

● GUÍA GRATUITA · VIEGAS ESTUDIO

# CONTENIDO QUE TRAE CLIENTES

El sistema para que los clientes de edición de video **te escriban a ti**  
en vez de perseguirlos tú.

4 TIPOS DE CONTENIDO

10 HOOKS

PLAN SEMANAL

PLANTILLAS DE MENSAJE



**DIEGO VIEGAS**

VIEGAS ESTUDIO · +4 AÑOS VIVIENDO DE LA EDICIÓN

## ANTES DE EMPEZAR

# POR QUÉ ESTA ES LA FORMA Nº 1

Si viste el video ya sabes el ranking: marketplaces, currículums, mensajes en frío y referidos. Las cuatro te dejan en la misma posición: **tú pides trabajo**. Y cuando tú pides, el otro decide. Y decide por precio.

El contenido invierte esa relación. El cliente llega habiendo visto ya cómo trabajas, cómo piensas y qué resultados das. La conversación no empieza en "¿cuánto cobras?", empieza en "**¿tienes hueco este mes?**".

Esto no es teoría ni motivación. Es qué publicar, cómo estructurarlo, cuántas veces por semana y qué responder cuando te escriban. Aplícalo tal cual.

## LO QUE VAS A ENCONTRAR

01 EL ERROR QUE HACE QUE TU CONTENIDO NO TRAIGA NI UN CLIENTE

02 ELIGE A QUIÉN LE HABLAS

03 LOS 4 TIPOS DE CONTENIDO QUE HACEN QUE TE ESCRIBAN

04 LA ESTRUCTURA DE UN VIDEO QUE ATRAE CLIENTES

05 10 HOOKS LISTOS PARA ADAPTAR

06 TU SEMANA DE CONTENIDO

07 QUÉ HACER CUANDO TE ESCRIBEN

08 LOS 5 ERRORES QUE APAGAN EL FLUJO

09 TUS PRIMEROS 7 DÍAS

# 01 EL ERROR QUE HACE QUE TU CONTENIDO NO TRAIGA NI UN CLIENTE

El 90% de los editores publica contenido para otros editores. Y los editores no contratan editores.

Breakdowns de After Effects. "Mi setup". Antes y después de color. El plugin nuevo. Cómo hacer una transición.

Ese contenido funciona: da likes, seguidores y comentarios. El problema es de dónde vienen. Vienen de gente que edita, **no de gente que paga por editar**.

## LO QUE A TU CLIENTE SÍ LE IMPORTA

- ◆ Que su video venda más y que la gente no se vaya en el segundo 3.
- ◆ No perder 6 horas editando algo que tú resuelves en 40 minutos.
- ◆ Publicar sin que le dé vergüenza lo que sube.
- ◆ No tener que explicarte lo mismo tres veces.

Tu cliente no sabe qué es un fotograma clave. Y no le interesa aprenderlo.

**La regla:** antes de publicar algo, pregúntate si eso le interesa a alguien que **paga** por edición o a alguien que **hace** edición. Si la respuesta es la segunda, ese video te va a dar likes y cero presupuestos.

## TEST RÁPIDO • 2 MINUTOS

Abre tu perfil, mira tus **últimas 9 publicaciones** y marca cuáles entendería un cliente que no sabe editar. Si son menos de 3, ya sabes por qué no te escribe nadie.

## 02 ELIGE A QUIÉN LE HABLAS

Contenido para todo el mundo es contenido para nadie.

Si hablas de “edición de video” en general, nadie se siente identificado. Si hablas de **“los reels de las marcas de suplementos”**, el dueño de una marca de suplementos siente que le estás hablando a él. Y te escribe.

Elige un tipo de cliente y quédate ahí **90 días**. Estos funcionan bien ahora mismo:

CREADORES DE CURSOS

MARCAS DE E-COMMERCE

COACHES Y CONSULTORES

PODCASTERS

NEGOCIOS LOCALES

AGENCIAS DE MARKETING

INMOBILIARIAS

MARCAS PERSONALES

### CÓMO ELEGIR SIN BLOQUEARTE

- ◆ **Ya has editado algo parecido** alguna vez, aunque fuera gratis o para un amigo.
  - ◆ **Publica de forma constante.** Si no publica, no necesita editor por muchas ganas que le pongas.
- Con esos dos filtros ya te queda uno. No hace falta que sea el definitivo: es el de los próximos 90 días.

### EDITO [FORMATO] PARA [TIPO DE CLIENTE] QUE QUIEREN [RESULTADO]

ESCRÍBELA Y DÉJALA VISIBLE MIENTRAS CREAS CONTENIDO

Ejemplo: **Edito reels para marcas de e-commerce que quieren vender sin invertir más en anuncios.** Esa frase es la brújula de todo lo que publiques a partir de hoy: si un video no le habla a esa persona, no lo publicas.

## 03

# LOS 4 TIPOS DE CONTENIDO QUE HACEN QUE TE ESCRIBAN

No necesitas publicar de todo. Necesitas rotar estos cuatro.

## 1 · CRITERIO EL QUE MÁS CLIENTES TRAE

Tu opinión y tu diagnóstico: por qué algo funciona o por qué falla. Aquí no demuestras que sabes usar un programa, demuestras que sabes **decidir**. Y eso es exactamente lo que se paga caro.

- ◆ "Por qué la mayoría de reels de marcas pierde al espectador en el segundo 2"
- ◆ "El error de edición que hace que un video parezca barato"

## 2 · PROCESO

Cómo trabajas por dentro. Ojo: no enseñes clics, enseña **decisiones**. El cliente no quiere aprender a editar, quiere confiar en que sabes lo que haces.

- ◆ "Así convierto un podcast de una hora en 6 clips que retienen"
- ◆ "Mi proceso de entrega: del brief a la versión final en 48 horas"

## 3 · RESULTADO

Antes y después, pero contado en el idioma del cliente. No digas "le hice un tracking y un grade cinematográfico": di **qué cambió para el negocio**.

- ◆ "Este video estaba sin tocar. Así quedó y qué pasó después"
- ◆ La versión que no funciona y la que sí, una al lado de la otra

## 4 · PRUEBA SOCIAL

Clientes, testimonios, capturas de conversaciones, proyectos entregados. Es el que menos veces publicas y el que **más peso tiene** justo cuando alguien está decidiendo si escribirte o no.

**Reperto semanal:** 1 de criterio + 1 de proceso + 1 de resultado. La prueba social va en historias, o la publicas una vez cada dos o tres semanas.

# 04 LA ESTRUCTURA DE UN VIDEO QUE ATRAE CLIENTES

Siempre la misma. No la cambies hasta que la domines.

1

0 - 3 SEGUNDOS

## HOOK

Una frase. El problema del cliente, no tu servicio. Si empiezas con "hola, soy X y soy editor de video", ya perdiste.

2

3 - 10 SEGUNDOS

## CONTEXTO

Por qué pasa eso. Aquí es donde el cliente piensa "esto me está pasando a mí ahora mismo".

3

10 - 45 SEGUNDOS

## DESARROLLO

Lo que harías tú. Dos o tres puntos concretos. Se enseña, no se insinúa: dar valor de verdad no te quita clientes, te los trae. El que puede hacerlo solo nunca iba a pagarte.

4

5 - 10 SEGUNDOS

## PRUEBA

Un ejemplo real, una captura, un fragmento de un trabajo tuyo. Sin esto eres una opinión más en el feed.

5

ÚLTIMOS SEGUNDOS

## CTA

Uno solo y concreto. Nada de "sígueme para más". Mejor: "si quieres que revise tu último video, escíbeme la palabra VIDEO".

**Duración objetivo: entre 45 y 90 segundos.** Si te pasas de ahí, casi siempre es porque el contenido se te fue hacia el editor y no hacia el cliente.

# 05 10 HOOKS LISTOS PARA ADAPTAR

Cambia el tipo de cliente y el formato por los tuyos. Nada más.

- 01 "Si eres [tipo de cliente] y tus videos no retienen, el problema no es la cámara."
- 02 "Este video tenía todo para funcionar y falla en el segundo 2. Te enseño por qué."
- 03 "Llevo [X] años editando para [tipo de cliente] y siempre cometen el mismo error."
- 04 "Deja de grabar más videos. Empieza a editar mejor los que ya tienes."
- 05 "Así se ve un reel de [nicho] antes y después de pasar por edición profesional."
- 06 "3 segundos. Ese es todo el tiempo que tienes, y la mayoría lo desperdicia así."
- 07 "Un cliente me mandó esto ayer. Mira lo que le cambié y por qué."
- 08 "Lo que un editor ve cuando abre tu video (y tú no ves)."
- 09 "No necesitas más contenido: necesitas que el que publicas se entienda."
- 10 "Si tu video parece barato, casi nunca es culpa de la grabación."

Grábalos con la estructura del capítulo anterior y ya tienes contenido para tres semanas seguidas.

# 06 TU SEMANA DE CONTENIDO

Publicar todos los días no es sostenible mientras trabajas con clientes. Tres veces por semana sin fallar funciona mejor que siete durante dos semanas y luego nada.

| DÍA       | QUÉ HACES                                             |
|-----------|-------------------------------------------------------|
| LUNES     | Escribes los 3 guiones de la semana (30-45 min)       |
| MARTES    | Bloque de grabación: los 3 videos seguidos, mismo día |
| MIÉRCOLES | Publicas el de <b>criterio</b>                        |
| JUEVES    | Editas los otros dos                                  |
| VIERNES   | Publicas el de <b>proceso</b>                         |
| DOMINGO   | Publicas el de <b>resultado</b>                       |

## PARA NO QUEDARTE SIN IDEAS

Una idea buena da tres piezas: el video, el carrusel con los mismos puntos y una historia contándolo en 20 segundos. No es repetir: casi nadie te ve dos veces.

## REGLA DE CONSTANCIA

90 días publicando tres veces por semana. Antes de eso no evalúes nada. Los primeros clientes por contenido casi nunca llegan en el mes 1.

**Graba en bloque.** Un solo día de cámara a la semana te quita la excusa de "hoy no tengo tiempo de grabar", que es la razón número uno por la que la gente lo deja en la semana 3.

# 07 QUÉ HACER CUANDO TE ESCRIBEN

Aquí es donde se cae el dinero: alguien te escribe y respondes con un precio suelto. Ahí se acaba la conversación.

## 1 AGRADECE Y CALIFICA

No des precio todavía. Primero necesitas saber qué te está pidiendo.

Hola [nombre], gracias por escribir. Para pasarte algo concreto y no un precio al aire, cuéntame tres cosas: qué tipo de video necesitas, cada cuánto publicas y para cuándo lo necesitas.

## 2 PROPÓN, NO NEGOCIES

Con esa información mándale una opción cerrada. Un paquete, nunca una tarifa por hora: cobrar por hora te castiga por ser rápido.

Por lo que me cuentas, lo que mejor te encaja es [X videos al mes], con [entregas / revisiones / plazo]. Son [precio]. Si te sirve, empezamos el [fecha].

## 3 CIERRA CON UN PASO CONCRETO

Nunca dejes la conversación en "cualquier cosa me dices". Siempre una acción y una fecha.

Te reservo la semana del [fecha]. ¿Te va bien que empecemos con el primer video ese lunes?

**Si te piden rebaja:** no bajes el precio, baja el alcance. Menos videos, menos revisiones, más plazo de entrega. El precio por pieza no se toca – en cuanto lo tocas una vez, ese cliente ya sabe que se puede tocar siempre.

## 08

# LOS 5 ERRORES QUE APAGAN EL FLUJO

Si el contenido no te está trayendo mensajes, casi siempre es uno de estos cinco.

1

**PUBLICAR PARA EDITORES**

Likes de colegas y cero presupuestos. Es el error madre: todos los demás salen de aquí.

2

**NO PONER CTA**

Si no dices exactamente qué hacer, no hace nada. Un CTA por video, siempre el mismo formato.

3

**CAMBIAR DE TEMA CADA SEMANA**

Hoy edición, mañana motivación, pasado tu setup. Nadie recuerda a qué te dedicas y por lo tanto nadie te escribe.

4

**ESCONDER EL PRECIO HASTA LA LLAMADA**

Filtra antes en el chat y te ahorras tres llamadas de una hora que no iban a ningún lado.

5

**RENDIRTE EN EL MES 2**

El contenido es acumulativo. El video que te trae un cliente en noviembre lo publicaste en septiembre.

Si tuvieras que arreglar solo uno esta semana, arregla el **número 1**. Es el que más rápido cambia la clase de mensajes que recibes.

ESTO NO ES TEORÍA

# EDITORES QUE YA ESTÁN COBRANDO

Estas son **wins publicadas esta misma semana** por miembros de Viegas Academy PRO. Mismo punto de partida que el tuyo: gente que sabía editar y no sabía dónde estaban los clientes.

## ADOLFO JOSÉ VERA

60 \$ ~ 350 \$



Adolfo Jose Vera Hernandez

4

3d • Wins 🇨🇴



### 🔥 Mi 1era WIN de la bolsa de Trabajo a 6 días de iniciar en la Academia



Estoy muy feliz, Un cliente que postulo en la bolsa de trabajo de un presupuesto de \$60-\$120, y luego de conversar y hacer una reunión por video llamada, y aplicar la mentalidad ganadora del editor High ticket, pude no solo venderle edición, sino una estructura visual para su marca, pudiendo subir ese presupuesto a 350\$ 🇨🇴, acá muestro el abono del 50% para empezar. 🙌🔥 Animo cracks

Primera win a los **6 días** de entrar. El cliente llegaba con un presupuesto de 60-120 \$; tras la llamada no le vendió edición suelta, sino **una estructura visual para su marca**, y cerró en 350 \$ con el 50% por adelantado.

## ROY STEVE VARAS

PAQUETE DE 10 REELS



Roy Steve Varas Ruiz 🔥

7

6d • Wins 🇨🇴



### WIN: Paquete de 10 reels cerrado y primer pago recibido

Quiero compartir una nueva WIN con la comunidad 🙌

Logré cerrar un proyecto con una empresa para la producción y edición de un paquete de 10 reels publicitarios. Hoy recibí el primer pago de USD 150, correspondiente al 50 % de adelanto de un proyecto total de USD 300.

Más allá del pago, esta WIN significa seguir avanzando en la construcción de RoyGeniuz Studio como un negocio creativo, aprendiendo a presentar mejor mis servicios, cotizar con mayor claridad

Cerró con una empresa la producción y edición de **10 reels publicitarios** por 300 \$, con el primer pago del 50% ya cobrado. Su nota: lo que cambió fue **presentar mejor el servicio y cotizar con claridad**.

## SAIR RONDÓN

1.000 \$ / MES



Sair Rondón

5 13d • Wins 🏆



## ¡Win gracias a la bolsa de trabajo!

Paso por acá a compartir una victoria que me tiene súper motivado. Aprovechando una oportunidad de la bolsa de trabajo de la academia, hace un par de semanas logré cerrar un acuerdo como editor de vídeo por \$1,000 USD/mes.

Fue un proceso de varios días, con sus buenas llamadas de por medio y afinando detalles, pero se logró el cierre. La bolsa te pone la oportunidad enfrente, pero el resultado depende de cómo la juegues y ejecutes.

Es un gran paso que pienso aprovechar al máximo para seguir creciendo e invertirle con todo a mi

Cerró un acuerdo recurrente como editor por **1.000 USD al mes**. Varios días de proceso y llamadas de por medio: la oportunidad la pone la bolsa de trabajo, el cierre lo pone el editor.

## DIEGO ANGULO

500 \$



Diego Angulo

3 2d • Wins 🏆



## Viviendo de lo que me encanta \$500 Fáciles

Les comparto una win que realmente puede parecer no mucho o incluso no me haga crecer como editor, pero me cae super genial justo en este momento.

Un paquete de videos sencillos (Cortes y subtítulos), son ads para el cliente y realmente me sorprende que los videos simples y sin casi edición son los que mas le convierten y funcionan.

Realmente no me esfuerzo casi nada haciéndolos y no ejecuto creatividad en ellos, pero gano más haciendo menos y al mismo tiempo aprovecho al máximo para pulirme en Premiere y seguir practicando en AF. Lo comparto porque me vino genial, muchos videos sencillos y tiempo para seguir ganando experiencia en la Comunidad.

Un paquete de videos sencillos (cortes y subtítulos) para los anuncios de un cliente. Su descubrimiento: **los videos más simples son los que mejor le convierten**. Menos esfuerzo por pieza y más margen para seguir creciendo.

Ninguna de estas wins vino de bajar el precio. Vinieron de **llegar a la conversación desde otra posición**: con criterio, con proceso y con una propuesta cerrada.

## 09

## TUS PRIMEROS 7 DÍAS

Empieza hoy. Al séptimo día ya tienes el sistema montado y funcionando.

- ☐ **DÍA 1** Elige tu tipo de cliente y escribe la frase del capítulo 02.
- ☐ **DÍA 2** Revisa tus últimas 9 publicaciones y marca cuáles entendería ese cliente.
- ☐ **DÍA 3** Escribe 3 guiones con la estructura del capítulo 04 y los hooks del 05.
- ☐ **DÍA 4** Graba los 3 seguidos, en un solo bloque.
- ☐ **DÍA 5** Publica el primero, con CTA.
- ☐ **DÍA 6** Responde todos los comentarios y todos los mensajes, sin excepción.
- ☐ **DÍA 7** Repite. Ya tienes el sistema: ahora solo es constancia.

### Y ESTO ES SOLO LA PARTE DE CAPTAR

Crear contenido que te traiga clientes es el primer escalón. Después viene lo que hace que un editor pase de cobrar 50 \$ por video a vivir de esto: **saber qué edición se está pagando ahora mismo**, cerrar bien y tener un servicio que el cliente quiera renovar cada mes.

● WORKSHOP GRATIS · 3 CLASES EN VIVO

# LA EDICIÓN QUE SE PAGA Y NADIE ENSEÑA

Qué edición se está pagando ahora mismo, cómo se hace aunque partas de cero, y quién la compra.



22:00 HORA ESPAÑOLA · EN VIVO · GRATIS

RESERVAR MI PLAZA GRATIS

[viegasestudio.com/workshop](https://viegasestudio.com/workshop)

Sin tarjeta. Te llega el acceso al momento.



Da igual que hoy edites en CapCut: te llevamos **del teléfono al programa que se paga**  
– y a cobrar más, paso a paso.