



Manual de marketing

Cómo usar el Centro de marketing de Merkap
y sacarle el jugo en WhatsApp, Facebook, Instagram y la calle

Versión 1 · octubre de 2026 · Fase 2AP



1. Para qué sirve este manual

Merkap gana cuando pasan tres cosas: **la gente entra, se queda** (crea cuenta, publica o registra su negocio) y **contacta** a un comercio o vendedor. Todo lo que publiques en redes debe empujar una de esas tres cosas, y cada enlace debe llevar su código para saber qué funcionó.

Número	Qué significa	Dónde lo ves
Personas que entran	Visitas reales, por canal (WhatsApp, Facebook, QR...)	Métricas → De dónde llegan
Cuentas nuevas por código	Quién se registró después de tocar tu enlace (30 días)	Marketing → Cuentas nuevas por código
Anuncios y comercios nuevos	Lo que esas cuentas publicaron o registraron	Marketing (columnas) y Métricas → Nuevos
Contactos	Toques en WhatsApp, Llamar o Cómo llegar	Métricas → Contactos por día

Metas de ejemplo para los primeros 30 días del piloto (ajústalas a tu realidad): 50 comercios en el mapa · 300 cuentas nuevas · 100 anuncios activos · 1 contacto por cada 10 visitas. Lo importante no es el número exacto sino ver **cada semana** si sube.

2. El Centro de marketing en 4 pasos

Lo encuentras en la página de inicio, en la barra amarilla del administrador (**Marketing**), en el menú de tu cuenta y en Moderación, Métricas y Editar inicio.

1. **Elige el destino:** Inicio, Regístrate gratis, Publica un anuncio gratis, Recomendamos un negocio, Registra tu negocio, Directorio (por tipo), una categoría, la vitrina de un comercio, un anuncio o cualquier otra página de Merkap.
2. **Elige dónde lo vas a compartir** (WhatsApp, estado, grupo de Facebook, Instagram, TikTok, sticker o volante). El panel arma el código solo; cámbialo si quieres (ej.: *fb-ventas-envigado*).
3. **Copia el texto:** hay 3 versiones por destino (corto, con beneficios, con pregunta). Puedes editarlo y guardarlo como «tu versión».
4. **Descarga la imagen:** cuadrada (grupos y posts), vertical (estados e historias) u horizontal (Facebook). Lleva logo, título, botón «Ingresa aquí», link y QR. Puedes cambiar colores, ícono y subir un fondo hecho con IA.

En el celular, el botón **Compartir imagen + texto** manda las dos cosas juntas a WhatsApp, Facebook o Instagram.

Imágenes con inteligencia artificial

Toca **Copiar idea para la IA:** copia una instrucción lista para pegar en ChatGPT, Gemini, Canva o Bing Image Creator. Pide siempre la imagen **sin texto ni logos** (el texto lo pone Merkap encima) y en el mismo formato que vas a descargar. Sube la imagen con **↑ Subir imagen**.



Cómo nombrar los códigos

Usa siempre el mismo orden: **canal - destino o grupo - lugar - número**. Solo letras, números y guiones; máximo 30 caracteres.

Código	Para qué
fb-ventas-envigado-1	Grupo de Facebook «Ventas Envigado», primera publicación
wa-vecinos-sabaneta	Grupo de WhatsApp de vecinos de Sabaneta
estado-registro-oct	Tu estado de WhatsApp de octubre invitando a registrarse
qr-panaderia-lacentral	Sticker en la puerta de la Panadería La Central
volante-drogueria-sur	Volantes que reparte la droguería aliada del sur

3. Nueve estrategias para sacarle el jugo

1. Un enlace por cada grupo

No uses el mismo enlace en todos lados. Si cada grupo tiene su código, en dos semanas sabes cuáles traen gente y cuáles no.

1. Haz una lista de 10 a 20 grupos de Facebook y WhatsApp de tu zona (ventas, vecinos, emprendedores).
2. Crea un código por grupo en el panel y anótalo en la tabla de seguimiento (sección 9).
3. Publica una vez y espera 7 días antes de repetir.

Qué medir: visitas y cuentas por código. Deja de publicar en los grupos que en 2 semanas no traen nada.

2. Prueba A/B de textos

Dos textos distintos para el mismo destino, en semanas distintas, en el mismo grupo. Gana el que trae más cuentas.

1. Semana 1: versión «Corto» con el código *fb-ventas-envigado-a*.
2. Semana 2: versión «Con pregunta» con el código *fb-ventas-envigado-b*.
3. Guarda la ganadora como «tu versión» y úsala en los demás grupos.

Qué medir: cuentas nuevas por código (A contra B).

3. Sticker «Encuétranos en Merkap»

Un QR en la puerta o la caja de cada comercio piloto. Es publicidad en la calle que trabaja todo el día.

1. En Comercios, toca **QR del comercio**: llega al panel con el código del negocio.
2. Descarga la imagen con QR o «Solo el QR (SVG)» para la imprenta (stickers de 10×10 cm).
3. Pégalo a la altura de los ojos, cerca de la caja.

Qué medir: visitas con origen «Código QR» y contactos a ese comercio.

4. Estados de WhatsApp de los comercios

Cada comerciante tiene cientos de contactos. Si publica su vitrina en su estado, trae clientes para él y gente nueva para Merkap.

1. Elige el destino «Vitrina de un comercio», canal «Estado de WhatsApp» y formato vertical.
2. Envíale la imagen y el texto al dueño por WhatsApp.
3. Pídele que lo publique una vez por semana (ej.: los viernes).

Qué medir: visitas con origen «Estados de WhatsApp» y contactos a la tienda.

5. Calendario semanal fijo

Publicar con un orden fijo evita improvisar y hace que la gente reconozca la marca. Ver la tabla de la sección 4.

1. Lunes: «Regístrate gratis».
2. Miércoles: «Publica un anuncio gratis».
3. Viernes: «Recomienda un negocio» o el comercio de la semana.

Qué medir: qué día trae más visitas (Métricas → Personas distintas por día).

6. Programa Fundadores (propuesta)

Los primeros 50 comercios reciben la insignia Fundador y prioridad cuando existan los «Destacados» (fase 2AO).

1. Antes de anunciarlo, define las reglas por escrito (quién entra, hasta cuándo, qué recibe).
2. Anúncialo solo cuando la insignia exista en la página: la publicidad debe ser veraz.
3. Usa el destino «Registra tu negocio» con el código *fundadores-....*

Qué medir: comercios registrados por el código de fundadores.



7. Reto «Recomienda 3 negocios de tu barrio»

La comunidad llena el directorio por ti. Funciona muy bien en grupos de vecinos.

1. Destino «Recomienda un negocio», versión «Con pregunta».
2. Publica el reto en grupos de barrio y agradece públicamente a quienes participen.
3. Si algún día das premios, publica antes las reglas (fechas, cómo se elige, qué se gana).

Qué medir: recomendaciones recibidas (Comercios → Recomendados por la comunidad).

8. Volantes con QR en aliados

Tiendas, droguerías y veterinarias aliadas entregan un volante con cada compra.

1. Un código distinto por aliado (*volante-drogueria-sur*).
2. Imagen vertical u horizontal con QR grande y una sola frase.
3. Imprime pocos (100) y repite solo en los aliados que funcionen.

Qué medir: visitas con origen «Volante o afiche» por código.

9. Cero spam

Un grupo que te saca por spam es un canal perdido para siempre.

1. Máximo una publicación por grupo a la semana.
2. Lee las reglas del grupo; si piden permiso, pídelo al administrador.
3. Responde los comentarios: una respuesta vale más que otra publicación.

Qué medir: que no te bloqueen o saquen de ningún grupo.

4. Calendario semanal

Día	Destino	Canal	Formato
Lunes	Regístrate gratis	Grupos de Facebook + tu estado	Cuadrada + vertical
Martes	Vitrina de un comercio piloto	Estado de WhatsApp del comercio	Vertical
Miércoles	Publica un anuncio gratis	Grupos de WhatsApp de ventas	Cuadrada
Jueves	Una categoría (Empleos, Mascotas, Vehículos...)	Grupos temáticos	Cuadrada
Viernes	Recomienda un negocio / comercio de la semana	Grupos de barrio	Cuadrada
Sábado	Directorio: «abiertos ahora»	Estados e Instagram	Vertical
Domingo	Descanso: revisa los números y planea	—	—

Mejores horas para publicar en Colombia: 6:30 a 8:30 a. m., 12 a 2 p. m. y 7 a 9 p. m.

5. Plan de los primeros 30 días

Semana	Foco	Tareas
1	Llenar el mapa	Visitar 20 comercios del municipio piloto, registrarlos, pegar sticker con QR y pedirles un estado de WhatsApp.
2	Traer gente	10 grupos de Facebook/WhatsApp con su código. Textos «Regístrate» y «Publica gratis». Primera prueba A/B.
3	Comunidad	Reto «Recomienda 3 negocios». Comercio de la semana. Responder todos los comentarios.
4	Medir y decidir	Revisar códigos: dejar los 5 mejores grupos, repetir el texto ganador, imprimir volantes solo para aliados que funcionaron.

6. Kit para comercios

Lo que le entregas a cada comercio piloto para que te ayude a promocionar (y se promocione él):

- **Sticker con QR** de su vitrina («Encuétranos en Merkap»).
- **Imagen vertical** para su estado de WhatsApp, con su nombre.
- **Mensaje para sus clientes:** «Ahora nos encuentras en Merkap: mira nuestros productos y horario [link]».
- **Cómo actualizar su vitrina** desde Mi tienda (fotos, precios, horario).

Muy pronto (fase 2AP-3) cada comercio tendrá su propio botón «Comparte tu tienda» en Mi tienda.

7. Cómo escribir textos que funcionan

- **Empieza con el beneficio**, no con la marca: «Vende lo que ya no usas» antes que «Conoce Merkap».
- **Di «gratis» cuando sea verdad**: hoy registrarse, publicar y aparecer en el mapa es gratis.
- **Una sola acción por mensaje**: o regístrate, o publica, o recomienda. No las tres.
- **Pregunta**: «¿Cuál es el negocio que siempre recomiendas?» genera comentarios y el grupo lo muestra más.
- **Habla local**: escribe el municipio o barrio en el campo «Municipio o barrio». Lo cercano genera confianza.
- **Pocos emojis** (3 a 5) y frases cortas. En WhatsApp, *asteriscos* = negrita.
- **Termina con el link** y una flecha que lo señale.

8. Reglas para cuidar la marca (y cumplir la ley)

- **Datos personales (Ley 1581 de 2012)**: no agregues personas a grupos o listas sin su permiso, no compres bases de datos y no publiques teléfonos de otros.
- **Publicidad veraz (Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor)**: no prometas lo que no existe (premios, descuentos, insignias). Lo pagado se marca como «Patrocinado».
- **Imágenes**: usa fotos propias, de los comercios (con su permiso) o hechas con IA. No uses logos, personajes ni fotos de otras marcas.
- **Nada +18** ni productos restringidos en la publicidad (alcohol, tabaco, íntimo): esas categorías no se promocionan en redes.
- **Respetar las reglas de cada grupo** y de cada red social.

Esto es una guía práctica, no asesoría legal. Revisa los puntos legales con el abogado (pendiente P6 del ROADMAP).

Lista rápida antes de publicar

- ☐ ¿El enlace tiene su propio código y lo anoté?
- ☐ ¿Probé el link (botón ↗ Probar)?
- ☐ ¿El texto tiene una sola acción y el municipio?
- ☐ ¿La imagen se lee bien en el celular?
- ☐ ¿Respeto las reglas del grupo y no publiqué ahí esta semana?



9. Tabla de seguimiento semanal

Imprime esta página o cópiala en una hoja de cálculo. Cada domingo llena una fila por código con los números de Métricas y Marketing.

Código	Fecha	Visitas	Cuentas	Anuncios	Comercios	¿Sigue?

Regla de decisión: si un código no trae ninguna cuenta en 2 semanas, cámbialo (otro texto, otra imagen u otro grupo). Si trae cuentas, repítelo y busca grupos parecidos.