KIT GRATIS

Prompt y estructura para crear una Landing Page con IA

La plantilla y el wireframe que uso en el curso Landing Page con IA que VENDE con ChatGPT Gratis vs Sites. Cópialos, adáptalos a tu negocio y revisa tu página sección por sección.

Qué incluye

1. **El prompt plantilla**
   Listo para copiar y pegar en ChatGPT. Solo reemplazas lo que está entre corchetes.
2. **El wireframe de 13 secciones**
   La estructura de una landing page de alta conversión, ordenada según los 5 pasos del visitante.
3. **Prompts de seguimiento**
   Para pedir correcciones, versiones A/B y un contador regresivo.

¿Todavía no viste el curso?

Mira cómo uso este prompt con ChatGPT Gratis y con ChatGPT Sites, cómo reviso cada página con el wireframe y cómo la publico en internet.

Ver el curso en YouTube ›

youtu.be/vW02GuX3Udo

Cómo usar este kit

Una landing page es una página diseñada para que el visitante haga una sola acción: escribirte por WhatsApp, reservar, comprar o dejar sus datos. Para lograrlo, lo lleva por cinco pasos:



Paso a paso

1 Copia el prompt
Está en la página siguiente. Pégalo en ChatGPT (gratis o de pago).

2 Reemplaza los corchetes
Escribe la información de tu negocio donde ves los campos resaltados en amarillo. Entre más información le des, mejor resultado te entrega.

3 Adjunta tu logo e imágenes
Si tu versión de ChatGPT solo te deja adjuntar una imagen, sube el logo y escribe la dirección de tu sitio web como referencia visual.

4 Revisa con el wireframe
Cuando ChatGPT te entregue la página, compárala sección por sección con el wireframe de este kit.

5 Pide cambios y publica
Usa los prompts de seguimiento para corregir. Luego sube el index.html y la carpeta img a tu hosting.

1. El prompt plantilla

Copia todo el bloque. Los campos en amarillo son los que tienes que reemplazar con tu información.

```
Actúa como diseñador web y redactor publicitario experto en landing pages que convierten.

Crea una landing page completa en HTML, CSS y JavaScript para el negocio que describo abajo.

## Cómo quiero la entrega (muy importante)
- Entrégame un archivo ZIP descargable con:
  - index.html (con el CSS y el JavaScript dentro del mismo archivo)
  - carpeta img con el logotipo y todas las imágenes que uses
- No me respondas con una imagen, una infografía ni una maqueta: necesito los archivos.
- Cada vez que te pida cambios, entrégame de nuevo el ZIP completo, incluida la carpeta img.
- Verifica que las rutas a las imágenes funcionen (img/nombre-del-archivo).

## Información del negocio
- Nombre del negocio: [NOMBRE]
- Qué hace el negocio: [DESCRIPCIÓN BREVE]
- Producto o servicio específico de esta landing: [PRODUCTO O SERVICIO]
- Para quién es: [CLIENTE IDEAL]
- Ubicación o área de cobertura: [CIUDAD O ZONA]
- Horarios o disponibilidad: [HORARIOS]
- Precio: [PRECIO, o "No mostrar precio: solicitar cotización"]
- Acción principal: [WhatsApp, llamada, correo o enlace de reserva]
- Número, correo o enlace para la acción: [DATO]
- Paleta de colores: [COLORES]
- Referencia visual: [URL DE TU SITIO WEB O DE UN SITIO DE REFERENCIA]

## Imágenes
- Adjunto el logotipo y las imágenes del negocio. Úsalas en las secciones que correspondan.
- Si solo pude adjuntar el logotipo, toma los colores y el estilo de la referencia visual.
- Si faltan imágenes, deja espacios marcados o usa ilustraciones simples. No presentes imágenes generadas como fotos reales del negocio.

## Objetivo
La página presenta una sola oferta y guía al visitante hacia una sola acción, siguiendo este camino:
reconozco mi necesidad → conozco la solución → confío en el negocio → resuelvo mis dudas → actúo.

## Estructura
1. Encabezado: logotipo y botón de la acción principal.
2. Sección principal: titular con el beneficio principal, subtítulo (qué ofreces y para quién) y botón.
3. Problema o necesidad del cliente.
4. Solución: qué ofreces.
5. Beneficios principales.
```

6. Qué incluye.
7. Cómo funciona, en pasos.
8. Por qué elegirnos.
9. Testimonios.
10. Preguntas frecuentes.
11. Cierre con la misma llamada a la acción.
12. Contacto y pie de página.
Junto a cada botón, explica en una línea qué pasa después del clic.

Acción principal
- WhatsApp: crea el enlace con wa.me y un mensaje inicial relacionado con el servicio.
- Correo: enlace mailto con asunto y mensaje inicial.
- Llamada: enlace tel para marcar desde el teléfono.
- Enlace de reserva: usa exactamente el enlace que te di.
El botón puede repetirse, pero siempre lleva a la misma acción.

Redacción
- Lenguaje sencillo, beneficios antes que características.
- Sin promesas exageradas ni frases genéricas.
- Puedes proponer textos, testimonios y preguntas frecuentes de ejemplo, pero no pongas etiquetas dentro de la página. Al final de tu respuesta, haz una lista de todo lo que inventaste para que yo lo revise.
- No inventes teléfonos, direcciones, correos, certificaciones ni permisos.

Diseño
- Diseñada primero para teléfono; que funcione bien en tableta y computadora.
- Buen contraste entre textos y fondos, botones grandes y márgenes suficientes.
- Carga rápida y sin animaciones innecesarias.

SEO básico
Título de la página, meta descripción, un solo H1 con subtítulos en orden, textos alternativos en las imágenes y configuración para móviles.

Antes de entregar
Revisa que los enlaces y botones funcionen, que las imágenes carguen desde la carpeta img y que la página se vea bien en teléfono y computadora. Después entrégame el ZIP y la lista de textos inventados.

2. El wireframe de una landing page profesional

Una oferta, una secuencia lógica y una acción principal. Cada sección corresponde a uno de los 5 pasos del visitante: úsalo para revisar lo que te entregue la IA.

1	**ENCABEZADO** Logotipo · menú breve · acción principal	Paso 5
2	**PROPUESTA DE VALOR** Título + subtítulo + botón + imagen principal	Paso 1
3	**SEÑALES DE CONFIANZA** Credenciales · cobertura · condiciones	Paso 3
4	**PROBLEMA O NECESIDAD** Situación que el visitante reconoce	Paso 1
5	**SOLUCIÓN Y BENEFICIOS** Cómo ayuda la oferta y qué obtiene el cliente	Paso 2
6	**QUÉ INCLUYE** Alcance del servicio o características del producto	Paso 2
7	**CÓMO FUNCIONA** 1. Solicita o elige · 2. Confirma · 3. Recibe	Paso 2
8	**DIFERENCIADORES** Razones concretas para elegir el negocio	Paso 3
9	**EVIDENCIA REAL** Testimonios · casos · fotografías · resultados	Paso 3
10	**PRECIO O MODALIDAD** Precio, cotización, presupuesto o reserva	Paso 4
11	**PREGUNTAS FRECUENTES** Respuestas a dudas y objeciones reales	Paso 4
12	**CIERRE Y LLAMADA A LA ACCIÓN** Beneficio principal + la misma acción	Paso 5
13	**PIE DE PÁGINA** Contacto · ubicación · horarios · privacidad	Paso 5

Paso 1 · Reconozco mi necesidad
Secciones 2 · 4

Paso 2 · Conozco la solución
Secciones 5 · 6 · 7

Paso 3 · Confío en el negocio
Secciones 3 · 8 · 9

Paso 4 · Resuelvo mis dudas
Secciones 10 · 11

Paso 5 · Actúo
Secciones 1 · 12 · 13

3. Prompts de seguimiento

Úsalos en la misma conversación, después del primer resultado. Todos recuerdan el formato de entrega.

Correcciones

```
Haz estos cambios en la landing page:
1. [CAMBIO 1, por ejemplo: en la versión móvil no hay contraste entre el fondo y los textos]
2. [CAMBIO 2, por ejemplo: cambia el ícono del botón por el ícono de WhatsApp]
3. [CAMBIO 3]

Entrégame de nuevo el ZIP completo, con index.html y la carpeta img. No me envíes imágenes ni vistas previas en lugar de los archivos.
```

Reemplazar una imagen

```
Usa la imagen adjunta como imagen principal de la sección principal. Guárdala en la carpeta img y entrégame de nuevo el ZIP completo.
```

Versiones A/B y contador regresivo

```
Crea dos versiones de esta misma landing page. Cambia solo el titular y el subtítulo de la sección principal; todo lo demás debe quedar idéntico, incluido el botón de la acción principal.

- Versión A: enfocada en [BENEFICIO 1 QUE BUSCA TU CLIENTE].
- Versión B: enfocada en [BENEFICIO 2 QUE BUSCA TU CLIENTE].

Entrega cada versión en su propia carpeta (lpa y lpb), cada una con su index.html y su carpeta img. La versión B debe estar oculta de los buscadores (noindex) para evitar contenido duplicado.

Agrega una barra inferior fija con una cuenta regresiva de [24] horas para la promoción [NOMBRE DE LA PROMOCIÓN] y el botón de la acción principal. El tiempo debe conservarse si la persona recarga la página, y la barra debe desaparecer al llegar a cero. Aplica el cambio en las dos versiones.
```

Usa el contador solo si la promoción es real: si la oferta nunca termina, no es marketing, es teatro.

Mira el curso completo
Este proceso paso a paso, con ChatGPT Gratis y Sites, hasta subir tu landing page a tu dominio.
Ver en YouTube ›