

## 1 ABOUT RUBIK SOTA

*Donde la estrategia se vuelve arte y tu marca, un viaje inolvidable.*

No somos una agencia.

Somos un laboratorio de futuros que desarma tu marca como si fuera un cubo de Rubik, gira cada pieza —estrategia, diseño, tecnología, cultura— y la vuelve a montar en una solución que solo encaja en una dirección: la tuya.

Nacimos cuando un creativo cansado de briefs aburridos, un estratega obsesionado con los datos y un freak de la IA se miraron y dijeron: *“¿y si en vez de vender servicios, vendiéramos universos?”*.

Desde entonces, cada proyecto es un Big Bang controlado: tu marca explota en miles de puntos de luz que se reagrupan para formar constelaciones que la gente desea seguir.

Hacemos magia con metodología.

Mezclamos la precisión de un reloj suizo con el alma de un poeta callejero. Nuestros diseños no solo se ven, se sienten. Nuestras historias no solo se leen, se viven. Y nuestras estrategias no solo funcionan, perduran.

Somos glociales:

Una red de talento senior que piensa en Berlín, diseña en Alicante, programa en Singapur y despierta emociones en San Antonio.

No atendemos clientes. Cultivamos aliados.

Porque creemos que la mejor publicidad no es la que interrumpe, sino la que invita a formar parte.

En resumen:

Si buscas una agencia que te dé un logo y un manual de marca, sigue buscando.

Si buscas una tribu creativa que convierta tu negocio en un mito contemporáneo, da el primer paso.

El cubo ya está mezclado.

Nosotros lo resolvemos.

## **2. SERVICIOS**

*(Cada uno es un micro-universo. Entra, explora, transforma.)*

---

### **2.1. CREATIVIDAD**

Claim: *No hacemos anuncios. Damos cultura pop a tu marca.*

Descripción:

Aquí los briefs se desarman como códigos secretos y vuelven a nacer como hitos visuales que la calle fotografía. Creamos el símbolo que tu competencia envidiará y tu abuela compartirá sin saber por qué.

Cómo lo hacemos:

- Concepto Creativo Maestro (*la idea que resiste terremotos de tendencia*)
- Key Visuals 360° (*del mupi al metaverso sin perder alma*)
- Storytelling Nuclear (*mitología en 7 palabras*)
- Content-System en Tiempo Real (*planificación que se re-escribe sola*)
- Dirección de Arte & Guidelines (*para que hasta tu proveedor de bolígrafos no desfallezca*)

El Resultado:

Tu logo pasa a formar parte del subconsciente colectivo. Tu marca, de opción a *"¿cómo no iba a ser siempre así?"*.

---

### **2.2. ESTRATEGIA**

Claim: *No leemos el futuro. Lo escribimos en primera persona.*

### **Descripción:**

Convertimos la niebla de datos en un mapa tatuado en la piel de tu compañía. Cada insight es una estrella de ruta; cada palanca, un puñado de pólvora para despegar.

### **Cómo lo hacemos:**

- Research Cualit-Cuantitativo (*etnografía 2.0 + big-query*)
- Plataforma de Marca (*propósito que cabe en una frase y cabeza de un empleado*)
- Posicionamiento Único (*que tu competencia no pueda copiar ni con Photoshop*)
- Arquitectura de Oferta (*qué vendes, a quién, en qué orden y por qué caro*)
- Plan de Medios Integrados (*donde tu cliente duerme, desayuna y despliega el móvil*)

### **El Resultado:**

Un norte que no cambia aunque gire el mundo. Inversión que se justifica con KPIs y con orgullo.

---

## **2.3. BRANDING**

Claim: *Todo comunica. Nosotros hacemos que hable en coro.*

### **Descripción:**

Diseñamos la personalidad de tu marca como si fuera un personaje de serie: con trasfondo, estilo, frases míticas y un *look* que se reconoce en 0,3 segundos.

### **Cómo lo hacemos:**

- Identidad Visual & Verbal (*logo + voz + olor si hace falta*)
- Design System & Tokens (*para que tu app, tu camión y tu factura parezcan hermanos*)
- Brand Center Online (*manuales que la gente lee sin soborno*)
- Activación Interna/Externa (*empleados que visten la marca y clientes que la tatúan*)
- Auditoría y Arquitectura (*deshacemos líos de marca en 3 días*)

El Resultado:

Coherencia que se traduce en *equity*. Valor financiero que los inversores entienden y tu abuela presume.

---

## 2.4. MARKETING DIGITAL

Claim: *Bienvenido al darwinismo digital. Evolucionamos tu ADN antes que el algoritmo.*

Descripción:

Convertimos cada clic en conversación y cada conversación en *fan* que paga. La IA alimenta la creatividad y la creatividad alimenta la IA: loop infinito de ROI.

Cómo lo hacemos:

- Campañas Full-Funnel (*awareness que acaba en screenshot de ticket*)
- Social & Influencer (*micro que macro, fake que engagement no*)
- Paid Media (*Google, Meta, TikTok, Netflix... donde tu cliente aún no ha puesto pre-roll*)
- CRO & Analítica (*test A/B hasta que el botón brille*)
- Web + SEO Nativo (*código que Google lee en voz alta*)

El Resultado:

Tu *customer acquisition cost* baja mientras tu *lifetime value* sube como meme.

---

## 2.5. SOCIAL + CULTURA

Claim: *De la notoriedad a la pertenencia. De la transacción a la tradición.*

Descripción:

No buscamos *likes*. Buscamos que tu marca sea el tema de la cena del domingo.  
Creamos micro-culturas que adoptan tu producto como símbolo de identidad.

Cómo lo hacemos:

- Estrategia de Contenido (*calendario que se adapta al mood de la semana*)
- Activaciones & Pop-ups (*street marketing que la policía para para hacerse selfie*)
- RSC con ONGs (*causa que calza con tu why y no huele a washing*)
- Relaciones con KOLs (*influencers que cobran en credibilidad, no solo en euros*)
- Protocolo Crisis (*manual de damage control que cabe en un tweet*)

El Resultado:

Capital social que se traduce en defensores de marca que venden por ti mientras duermes.

---

## 2.6. VÍDEO

Claim: *Historias que se ven, se sienten y se share sin pensar.*

Descripción:

Desde el *brand film* que emociona en cine hasta el *reel* que para el *scroll*. Producción *end-to-end* con *storytelling* de trinchera: guion, rodaje, post y *hype*.

Cómo lo hacemos:

- Brand Films (*épica en 60" o en 6"*)
- Testimoniales (*clientes que lloran sin script*)
- Contenido RRSS (*formatos nativos que engañan al algoritmo*)
- Cobertura Eventos (*directo que parece aftermovie de Coachella*)
- Documentales (*tu origin story en Netflix-quality*)

El Resultado:

*Recall* elevado, *engagement* que dura y *embeds* que no se pagan.

---

## 2.7. AUTOMATIZACIÓN + IA

Claim: *Del código a la cultura. Tus procesos, ahora rockstars.*

Descripción:

La IA no sustituye a tu equipo; lo libra de tareas que un bot puede hacer mientras duerme. Nosotros construimos el *back-stage* que escala tu *front-stage*.

Cómo lo hacemos:

- Chatbots IA (*atención 24/7 que sutura y no sangra*))
- CRM Inteligente (*segmentación que predice mejor que tu ex*)
- Agentes Venta IA (*cierran leads mientras tú estás en la playa*)
- SaaS a Medida (*flujo que conecta ads, analytics y fulfillment sin excel*))
- Integraciones Ecosistema (*todo habla el mismo idioma: data*))

El Resultado:

CAC ↓ 30 %, tiempo ↑ 40 %, y tu equipo pensando en *moon-shots* en vez de en *mail-merge*.

### 3. SECTORES

Título Principal: *Sabemos tu idioma antes de que hables.*

Claim: *No vendemos servicios. Sembramos legados en cada industria.*

Texto:

Cada sector tiene su pulso. Nosotros nos subimos a la ambulance antes de que arranque.

Desde el lujo que se toca en Milán hasta la fábrica que late en el polígono, traducimos reglas en ventajas y desafíos en trampolines.

Llevamos la receta del “*best in class*” de un campo y la implantamos en otro como si fuera un órgano compatible: revolución garantizada, rechazo cero.

Territorios que ya habitamos:

Arquitectura & Design-Build | Lujo & Premium | Retail & Hospitality | Salud & Bienestar  
| Automoción & Movilidad | Instituciones Públicas | Scale-ups Tecnológicas |  
Industria & B2B.

Nota al pie:

¿Tu sector no está? Bienvenido al *white-label* de la innovación. Nos encanta pintar mapas, no seguirlos.

### 4. PORTAFOLIO

Título: *Obras, no palabras.*

Introducción:

Aquí no hay “*before & after*” de operación estética. Solo autopsias de problemas y certificados de resurrección.

Cada caso es un *whodunit* que resolvemos con estrategia, creatividad y un poco de magia ilegal.

Ficha Estándar (ejemplo):

Cliente: LUXELODGE | Sector: Hospedaje Ultra-Premium

El Desafío: Convertir 7 suites vacías en el referente de la Costa Blanca sin tirar del *"hotel 5 estrellas cliché"*.

Nuestra Solución: Re-posicionamos la propiedad como *"la casa de un coleccionista de arte que nunca llega"*, con *storytelling* sensorial, NFTs de acceso VIP y un minibar que sugiere cócteles basados en tu ADN (literal).

El Impacto: 94 % ocupación media en 6 meses, +38 % ADR, 0 euros en OTAs (todo *direct booking*).

Etiquetas: Branding / Experiencia Sensorial / NFT Strategy / PR 0-Paid

## 5. EQUIPO

Título: *El Avengers sin capa (pero con passport)*.

Introducción:

No hay plantilla fija. Hay *cloud talent*: expertos que se materializan cuando el algoritmo interno detecta que su cerebro encaja como el último pieza del cubo.

Trabajamos en *swat-teams* de 3-7 personas que se disuelven al objetivo. La única constante: *seniority mínima 10 000 horas y ego máximo 0,1 %*.

Dream-Team Snapshot:

Estrategia & Negocio:

- Juanma Espinosa (CEO, Alicante) – *"El que pregunta por qué 5 veces antes de desayunar"*.
- Rafael (Texas) – *"Vendió hielo a un esquimal y marca a un texano"*.
- Carlos Gómez (Londres) – *"Ingeniero que habla Excel fluido"*.
- Enrique (Singapur) – *"Conecta start-ups antes de que existan"*.
- Creatividad & Diseño:
  - Rogger (Alicante) – *"Hace que hasta un IKEA parezca galería de arte"*.
  - Rafa (Córdoba) – *"Diseña tatuajes que se borran cuando cambian tus valores de marca"*.
  - Tobal (Asturias) – *"Minimalista radical: si sobra un píxel, rompe el PSD"*.
  - Guille (Alicante) – *"Rodó un anuncio en vertical que se proyectó en horizontal y funcionó"*.
- Tech & Growth:
  - Joakhim (Alicante) – *"Hace que Google te pague por aparecer"*.
  - Carlos Boj (Shanghái) – *"Importa LEDs, exporta iluminación de marca"*.
- Cultura & Contenido:
  - Iván (Alicante) – *"Tu marca suena como una canción que no conocías y ya te sabes la letra"*.
  - Miguel (Valencia) – *"Puede organizar un festival en un ascensor y vender entradas VIP"*.
- Red Global:
  - Lucía (Berlín) – *"Arquitecta que diseña espacios que se Instagram-solo"*.

- Carlos Bruselas (Bruselas) – “*Consigue subvenciones antes de que las inventen*”.

## 6. CONTACTO

H1: *Hablemos de tu siguiente plot twist.*

Subtítulo:

Promesas las justas. Realidades las que cuentan.

¿Nos sentamos a diseñar el capítulo que tu marca aún no se atreve a escribir?

Canales Rápidos:

- Nuevo Proyecto: [proyectos@rubiksota.com](mailto:proyectos@rubiksota.com) (responde < 2 h)
- Charla Informal: [uncafe@rubiksota.com](mailto:uncafe@rubiksota.com) (trae el café, nosotros las galletas)
- Únete: [talento@rubiksot](mailto:talento@rubiksot)

OTRAS PÁGINAS

## LEGAL / AVISO LEGAL

Título: *Las reglas del juego.*

Texto:

Bienvenido al lado aburrido de la creatividad. Lo que sigue es necesario, así que lo hemos escrito en humano:

RUBIK SOTA es una marca operada por [Nombre Legal S.L.], con CIF [número], domicilio social en [dirección completa], inscrita en el Registro Mercantil de [ciudad], Tomo [X], Folio [Y], Hoja [Z].

Propiedad Intelectual:

Todo lo que ves aquí —desde el copy hasta el último píxel— es obra nuestra o de aliados que confían en nosotros. No lo robes, no lo copies, no lo *inspires* sin preguntar. El plagio es para amateurs.



## Protección de Datos:

Tus datos están más seguros que la receta de la Coca-Cola. Solo los usamos para lo que prometemos: responder, colaborar, mejorar. Nunca los vendemos. Nunca los regalamos. Nunca los dejamos en un USB olvidado en un bar.

## Cookies:

Usamos las mínimas imprescindibles. Si quieres desactivarlas, adelante. La experiencia será como ver una película en blanco y negro: funciona, pero pierde la magia.

## Responsabilidad:

Hacemos lo que prometemos. Si algo falla, hablamos. No escondemos errores bajo la alfombra. Eso es para agencias que aún usan fax.

## Jurisdicción:

Cualquier disputa se resuelve en los juzgados de [ciudad], o mejor aún: en una mesa con café y voluntad de entendernos.

*Última actualización:* [Fecha]

---

## PÁGINA 404

Título: *El cubo se atascó.*

Texto:

Has llegado a un lugar que no existe.

O existía y lo movimos.

O nunca existió y tu dedo resbaló.

Lo que sí existe:

- Nuestros [servicios](#) —sí, todos funcionan.
- Nuestro [portfolio](#) —con casos reales, no *placeholders*.
- Un humano en [uncafe@rubiksota.com](mailto:uncafe@rubiksota.com) —responde en <2h.

O prueba suerte:

[Botón: Llévame a casa]

[Botón: Cuéntanos qué buscabas]

*Error 404: Creatividad no encontrada aquí. Pero en el resto de la web, sobra.*

---

## PÁGINA DE GRACIAS (FORMULARIO ENVIADO)

Título: *Mensaje recibido. Ya estamos pensando.*

Texto:

Tu mensaje ha aterrizado en la bandeja de entrada correcta. No en *spam*, no en *promociones*. En el sitio donde los humanos lo leen.

Qué pasa ahora:

1. < 2 horas: Confirmación humana (no *auto-reply* de máquina).
2. 24-48h: Propuesta de llamada o propuesta escrita, según urgencia.
3. Después: Café, zoom o encuentro en alguna de nuestras 9 ciudades.

Mientras tanto, explora cómo [transformamos marcas](#) o lee sobre [nuestro método](#).

*Gracias por no usar plantillas de contacto genéricas. Ya nos caes bien.*

---

## PÁGINA DE GRACIAS (SUSCRIPCIÓN NEWSLETTER)

Título: *Bienvenido a la resistencia creativa.*

Texto:

Ahora recibirás lo que otros no leen:

Insights sin *fluff*. Tendencias antes de que sean *trends*. Casos que no publicamos en el portfolio. Y alguna provocación de cuando en cuando.

Promesa:

- Nunca más de 1 email al mes.
- Nunca *clickbait*.
- Siempre valor que puedes usar en tu próxima reunión.

*Puedes darte de baja cuando quieras. Pero no lo harás.*

---

## CORREOS PERSONALIZADOS

### CORREO DE BIENVENIDA (Nuevo contacto/prospecto)

Asunto: *Así que quieres que tu marca deje de ser invisible...*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

Acabamos de recibir tu mensaje. No ha caído en un *funnel* automatizado. Lo ha leído una persona real con café en la mano y curiosidad genuina.

Esto es lo que pasa ahora:

- Si nos contaste un reto concreto → respondemos en <24h con preguntas inteligentes, no con un PDF genérico.
- Si nos pediste información general → te enviamos nuestro *playbook* de servicios (sí, el que no publicamos en la web).
- Si solo querías saludar → también vale. Los mejores proyectos nacen de conversaciones sin agenda.

Mientras tanto, tres cosas para que nos conozcas mejor:

1. [Caso: Cómo hicimos que X sector hiciera Y imposible](#)
2. [Post: El mito del "rebranding rápido"](#)

### 3. Video: 90 segundos de cómo trabajamos

#### ¿Prefieres saltar directo a hablar?

Responde a este email con "café" y coordinamos 20 minutos.

– [Nombre del remitente], [Rol] en RUBIK SOTA

*P.D.: Si no recibiste este email, revisa spam. Si está ahí, márcalo como "no spam".*

*Algoritmos 1, humanidad 0.*

---

#### CORREO POST-REUNIÓN (Primer contacto)

Asunto: [Nombre], lo que hablamos + lo que no dijimos

Cuerpo:

[Hola Nombre],

Gracias por el tiempo. Para nosotros, cada reunión es material de *insight*, no solo *small talk*.

Lo que escuchamos:

[2-3 líneas resumiendo el reto del cliente, redactadas con su mismo lenguaje]

Lo que no dijiste (pero intuímos):

[1 línea provocadora sobre la tensión subyacente: miedo al cambio, presión de resultados, competencia que avanza...]

Lo que proponemos como siguiente paso:

- Opción A: Workshop de diagnóstico (4h, tu equipo + 2 de los nuestros, output: mapa de oportunidades priorizadas).
- Opción B: Propuesta ejecutiva directa (si el reto está suficientemente definido).

- Opción C: Segunda reunión con [perfil específico del equipo] para profundizar en [área concreta].

Adjunto:

- NDA mutuo (si necesitas compartir datos sensibles).
- Calendario para agendar siguiente paso: [link Calendly].

*Respondemos a este email en <4h. Porque la velocidad es también estrategia.*

– [Nombre], [Rol]

---

## **CORREO DE PROPUESTA ENVIADA**

Asunto: *Tu propuesta está lista. Y no es un PDF de 40 páginas.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

La enviamos. No es un *deck* interminable. Es un documento que puedes leer en 8 minutos y defender en una junta en 5.

Estructura:

1. El diagnóstico —lo que descubrimos (y lo que nadie te había dicho).
2. La estrategia —el norte que proponemos.
3. La ejecución —fases, equipos, entregables concretos.
4. La inversión —transparente, justificada, flexible en forma de pago.
5. El riesgo —sí, también hablamos de lo que puede fallar y cómo lo mitigamos.

Para revisarla juntos:

Propongo llamada de 45 minutos donde:

- Tú haces preguntas difíciles.
- Nosotras respondemos sin *bullshit*.
- Salimos con decisión: sí, no, o "ajustemos X".

[Agendar revisión] | [Descargar propuesta PDF] | [Responder con dudas]

*Propuestas que no se discuten en 7 días caducan. No por presión, por frescura estratégica.*

– [Nombre]

---

**CORREO DE SEGUIMIENTO (Sin respuesta)**

Asunto: *¿Nos hemos perdido? / [Nombre], un último intento*

Cuerpo (Tono 1 - Suave):

[Hola Nombre],

Hace [X días] enviamos [propuesta/información]. Entendemos: prioridades cambian, juntas se acumulan, el mundo gira rápido.

Tres opciones, sin presión:

1. Aún interesado/a → Responde "sí" y agendamos 15 min.
2. No es el momento → Responde "más adelante" y programamos para [mes].
3. No encajamos → Responde "no gracias" y dejamos de insistir (de verdad).

*Cualquiera de las tres es mejor que el silencio. Para ambos.*

– [Nombre]

---

Cuerpo (Tono 2 - Último intento, más directo):

[Hola Nombre],

Esta es la última vez que escribemos sobre [proyecto/tema].

No por falta de interés —tu reto nos sigue pareciendo [adjetivo específico: interesante, complejo, transformador]— sino porque perseguir no es nuestro estilo.

Si en algún momento el timing encaja:

Sabes dónde encontrarnos. Seguiremos publicando casos que quizás te sean relevantes. Puedes darte de baja de esa lista cuando quieras.

Suerte con el proyecto.

Sea con nosotros o sin nosotros, que funcione.

– [Nombre]

---

## CORREO DE CIERRE DE PROYECTO

Asunto: *Entregado. Pero esto solo acaba de empezar.*

Cuerpo:

[Hombre Nombre],

[Hace X semanas/meses] empezamos con [desafío concreto].

Hoy entregamos [entregable final].

Lo que prometimos vs. lo que entregamos:

TableCopy

| Promesa     | Realidad                         |
|-------------|----------------------------------|
| [Promesa 1] | [Resultado 1 + métrica]          |
| [Promesa 2] | [Resultado 2 + métrica]          |
| [Promesa 3] | [Resultado 3 + testimonio breve] |

Lo que viene ahora:

- Fase de maduración: 30 días de seguimiento incluidos.
- Métricas de impacto: Te pediremos datos en [fecha] para medir [KPI concreto].
- Próxima conversación: [Propuesta de siguiente fase o mantenimiento].

Tu opinión:

[Link a encuesta de 2 minutos] —nos ayuda más de lo que crees.

*Gracias por confiar en una agencia que no promete lo fácil. Lo difícil es donde brillamos.*

— Todo el equipo de RUBIK SOTA

---

## **CORREO DE CUMPLEAÑOS/ANIVERSARIO CLIENTE**

Asunto: *Hace [X años] empezó esto. Y aún nos emociona.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

[Hace X años] firmamos nuestro primer proyecto juntos.

Desde entonces hemos [logro 1], [logro 2], y alguna locura que no podemos contar por NDA.

Lo que hemos aprendido de ti:

[Insight genuino sobre su industria o forma de trabajar].

Lo que esperamos:

Seguir siendo la agencia que llamas cuando el reto parece imposible. Porque esos son los que más nos gustan.

*Felicidades por estos [X años]. Y que vengan muchos más.*



– [Nombre]

*P.D.: Tu regalo de aniversario está en camino. Spoiler: no es un calendario de empresa.*

## **SISTEMA DE CAPTACIÓN: FORMULARIOS**

### **FORMULARIO SEE (Awareness / Descubrimiento)**

Contexto: Landing desde contenido, ads de branding, redes sociales.

Título: *¿Tu marca es invisible en su propia categoría?*

Campos:

- Email (obligatorio)
- ¿En qué sector trabajas? (dropdown)
- Tu mayor dolor ahora: (radio)
  - No nos diferenciamos de la competencia
  - Invertimos en marketing sin ver retorno
  - La marca no conecta con el equipo ni clientes
  - Crecimos rápido, la identidad no siguió el ritmo
  - Otro: \_\_\_\_\_

Mensaje de envío:

*Gracias. En tu email encontrarás nuestro "Diagnóstico Express" –3 preguntas que revelan si tu marca trabaja para ti o contra ti.*

Email de bienvenida SEE (envío inmediato):

Asunto: *Su diagnóstico de marca en 3 minutos*

Cuerpo:

[Hola],

Gracias por el interés. No somos una agencia que manda PDFs de 30 páginas sin pedirlo.

En cambio, te regalamos esto:

[Botón: Diagnóstico Express — 3 preguntas]

Responde en 3 minutos. Recibirás:

- Tu "Puntuación de Marca" vs. competidores
- El 1º problema que resolveríamos si fuéramos tu agencia
- Un caso de tu sector que demuestra que no hablamos por hablar

*Nada de spam. Solo inteligencia que puedes usar mañana en tu reunión.*

[Botón: Hacer diagnóstico ahora]

— RUBIK SOTA

---

## FORMULARIO THINK (Consideración / Evaluación)

Contexto: Tras descargar contenido, asistir a webinar, engagement con emails.

Título: *¿Quieres que analicemos tu marca gratis?*

Campos:

- Nombre completo
- Empresa
- Cargo
- Email corporativo
- Teléfono (opcional)
- Sitio web actual
- ¿Qué te frenó hasta ahora? (textarea corto)
- Presupuesto anual estimado en marca/marketing:
  - < 30K€
  - 30-100K€
  - 100-300K€
  - 300K€ (hablamos de proyectos a medida)

Mensaje de envío:

*Recibido. En 48h tendrás un video de 5 min de nuestro equipo analizando tu marca. No es automatizado. Es humano, específico y actionable.*

Email de bienvenida THINK:

Asunto: *Tu análisis está en producción. Literalmente.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

[Hora] de [Ciudad]. Nuestro equipo de estrategia ya está en tu web, tus redes, tu competencia. Sí, ahora mismo.

Qué estamos haciendo:

- Auditoría de identidad visual (coherencia, diferenciación, escalabilidad)
- Análisis de posicionamiento vs. 3 competidores directos
- Review de presencia digital (SEO, social, paid)
- Detección de "puntos de fricción" donde pierdes clientes

Entregable en 48h:

Video de 5 min con:

- 2 fortalezas que no estás explotando
- 2 debilidades que te cuestan dinero
- 1 oportunidad inmediata (0€ de inversión)
- 1 recomendación si decides trabajar con nosotros

*Mientras tanto, lee cómo [caso similar de su sector] resolvió [problema similar]: [link]*

– *[Estratega asignado], RUBIK SOTA*

---

## **FORMULARIO DO (Conversión / Decisión)**

Contexto: Tras recibir análisis, asistir a demo, solicitud directa.

Título: *Hablemos de tu proyecto. Café incluido (virtual o real).*

Campos:

- Nombre completo
- Email
- Teléfono

- Empresa
- Cargo
- ¿Qué necesitas concretamente? (dropdown)
  - Rebranding completo
  - Estrategia de marca desde cero
  - Campaña de lanzamiento
  - Automatización + IA
  - No lo tengo claro, necesito diagnóstico profundo
- ¿Cuándo necesitas empezar? (dropdown)
  - Ya
  - En 1-2 meses
  - En 3-6 meses
  - Explorando opciones
- Mensaje / Contexto adicional (textarea)

Mensaje de envío:

*Mensaje recibido. Respondemos en <2h en horario laboral. Si es urgente, llama al +34 629 554 870.*

Email de confirmación DO:

*Asunto: Reunión confirmada. Prepara las preguntas difíciles.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

Tenemos tu solicitud. Esto pasa ahora:

< 2 horas: Email de [Nombre del strategist] con propuesta de horas para llamada de 30 min.

En esa llamada:

- Tú explicas el reto (sin PowerPoint, prometido)
- Nosotros hacemos preguntas incómodas (las buenas)
- Salimos con: ¿hay fit para siguiente paso?

Si hay fit:

Workshop de diagnóstico de 4h (presupuesto: [rango según selección]) o propuesta directa.

Si no hay fit:

Te decimos por qué y te recomendamos quién puede ayudarte mejor. Sí, incluso competencia.

*Mientras tanto, lee: "5 preguntas que deberías hacer a cualquier agencia antes de firmar" [link]*

— RUBIK SOTA

---

## **FORMULARIO CARE (Retención / Advocacía)**

Contexto: Post-proyecto, clientes activos, programa de referidos.

Título: *¿Conoces a alguien con un reto similar al tuyo?*

Campos:

- Tu nombre
- Email del contacto que recomiendas
- Nombre del contacto
- Empresa del contacto
- ¿Por qué crees que encajamos? (textarea corto)
- ¿Podemos mencionar tu nombre? (sí/no)

Incentivo visible: *Por cada recomendación que se convierta en proyecto: 10% de descuento en tu próximo servicio o donación equivalente a ONG de tu elección.*

Email de confirmación CARE (referente):

Asunto: *Gracias por confiar en nosotros. Dos veces.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

Recibimos tu recomendación de [Nombre del contacto] en [Empresa].

Qué haremos:

- Contactaremos en 24h con un mensaje personalizado mencionando tu nombre (si nos lo permitiste)
- Primera interacción: análisis gratuito, no pitch de venta
- Si hay proyecto: te notificamos en cada hito

Tu recompensa:

- Opción A: 10% descuento en próximo servicio con nosotros
- Opción B: Donación de equivalente a [ONG que eligió en su proyecto]

*Las mejores agencias crecen por reputación, no publicidad. Gracias por ser parte de esto.*

— Equipo RUBIK SOTA

---

## EMAILING POR ETAPA: SEE-THINK-DO-CARE

### SECUENCIA SEE (6 emails en 21 días)

TableCopy

| D<br>í<br>a | Asunto                                       | Contenido                         | CTA               |
|-------------|--|-----------------------------------|-------------------|
| 0           | Su diagnóstico de marca en 3 minutos         | Bienvenida + Diagnóstico Express  | Hacer diagnóstico |
| 3           | El 80% de marcas fallan aquí (y no lo saben) | Post: Error #1 en posicionamiento | Leer artículo     |

|    |   |  |                   |
|----|---|--|-------------------|
| 7  | Caso: Cómo [Sector X] ganó [Resultado Y] sin más budget | Case study video (2 min)               | Ver caso          |
| 10 | ¿Su competencia ya hizo esto?                           | Infografía: Mapa de tendencias 2024    | Descargar         |
| 14 | Pregunta honesta: ¿su equipo sabe qué vende?            | Post: Alineación interna de marca      | Leer              |
| 21 | Último intento: ¿quiere saber su puntuación?            | Recordatorio diagnóstico sin completar | Hacer diagnóstico |

Email SEE #3 (Caso):

Asunto: *Caso: Cómo una clínica dental se convirtió en referente lifestyle*

Cuerpo:

[Hola],

No vendemos servicios. Vendemos transformaciones que se pueden medir.

El reto:

Clínica [Nombre], 3 sedes en [Ciudad]. Invertían 80K€/año en ads sin diferenciarse de la clínica de la esquina.

La solución (en 3 movimientos):

1. Re-posicionamiento: De "clínica dental" a "diseño de sonrisas" (arquitectura + experiencia + resultados)
2. Identidad sensorial: Espacios que parecen boutique de lujo, no consulta médica
3. Sistema de contenido: Pacientes como embajadores, no como fichas

El resultado (12 meses):

- +340% en consultas de alto valor (ortodoncia/implantes)
- -60% en dependencia de ads (el boca-oreja escaló)
- 2 nuevas sedes abiertas con lista de espera

Ver el caso completo (video 3 min): [Botón]

*¿Tu sector tiene un reto similar? Responde a este email con "hablamos" y agendamos 15 min.*

---

## SECUENCIA THINK (8 emails en 30 días)

TableCopy

| D<br>í<br>a | Asunto  | Contenido                      | CTA             |
|-------------|---|--------------------------------|-----------------|
| 0           | Tu análisis está en producción. Literalmente.                 | Confirmación análisis gratuito | —               |
| 2           | Lo que encontramos en [Competidor X] (y tú puedes aprovechar) | Sneak peek del análisis        | Ver preview     |
| 4           | [Video personalizado] Análisis de [Empresa] lista             | Entrega análisis 5 min         | Ver video       |
| 7           | ¿Tiene sentido seguir hablando?                               | Propuesta llamada 30 min       | Agendar         |
| 10          | Preguntas que otros CEO me hicieron esta semana               | FAQ de prospects               | Responder dudas |



|        |   |                               |                      |
|--------|---|-------------------------------|----------------------|
| 1<br>4 | Última llamada: ¿exploramos juntos [reto específico]? | Urgencia suave + social proof | Agendar              |
| 2<br>1 | No encajamos en todos los proyectos. ¿En el suyo sí?  | Filtro de calificación        | Cuestionario fit     |
| 3<br>0 | Cerramos su caso en 30 días. ¿Abrirlo de nuevo?       | Re-engagement                 | Actualizar situación |

Email THINK #4 (Video entregado):

Asunto: *[Nombre], tu análisis está listo. 5 min que pueden ahorrarte 6 meses.*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

[Thumbnail video personalizado: screenshot de su web con anotaciones]

Lo que descubrimos:

- Fortaleza oculta: Tu proceso de [X] es único, pero no lo comunicas. Competidor [Y] hace lo mismo y lo vende 3x más caro.
- Punto de fuga: 40% de visitantes abandonan en [página Z]. Un cambio de copy resolvería el 60%.
- Oportunidad inmediata: Tu competidor [W] no está en [canal]. Coste de entrada: bajo. Retorno potencial: alto.

Ver análisis completo: [Botón video]

Siguiente paso:

¿Quieres que profundicemos en [punto específico] en una llamada de 30 min? No vendemos en esa llamada. Validamos si hay terreno común.

[Agendar llamada] | [Responder con dudas]

– *[Estratega], RUBIK SOTA*

---

## SECUENCIA DO (6 emails en 14 días)

TableCopy

| D<br>í<br>a | Asunto   | Contenido                               | CTA                |
|-------------|--|---|--------------------|
| 0           | Reunión confirmada. Prepara las preguntas difíciles. | Confirmación + preparación              | Leer brief         |
| 1           | Lo que vamos a preguntar en la llamada de mañana     | Agenda preview                          | Preparar           |
| 2           | [Post-llamada] Resumen y siguiente paso              | Recap escrito                           | Confirmar workshop |
| 5           | Su propuesta: [Nombre proyecto]                      | Entrega propuesta (no adjunto, landing) | Revisar propuesta  |
| 8           | Dudas sobre la propuesta? Estamos en standby         | FAQ + disponibilidad                    | Preguntar          |
| 1<br>2      | ¿Necesita más tiempo, más información, o un no?      | Cierre suave                            | Responder          |
| 1<br>4      | Cerramos esta oportunidad en 48h                     | Urgencia final + extensión opción       | Decidir            |

Email DO #5 (Propuesta entregada):

Asunto: [Nombre], tu propuesta: [Nombre proyecto]

Cuerpo:

[Hola Nombre],

Aquí está. No es un PDF de 40 páginas. Es una experiencia web que puedes navegar, compartir y defender en junta.

Estructura:

[Preview visual de secciones]

1. Diagnóstico — Lo que descubrimos sobre ti que tú no nos dijiste
2. Estrategia — El norte que proponemos (y por qué otros fallan)
3. Ejecución — Fases, equipos, entregables con fechas
4. Inversión — Transparente, justificada, flexible
5. Riesgos — Sí, también hablamos de lo que puede salir mal

Acceder a propuesta: [Botón landing propuesta]

Para revisar juntos:

Propongo [día] a [hora] o [alternativa]. 45 min. Tú haces preguntas difíciles, nosotros respondemos sin *bullshit*.

[Confirmar reunión] | [Otra hora] | [Dudas antes]

*Propuestas sin revisar en 7 días caducan. No por presión, por frescura estratégica.*

---

## SECUENCIA CARE (Continua, post-proyecto)

TableCopy

| Momento               | Asunto                                      | Contenido                   | CTA                 |
|-----------------------|---|-----------------------------|---------------------|
| Día 1<br>post-entrega | Entregado. Pero esto solo acaba de empezar. | Onboarding<br>post-proyecto | Acceder<br>recursos |

|             |  |                                  |                     |
|-------------|--|----------------------------------|---------------------|
| Semana 2    | ¿Cómo se siente [entregable] en el día a día?  | Check-in rápido                  | Feedback 2 min      |
| Mes 1       | Métricas de impacto: necesitamos tus números   | Recogida datos impacto           | Actualizar métricas |
| Mes 3       | Caso de éxito: ¿podemos contar tu historia?    | Solicitud testimonio/publicación | Autorizar caso      |
| Mes 6       | Su marca ha evolucionado. ¿Nosotros también?   | Propuesta revisión semestral     | Agendar revisión    |
| Aniversario | Hace [X] años empezó esto. Y aún nos emociona. | Celebración + próximos pasos     | Descuento fidelidad |
| Referido    | ¿Conoces a alguien con un reto similar?        | Programa referidos               | Recomendar          |

Email CARE #4 (Solicitud testimonio):

Asunto: *¿Podemos contar lo que logramos juntos?*

Cuerpo:

[Hola Nombre],

[Hace X meses] entregamos [proyecto]. Desde entonces, [métrica concreta si la tienen].

Nos gustaría:

- Crear un caso de estudio (video o escrito) sobre [aspecto específico del proyecto]
- Publicarlo en nuestro portfolio, redes y newsletter
- Mencionar tu empresa con link (SEO + visibilidad para ti)

A cambio:

- Pre-aprobas cualquier contenido antes de publicar
- Recibes versión premium para usar en vuestras ventas
- [Descuento X%] en próximo servicio

¿Autorizas?

[Sí, empezamos] | [Prefiero no] | [Hablemos primero]

*Tu voz vale más que cualquier pitch nuestro.*

## JOURNEY VALUE: MAPA DE VALOR POR ETAPA

TableCopy

| Eta<br>pa | Valor percibido             | Emoción<br>dominante | Prueba social                      | Micro-conversi<br>ón     |
|-----------|-----------------------------|----------------------|------------------------------------|--------------------------|
| SEE       | "Entienden mi<br>problema"  | Curiosidad           | Casos de sectores<br>similares     | Diagnóstico<br>Express   |
| THI<br>NK | "Podrían<br>resolverlo"     | Esperanza            | Análisis gratuito<br>personalizado | Llamada<br>estratégica   |
| DO        | "Vale la inversión"         | Confianza            | Propuesta clara +<br>testimonios   | Firma proyecto           |
| CA<br>RE  | "Siguen aportando<br>valor" | Lealtad              | Resultados medidos +<br>comunidad  | Referido +<br>repetición |

## **BONUS: EMAILS DE RECUPERACIÓN / RE-ENGAGEMENT**

### **Carrito abandonado (formulario empezado, no enviado)**

Asunto: *¿Se quedó a medias? Guardamos tu progreso.*

Cuerpo:

[Hola],

Vimos que empezaste [diagnóstico/formulario] pero no terminaste. No pasa nada: los mejores insights requieren pausa.

Tu progreso guardado: [Link para continuar]

O si prefieres empezar de cero: [Link nuevo]

¿Algo te frenó? Responde a este email. Un humano lee y responde.

---

### **Inactivos +90 días**

Asunto: *¿Todavía nos lees?*

Cuerpo:

[Hola],

Hace 3 meses te interesaste en [tema]. Desde entonces:

- Hemos publicado [X casos nuevos]
- Hemos lanzado [servicio nuevo]
- Hemos ayudado a [tipo de empresa] a [resultado concreto]

¿Sigues ahí?

[Sí, mantenme informado] | [No, darme de baja] | [Prefiero otra frecuencia]

*Sin resentimientos. Solo datos para mejorar.*