Contexto para Claude Projects

Reúne la información de la marca antes de pedir contenido. Copia los bloques, sustituye los campos y añade el contexto a tu proyecto según la guía de MDF.

Brief de marca

Marca: [nombre]
Versión y responsable: [fecha y persona que valida]
Oferta: [qué entregas y qué incluye]
Audiencia y problema: [a quién ayudas y con qué]
Precio y disponibilidad: [confirmados o pendientes]
Pruebas disponibles: [fuentes, testimonios autorizados o ninguna]
Acción deseada: [qué debe hacer el lector]

Voz de marca

Idioma y tratamiento: [completar]
Tono: [reglas observables]
Apertura y estructura: [cómo explicas las ideas]
Evitar: [expresiones ajenas a la marca]
Ejemplo aprobado: [texto autorizado y fecha]
Cierre: [acción y qué recibe quien responde]

Ejemplo ficticio para orientar el brief

Estudio Norte ofrece un taller online para organizar una semana de contenido. Incluye calendario editable y sesión guiada para profesionales independientes. Precio y fecha están pendientes. No hay testimonios disponibles. La acción es solicitar información; no anunciar inscripción abierta.

Instrucciones del proyecto

Mantén el contexto vigente y separa las referencias de estilo de los datos de la oferta. Estos bloques son propuestas de trabajo; adapta la configuración a tu cuenta.

Instrucciones para copiar

Ayuda a preparar borradores de marketing para esta marca. Consulta el brief vigente y aplica la voz de marca. Usa los ejemplos aprobados como referencia de estilo, no como oferta actual.
Antes de escribir, identifica objetivo, audiencia y canal. Si falta un dato necesario, pregunta o márcalo como pendiente. Si dos documentos se contradicen, muestra el conflicto y pide aclaración.
No inventes precios, disponibilidad, garantías, testimonios ni resultados. Distingue propuestas creativas de hechos confirmados. Entrega el borrador y los puntos pendientes de revisión.

Comprueba el contexto antes de escribir

Resume la oferta vigente, la audiencia y la acción deseada. Para cada dato, indica el documento que usaste. Separa hechos confirmados, información pendiente y propuestas tuyas. Enumera contradicciones. No redactes aún una pieza de marketing.

Qué revisar en la respuesta

Debe usar la versión correcta del brief, identificar los pendientes y citar los documentos aportados. Si rellena datos que no existen, corrige el contexto antes de continuar.

Tres encargos para empezar

Los dos primeros prompts usan el ejemplo ficticio de Estudio Norte. Sustituye sus datos antes de trabajar con una marca real.

Email para solicitar información

Prepara un email de 120 a 180 palabras para personas que ya conocen Estudio Norte. Objetivo: solicitar información sobre el próximo taller. Incluye dos asuntos y una sola llamada a la acción. Usa solo la oferta confirmada. No menciones precio, fecha, cupos ni inscripción abierta. Después enumera las afirmaciones que debo comprobar.

Publicación para LinkedIn

Redacta una publicación para la audiencia del brief. Abre con una situación sobre publicar sin calendario. Explica una acción que el lector pueda probar. Presenta el taller como una opción para trabajar esa organización. No atribuyas experiencias al autor ni añadas estadísticas o testimonios. Cierra invitando a solicitar información, sin falsa urgencia.

Revisión del borrador

Revisa este texto contra el brief y la voz de marca. Identifica afirmaciones sin respaldo, condiciones inventadas y contradicciones. Comprueba que la acción final coincide con el objetivo. Muestra cada problema junto a una corrección; no reescribas todo. Si no puedes verificar algo, indícalo.
Borrador: [pega el texto]