional pero recomendado):** Un CRM como HubSpot o Airtable para una gestión de clientes más avanzada.

1.2. Estructura de Datos (Segmentación)

Basado en tu documento "canvas_segmento_clientes_refinado.pdf", crearemos una hoja de cálculo principal en Google Sheets llamada **"Base de Datos Pembertty"** con las siguientes columnas:

- Fecha de Registro
- Nombre
- Email
- Teléfono (Opcional)
- Fuente (Ej: "Formulario Web", "Lead Ad Instagram", "Contacto LinkedIn")
- Variable de Interés ("Enseño", "Hago", "Ambas")
- Segmento Principal ("Emprendedoras", "Adultas Bienestar", "Eventos", "Instituciones Religiosas", "Clientes Ocasionales")

- Buyer Persona ("María emprendedora", "Lucia creativa", "Ana decoradora", etc.)
- Estado del Lead ("Prospecto", "Nutrición", "Cliente", "Inactivo")
- Notas

Esta hoja será el centro de tu operación de marketing, alimentada y actualizada por tus flujos de n8n.

Fase 2: Flujos de Captura y Segmentación de Leads

El objetivo de estos flujos es capturar el interés de los usuarios y clasificarlos automáticamente.

Flujo 1: Captura desde Formularios Web

- **Disparador (Trigger):** Webhook. Este nodo te dará una URL única para poner en el "action" de tu formulario web (ej. un formulario de "Más información" en tu página).
- **Pasos:**
 1. **Webhook:** Recibe los datos del formulario (nombre, email, variable de interés).
 2. **Set:** Formatea los datos para que coincidan con las columnas de tu hoja de cálculo.
 3. **Google Sheets (Append):** Añade una nueva fila a tu "Base de Datos Pembertty" con la información del nuevo prospecto.
 4. **IF Node:** Segmenta inmediatamente.
 - **Si Variable de Interés es "Enseño":** Envía un email de bienvenida automático con información sobre los kits y cursos.
 - **Si Variable de Interés es "Hago":** Envía un email de bienvenida con el catálogo de productos y un enlace para agendar una consulta.

Flujo 2: Captura desde Anuncios de Leads en Redes Sociales (Lead Ads)

- **Disparador (Trigger):** Facebook Lead Ads o LinkedIn Lead Ads.
- **Pasos:**
 1. **Facebook Lead Ads:** Se activa cada vez que alguien llena un formulario en un anuncio de Facebook o Instagram.
 2. **Set:** Asigna la Fuente como "Lead Ad Instagram" y define el Segmento Principal según la campaña (ej. una campaña para "Mujeres Emprendedoras").
 3. **Google Sheets (Append):** Añade el nuevo prospecto a la base de datos.
 4. **Email Marketing Node:** Añade el contacto a una lista específica (ej. "Prospectos Curso Talla") para iniciar una secuencia de nutrición.

Fase 3: Flujos de Propagación y Nutrición de Marca

Estos flujos se encargan de comunicar el lenguaje de marca "Pembertty" y mantener el interés de los prospectos.

Flujo 3: Calendario de Contenido Automatizado

Este flujo replica tu "Estrategia de Contenido Calendarizado".

- **Disparador (Trigger):** Cron. Configurado para ejecutarse diariamente.
- **Pasos:**
 1. **Cron:** Se activa todos los días a una hora específica (ej. 8:00 AM).
 2. **Date & Time:** Obtiene el día de la semana actual.
 3. **Switch Node:** Ejecuta una acción diferente según el día de la semana.
 - **Caso "Lunes":** Toma una publicación de una hoja de Google Sheets llamada "Contenido Lunes Inspiradores" y la publica en Instagram y Facebook.
 - **Caso "Martes":** Publica un mini-tutorial (video corto) en TikTok e Instagram Reels.
 - **Caso "Miércoles":** Envía un email a la lista de "Nutrición" con un artículo del blog sobre los beneficios terapéuticos.
 - **Caso "Jueves":** Publica un producto destacado en Pinterest y en la tienda de Facebook.
 - **Caso "Viernes":** Publica un recordatorio sobre los próximos talleres o un testimonio de un cliente.

Flujo 4: Secuencia de Nutrición para "Te Enseño"

Este es un flujo clave para convertir prospectos del curso en clientes.

- **Disparador (Trigger):** Se activa cuando un nuevo contacto es añadido a la lista "Prospectos Curso Talla" (ver Flujo 2).
- **Pasos (distribuidos en el tiempo con el nodo Wait):**
 - **Día 1:** Email de bienvenida con la historia de Pemberty y el valor de la técnica.
 - **Día 3 (Wait 2 días):** Email mostrando testimonios de alumnas y fotos de sus creaciones.
 - **Día 5 (Wait 2 días):** Email detallando el contenido del "Kit de Formación Pemberty" y el valor de las herramientas.
 - **Día 7 (Wait 2 días):** Email con una oferta especial de tiempo limitado para inscribirse en el curso o comprar el kit.
 - **IF Node:** Si el usuario hace clic en el enlace de compra, se le etiqueta como "Cliente" y se le mueve a otra lista. Si no, se le puede enviar un último recordatorio.

Fase 4: Flujos de Operación y Venta (B2B)

Estos flujos están orientados a la variable "Te hago tu propia vela" y los segmentos B2B.

Flujo 5: Prospección en LinkedIn

- **Disparador (Trigger):** Schedule (Ejecutar una vez por semana).
- **Pasos:**

1. **LinkedIn Node (Search):** Busca perfiles que coincidan con tus segmentos B2B (ej. "Organizador de Eventos en Cali", "Gerente de Funeraria en Palmira").
2. **IF Node:** Filtra para evitar contactar a personas que ya están en tu base de datos.
3. **Google Sheets (Append):** Añade los nuevos prospectos a una pestaña B2B en tu base de datos.
4. **LinkedIn Node (Send Message):** Envía una solicitud de conexión con un mensaje personalizado y no invasivo, presentando a Pembertty y su propuesta de valor para eventos/ceremonias.

Flujo 6: Gestión de Pedidos B2B

- **Disparador (Trigger):** Webhook desde un formulario de "Cotización B2B".
- **Pasos:**
 1. **Webhook:** Recibe los detalles de la cotización.
 2. **Set:** Formatea la información.
 3. **Google Sheets (Append):** Registra la solicitud en una hoja de "Cotizaciones B2B".
 4. **Email Node:** Envía una notificación interna (a tu correo) para que puedas preparar y enviar la cotización manualmente.
 5. **Email Node:** Envía un email de confirmación al cliente, agradeciéndole y estableciendo un plazo de respuesta.

Conclusión y Próximos Pasos

Esta metodología establece un sistema robusto y escalable en n8n que automatiza las actividades clave de marketing, ventas y comunicación de Pembertty. Al implementar estos flujos, podrás:

- **Ahorrar tiempo:** Automatizando tareas repetitivas.
- **Ser consistente:** Asegurando que cada prospecto reciba la comunicación adecuada en el momento oportuno.
- **Medir resultados:** Teniendo todos tus datos centralizados, podrás analizar qué estrategias funcionan mejor.

Recomendaciones para empezar:

1. **Empieza simple:** Construye y prueba el **Flujo 1** primero. Es el más fundamental.
2. **Construye gradualmente:** Añade los demás flujos uno por uno, probándolos exhaustivamente.
3. **Itera y mejora:** Usa los datos que recopiles para refinar tus mensajes, segmentación y ofertas.

Tu visión de un "Orquestador de Escenarios" es precisamente lo que n8n te permite construir: un sistema inteligente que gestiona las interacciones con tus clientes de forma coherente y alineada con el lenguaje único de tu marca.