Clase 2 · El mapa del negocio: Método COTEP

Las cuatro piezas que tiene un negocio online.

1 · El Método COTEP

COTEP es el mapa del negocio digital: cuatro piezas, cada una con una sola pregunta. Cada pieza alimenta a la siguiente, y la última vuelve a la primera: el cliente satisfecho es el contenido del mes que viene.

CO · Contenido

¿Te prestan atención las personas correctas?

El contenido orgánico se diferencia del contenido común y corriente en una cosa: **está pensado para atraer a tu cliente ideal**. Lo atrae por afinidad: quien tiene el problema que resolvés entiende en cinco segundos que se lo resolvés vos. Publicar todos los días sin eso es entretener.

Cuando esta pieza falla: publicás seguido, te ponen me gusta, y no pasa nada más. O peor: te felicitan colegas y nunca te escribe un cliente.

En la práctica: Un abogado explica qué pasa si firmás un alquiler sin leer la cláusula 8. Lo encuentra exactamente quien está por firmar uno.

T · Tráfico

¿Llega gente, y la llevás a tu territorio?

El tráfico es **cómo la gente, a través del contenido, llega a tu marca**. Hay dos: el tráfico orgánico, que llega sin pagar, y el tráfico pago, que llega por un anuncio. Las redes son canales útiles, pero alquilados: lo que importa es cuánta gente cruza hacia tu base de datos, el único terreno que nadie te puede sacar.

Cuando esta pieza falla: miles de seguidores y una lista de correo de cuarenta contactos, la mitad conocidos.

En la práctica: Al final del video no va un «seguime»: va dónde bajar el recurso. El que lo baja cruzó a tu territorio.

E · Embudo

¿Hay una conversación que captura, filtra y vende sin vos?

Un embudo de ventas es **una conversación con un potencial cliente**, pensada de antemano. Responde preguntas antes de que las haga, ordena objeciones y guía, sin presionar ni perseguir.

Cuando esta pieza falla: contestás cien mensajes iguales por semana, y las conversaciones que no seguiste se enfriaron sin que te enteres.

En la práctica: Quien baja el recurso recibe tres correos que explican los errores caros, y recién ahí llega la consulta paga.

P · Producto

¿Lo que vendés entrega una transformación y puede crecer?

Una oferta es un punto A, un punto B y el camino entre los dos, mucho más que una lista de lo que hacés. Y si todo depende de tus horas, **el techo de tu negocio es tu agenda**.

Cuando esta pieza falla: cobrás por hora, cada presupuesto lo explicás distinto, y no tenés nada para ofrecerle al que ya te compró.

En la práctica: El marketing acelera la verdad: si el producto es flojo, lo muestra más rápido. Por eso COTEP termina en el producto, y vuelve a empezar ahí.

> **Las redes atraen. El embudo vende.** La clave está en que las cuatro piezas trabajen juntas.

2 · Un ejemplo: el Método COTEP en un taller mecánico

Un caso inventado, para estudiar.

- **CO:** El taller publica cómo darte cuenta de que tu auto necesita una revisión, con palabras que cualquier conductor entiende. Lo ve justo quien tiene ese problema.
- **T:** Esas publicaciones llegan a la gente de la zona: sin pagar (tráfico orgánico) o con un anuncio (tráfico pago). El que se interesa escribe por WhatsApp o deja su contacto.
- **E:** Sigue la conversación: la persona consulta, recibe respuesta, conoce zona, precios y condiciones, y pide turno.
- **P:** El taller hace el trabajo acordado, explica qué hizo y cumple lo que prometió. Ese cliente conforme lo recomienda, y eso vuelve al contenido.

Si algo falla, ¿dónde mirás?

- «Nadie lo encuentra» → mirá CO y T
- «Consultan, pero no entienden qué incluye el servicio» → mirá E y la oferta, en P
- «Contratan y quedan disconformes» → mirá P: la entrega

3 · El glosario, letra por letra

Las 67 palabras están explicadas, con su video, en la página de la clase, y completas en el PDF del glosario.

CO · Contenido: CO1 Avatar (cliente ideal) · CO2 Dolores, deseos y beneficios · CO3 Objeciones · CO4 Ángulo · CO5 Reencuadre · CO6 Pilar de contenido · CO7 Niveles de conciencia · CO8 Estructura de una pieza · CO9 CTA (call to action) · CO10 Storytelling · CO11 Vaca (contenido madre) · CO12 Voz de marca

T · Tráfico: T1 Tráfico orgánico vs pago · T2 SEO · T3 Keyword (palabra clave) · T4 Engagement · T5 Alcance vs Impresiones · T6 La jerarquía de anuncios · T7 Creativo (pieza de anuncio) · T8 Copy del anuncio · T9 Píxel · T10 CTR — tasa de clics · T11 CPC y CPM · T12 CPL, CPA y CAC · T13 ROAS y ROI · T14 Puja, frecuencia y fatiga · T15 UTM · T16 Frío · Templado · Caliente · T17 Retargeting

E · Embudo: E1 Lead · E2 Lead magnet (imán) · E3 Opt-in y doble opt-in · E4 Formulario · E5 Lista / Base de datos · E6 Página de captura (squeeze) · E7 Landing page · E8 Página pendiente y de gracias · E9 Página de puente · E10 Página de ventas y VSL · E11 Webinar, masterclass y funnel de aplicación · E12 Checkout y pasarela de pago · E13 Automatización y trigger · E14 Los 3 tipos de email · E15 Autoresponder y nurturing · E16 Etiqueta y lead scoring · E17 Workflow y CRM · E18 Pre-marco (pre-framing) · E19 Métricas del email · E20 Conversión · E21 Order bump, upsell, downsell y cross-sell · E22 TOFU · MOFU · BOFU

P · Producto: P1 Producto · P2 Oferta · P3 Propuesta de valor y USP · P4 Transformación · P5 Stack de valor · P6 Ecuación de valor · P7 Garantía y riesgo inverso · P8 Escalera de valor · P9 Ticket (low, medio, alto) · P10 Precio ancla · P11 Membresía · P12 DFY, DWY y DIY · P13 MRR y LTV · P14 Churn · P15 Onboarding y aha moment · P16 Testimonio, caso y prueba social

4 · Tu actividad: el Asistente COTEP

Un asistente que explica el Método COTEP de punta a punta. Es un ChatGPT: le contás tu negocio y le preguntás cómo se aplica cada pieza, y también cualquier palabra del glosario.

1. Abrí el Asistente COTEP (se abre en otra pestaña).

2. Subile el documento de negocio que armaste en la clase 1.
3. Pedile que lo ordene según el Método COTEP y que te explique cada pieza.
4. Preguntale las palabras del glosario que no te hayan quedado claras.

Enlace: https://chatgpt.com/g/g-6856dbab075c8191ae1d9ab9e6c0a110-cotep-coach-de-gabriel-melillo

Subí sólo información de tu negocio: nada de contraseñas ni datos personales de tus clientes.

Material de estudio · Edición septiembre 2026