



Portfolio

# Abril Romero

Content Strategist Sr | Marketing & Storytelling

# Sobre mí

**Más de 10 años de experiencia** creando estrategias de contenido para clientes de diversos sectores, desde profesionistas independientes **hasta Netflix**. Sin importar el tamaño de la marca, siempre he logrado que **mi creatividad impacte directamente en el alcance y crecimiento** de las empresas que confían en mí.

Experta en transformar insights de audiencia en narrativas **culturalmente relevantes**.

Tengo un libro de ensayos publicado **'Niñxs de los noventa'** (2021) y un título en Psicología, aunque casi no lo uso.



# Tendencia: Y como último acto de amor Netflix | Instagram

**Retos:** Sumarnos de manera **estratégica a la tendencia** 'Y como último acto de amor', usada para decir que cerramos ciclos con un *punch line* inesperado y divertido.

**Proceso:** Con nuestro amplio conocimiento del catálogo de Netflix y constantes **análisis de conversación**, elegimos situaciones de títulos que hubieran tenido un alto **impacto emocional** en la audiencia.


El formato carrusel nos permitió mostrar distintos copys, dándole opciones a la audiencia **para compartir** con el que más se identificara. El último copy apeló a las emociones de una de **nuestras audiencias más participativas**, los amantes de los k-dramas, promesa que hicimos desde el copy out: *Me la estaba pasando muy bien con este carrusel hasta que llegué a la última imagen.* 💔


En cuanto al diseño, elegimos una paleta de color contrastante (rosa y azul) para enfatizar un cambio emocional en el storytelling.

**Resultados:**  
**216K reacciones**  
880 comentarios con alto engagement emocional



 **jk.aashly** 113 sem  
La última si me dolió Netflix 😭  
1 Me gusta Responder

 **jesus\_beristain** 113 sem  
Decía que las películas de terror traumaban luego ví 25-21  
1 Me gusta Responder

 **creaciones\_bonitashn** 113 sem  
Dios volví abrir una herida con la última imagen 😭😭😭😭  
Responder

 **npyeep** 113 sem  
Basta muy personal  
Responder

# Nuevo formato: Nosotros / Ustedes

Netflix / Facebook

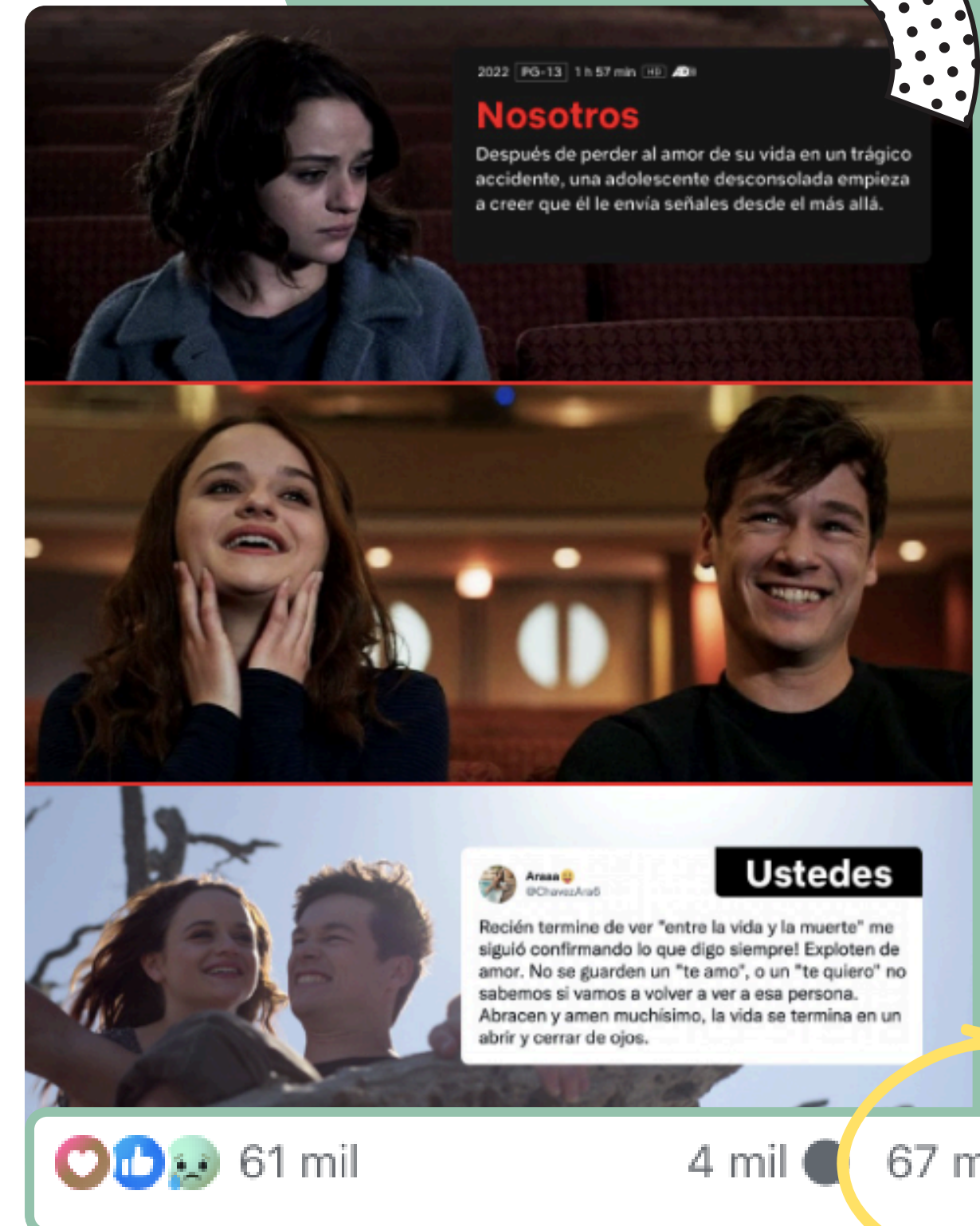
**Reto:** Generar awareness de 'In Between' una película nueva que la audiencia de Netflix no esperaba ni conocía.

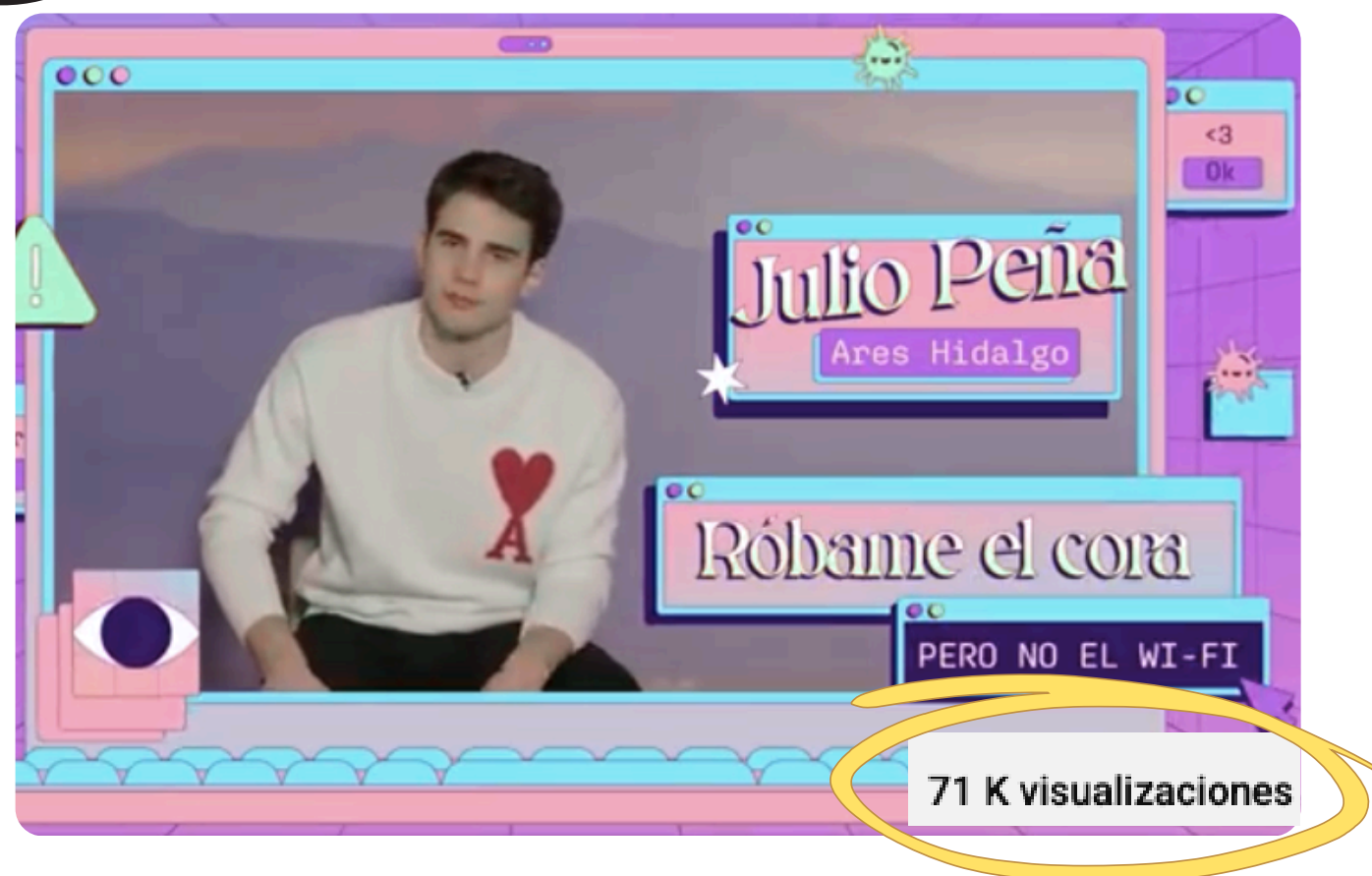
**Proceso:** Analizamos la **conversación** en diversas redes sociales y encontramos que los comentarios de la audiencia eran mucho más enganchadores y emocionales que la reseña disponible en la plataforma de Netflix.

**Propusimos un formato nuevo** que comparara lo que decía la plataforma (nosotros) con un comentario real de la audiencia (ustedes). Diseñamos un tríptico con las escenas más emotivas de la película, creando otro gancho a partir del rostro de Joey King, talento ya conocido por la audiencia .

## Resultados:

- **Alcance de 6M**
- **Generamos recomendación de boca a boca** (logramos más shares que reacciones).
- "Nosotros/Ustedes" se convirtió en un **formato repetible** que a la fecha se sigue usando para promocionar títulos nuevos.





@katianarro4000

Me parece muy responsable de Netflix, sobre todo porque este contenido (a través de mi ventana) va dirigido a un público muy joven.

## Guion: Julio Peña te roba el corazón, no el Wi-Fi

Netflix | Youtube

**Reto:** Crear un concepto de valor para que Julio Peña (crush de la audiencia) diera a conocer el estreno de 'A través de mi ventana'.

**Proceso:** Partiendo de la premisa de la película (un chico que le roba el wifi a su vecina para enamorarla), propusimos una **guía rápida de seguridad para prevenir ataques cibernéticos**, explicada por Julio Peña.

### Resultados:

- **+ de 71,000 visualizaciones**
- **Conversación positiva** convertimos una *red flag* del título (la vulnerabilidad cibernética) en un acierto de la marca.

## Contenido estratégico: Experta en rupturas

*Abril Romero | TikTok*



**Reto:** Alcanzar y conectar con una audiencia de nicho que aprecie el contenido literario original.

**Proceso:** Después de una ardua investigación y testeo, tomamos uno de los videos más exitosos hechos previamente por la marca y lo transformamos en carrusel con fotos intervenidas a mano, para agregar **un diferenciador.**

Agregamos el texto desde la plataforma, sumando **palabras clave** con nuestros temas principales, lo que facilitó que el **algoritmo nos hiciera llegar** a la audiencia correcta.

### Resultados en las primeras 24 horas:

- +65K vistas
- 17% de engagement
- 200 seguidores nuevos
- Aumento del 60% de visitas al sitio web

# Estrategia SEO: Terapia de pareja

*Terapia de Pareja CDMX | Google*

**Reto:** Aumentar los prospectos y clientes de una terapeuta de pareja, enfocándonos únicamente en su sitio web.

**Proceso:** Optimizamos todo el sitio aplicando una **auditoría SEO** y creamos un **formulario para captación de leads**. Diseñamos una estrategia de **contenido para blog**, utilizando **Google Analytics**, **Google Search Console** y **herramientas de IA** para la investigación de palabras clave, análisis de competencia e intención de búsqueda.

También creamos diversas campañas de **AdWords** y **email marketing**.

## Resultados en seis meses:

- Escalamos del puesto 22 **al puesto 8 en resultados orgánicos** para la búsqueda "terapia de pareja en CDMX".
- Posicionamos múltiples artículos en el **top 3 de resultados orgánicos** con key words de nuestro nicho.
- **10 veces más leads mensuales** en el sitio web.





# Gracias

Cuéntame, ¿cómo podemos colaborar?



+52 3310692944



abrilromero.blog@gmail.com



[www.abrilderomero.com](http://www.abrilderomero.com)

