

NODO 3 DE 5 · ACADEMIA FTC

MARKETING DIGITAL Y BRANDING

El marketing lo es todo. Puedes tener el mejor producto y la mejor ubicación — pero si no tienes una estrategia digital, no estás en el mapa. Este nodo te da el ecosistema completo.

2

CURSOS

11h

CONTENIDO

12

MATERIALES

13+

AÑOS REALES

★ VISION FTC – LA BASE DE ESTE NODO

"El marketing lo es todo. Coca-Cola invierte el 50% de su utilidad en marketing – y es lo primero que pides cuando tienes sed. La pandemia lo confirmó: quien no estaba digitalizado, desapareció. Un food truck necesita un ecosistema digital – no solo redes sociales sueltas."

– Romina Martínez & Pablo Giglio · Co-Fundadores Food Truck Center · 13+ años en el rubro

• CONTENIDO DEL NODO 3

DOS CURSOS QUE LO CAMBIAN TODO

Marketing en redes y branding de marca – los dos pilares que separan al food truck que llena eventos del que opera en la invisibilidad.

FTC-3.1



MARKETING DIGITAL · REDES SOCIALES

MARKETING EN REDES SOCIALES PARA FOOD TRUCKS

El ecosistema digital completo: qué red usa cada segmento, cómo construir contenido con estrategia, la técnica ganadora cuando las ventas bajan y el caso real de Sanguchería Nicho en el Movistar Arena.

Ecosistema digital

Redes por segmento

Publicidad pagada

WhatsApp Business

ROI medible

Caso Nicho real

\$29.990

6 horas · 11 módulos
6 materiales incluidos

FTC-3.2



BRANDING · POSICIONAMIENTO · IDENTIDAD

BRANDING Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Construye una marca que abre puertas antes de que nadie pruebe tu comida. Identidad visual, propuesta de valor, storytelling, el truck como valla publicitaria móvil y la consistencia que convierte un novato en un referente.

Identidad visual

Propuesta de valor

Posicionamiento

Storytelling

Diseño del truck

Voz de marca

\$19.990

5 horas · 10 módulos
6 materiales incluidos

PACK NODO 3 COMPLETO

Los 2 cursos + los 12 materiales descargables — todo lo que necesitas para construir tu ecosistema digital y tu marca desde cero o reforzarla si ya operas.

2 cursos

11 horas

12 materiales

2 certificados

Caso Nicho real

Visión FTC propietaria

\$39.990

Ahorro vs. individual: \$9.990

ACCEDER AL PACK →

• MÓDULO CLAVE DEL CURSO 3.1

LA RED CORRECTA PARA TU CLIENTE

No se trata de estar en todas las redes — se trata de estar bien en las que llegan a tu segmento real. Entender esto vale más que cualquier campaña.



INSTAGRAM

18-35 AÑOS

Millennials con poder adquisitivo. Compran por imagen. La red principal de todos los food trucks.

★ PRINCIPAL



TIKTOK

13-25 AÑOS

Gen Z. Alcance viral masivo. No permite alcohol — su público es menor de edad.

SEGÚN SEGMENTO



FACEBOOK

35-55 AÑOS

Comunidad local, eventos y ferias. Anuncios geolocalizados por radio de kilómetros.

COMPLEMENTARIO



LINKEDIN

28-50 AÑOS

Solo para eventos corporativos. RRHH de empresas. La red que cierra contratos B2B.

CORPORATIVOS



WHATSAPP BIZ

TODOS

El canal de ventas directo. Chatbot IA + catálogo. Contestar a tiempo genera visitas a tiempo.

★ CIERRE DE VENTAS

• LO QUE APRENDERÁS A DOMINAR

LOS CONCEPTOS QUE MARCAN LA DIFERENCIA

Del ecosistema digital al posicionamiento de marca — los 8 conceptos que separan al food truck invisible del que llena eventos.



ECOSISTEMA DIGITAL

8

Elementos integrados que se alimentan entre sí. No son redes sueltas — es un sistema.



ROI MÍNIMO CAMPAÑA

300%

Por cada \$10.000 invertidos en publicidad pagada, al menos \$40.000 en ventas generadas.



FRECUENCIA MÍNIMA IG

4-5x

Publicaciones por semana en Instagram. Menos de eso y el algoritmo te entierra.



HASHTAGS POR POST

8-12

Mix de masivos + medios + nicho + marca propia. Más de 15 se percibe como spam.



ELEMENTOS DE MARCA

5

Nombre · Identidad visual · Propuesta de valor · Voz · Experiencia. Los 5 construyen la marca.



PUNTOS CONTACTO

8

Truck · Menú · Instagram · Stories · WhatsApp · Web · Uniforme · Packaging. Todos deben ser consistentes.



CUADRANTES POSICIÓN

4

Gourmet Premium · Calidad Accesible · Económico · Trampa. FTC recomienda los dos primeros.



ACTOS DEL STORYTELLING

4

Origen · Conflicto · Transformación · Promesa. La historia que nadie más puede contar.

• CASO REAL · VISIÓN PROPIETARIA FTC

CÓMO EL MARKETING ABRIÓ LAS PUERTAS DEL MOVISTAR ARENA

Sanguchería Nicho no llegó al Movistar Arena por la calidad de la comida sola. Llegó porque desde el primer día operó con un marketing bien hecho — estudiado, gestionado y ejecutado con coherencia. Siendo novatos, siempre reflejaron profesionalismo. Y eso es lo que abre puertas.

"El marketing tiene que ir a la vanguardia — al nivel de tu gastronomía. No parar es lo más importante. Es lo que hace que te llamen de boca a boca, que la gente diga 'voy a comer ahí'."



BRANDING DESDE EL DÍA 1

El truck tenía diseño visual impactante y coherente con el producto antes de salir a la calle. No fue improvisado.



PRESENCIA DIGITAL CONSISTENTE

Instagram activo, Stories de ubicación, galería curada. No perfecta — pero constante. Sin interrupciones.



LENGUAJE DE MARCA EN EL MENÚ

Los nombres de los platos posicionan el producto en el segmento correcto. No "sánduche de vacuno" — lenguaje que conecta.



RESPUESTA PROFESIONAL SIEMPRE

Un food truck que responde como empresa se percibe como empresa. Eso genera confianza antes de la primera reunión.



RESULTADO: 13+ AÑOS ACTIVOS

Movistar Arena · Patios de comida premium · Corporativos · Boca a boca sostenido. El marketing nunca paró.

• MATERIALES DESCARGABLES

12 MATERIALES PARA USAR HOY

Cada curso incluye su pack completo — plantillas, calendarios, calculadoras y guías que puedes implementar desde el primer día.



TABLA DE REDES POR SEGMENTO

Diagnóstico + plataforma correcta para tu cliente



CALENDARIO EDITORIAL SEMANAL

7 tipos de contenido en 7 días — sistema mínimo viable



BANCO DE HASHTAGS CHILE

4 categorías con combinación personalizable lista para copiar



CALCULADORA ROI PUBLICIDAD

Mide cada campaña con semáforo verde / amarillo / rojo



GUÍA WHATSAPP BUSINESS

6 pasos + 6 respuestas rápidas obligatorias con plantillas



CHECKLIST FOTOGRAFÍA MÓVIL

10 puntos antes de publicar + kit mínimo recomendado



GUÍA DE MARCA COMPLETA

Los 5 elementos con campos para completar y revisar



PLANTILLA IDENTIDAD VISUAL

Logo, paleta de colores y tipografía con psicología del color



EJERCICIO STORYTELLING 4 ACTOS

La historia de marca guiada — para bio de IG y web



MAPA DE POSICIONAMIENTO

Dónde estás hoy y dónde quieres estar en 12 meses



CHECKLIST CONSISTENCIA DE MARCA

Los 8 puntos de contacto evaluados — diagnóstico real



DEFINIDOR DE VOZ DE MARCA

Tono, vocabulario y el lenguaje que posiciona vs. el que aleja

• TU PROGRESO EN LA ACADEMIA

NODO 3 COMPLETADO

1

REGULACIONES

Legal ✓

2

GESTIÓN FINANCIERA

y Costos ✓



MARKETING

Digital ✓



LOGÍSTICA

y Operaciones → Próximo



SOSTENIBILIDAD

y Escalada

SIGUIENTE PASO

NODO 4: LOGÍSTICA Y OPERACIONES

Eficiencia operacional, gestión de equipos, protocolos de servicio y escalada del negocio.

[IR AL NODO 4 →](#)

[VER PACK COMPLETO](#)

FOOD TRUCK CENTER

Nodo 3 — Marketing Digital y Branding · Academia Online FTC · Chile 2025

Formación · Conexión · Impulso