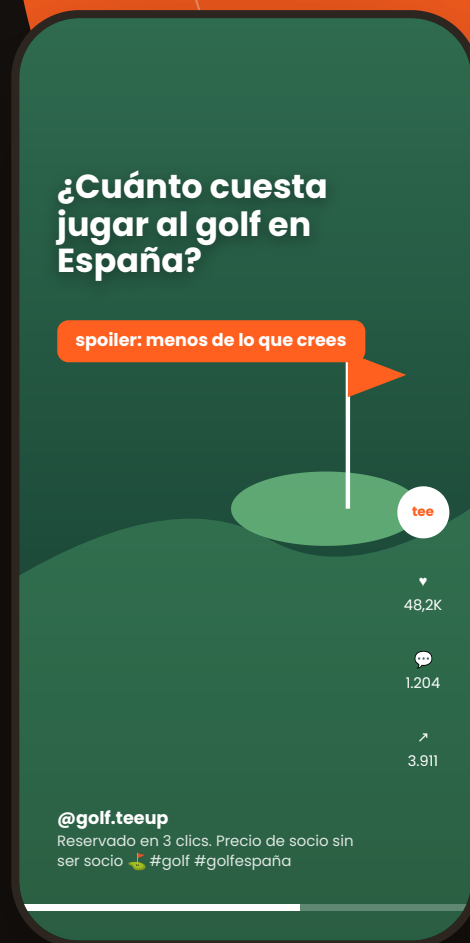


Teeup

Al siguiente nivel.

Plan a seis meses para convertir TikTok e Instagram en el principal motor de descargas y Members de la app.



Teeup ya ha resuelto lo difícil. Ahora toca que **lo sepa España**.

Tenéis un producto que funciona, un modelo de suscripción claro y una empresa que ya es rentable. El cuello de botella ya no es el producto: es la distribución. Y en 2026 la forma más eficiente de llegar a una nueva generación de golfistas se llama TikTok.

1 h 15 min

al día pasa de media en TikTok un usuario en España. En la Generación Z, casi 2 horas.

IAB Spain, Estudio RRSS 2026

317.155

federados al cierre de 2025: +11.552 en un año, el segundo mayor crecimiento desde 2010.

RFEG, recuento a 31/12/2025

4-5 de 400

campos de golf españoles con TikTok activo. El golf en español está sin dueño en la plataforma.

Detección propia, sept. 2026

Qué propongo, en tres movimientos

1

TikTok con caras y series fijas

5 vídeos a la semana contruidos sobre lo que ya hace la app: precios, correspondencias, IA de reglas, Academy y comunidad.

2

Instagram como escaparate

Donde se decide. Quien descubre Teeup en TikTok va a Instagram a comprobar si es de fiar. Tiene que encontrar la prueba.

3

Paid media que solo escala lo probado

Primero orgánico, después pago. Medido hasta la suscripción, no hasta el "me gusta".

OBJETIVOS A 6 MESES

Descargas mensuales *2 vs. sept. 2026

CAC por Member de pago ≤ 15 €

Seguidores TikTok 18.000

Seguidores Instagram 31.500

Seguidores: estimación interna, sujeta a variaciones en una horquilla de ±2.500.

QUÉ OS PIDO

Una reunión de 45 minutos para validar los datos de partida (seguidores, descargas y Members actuales), ajustar objetivos y arrancar en octubre.

Octubre no es casual: el **Open de España** se juega del 8 al 11 en Madrid y el **precio de lanzamiento** de Teeup termina el 31 de diciembre. Son las dos mejores palancas del semestre.

El producto ya está. Es **un club**, no una app.

Lo primero que hay que entender para hacer marketing de Teeup: no se vende una herramienta de reservas, se vende el acceso a un club digital. Eso cambia qué contamos y cómo.

01

Reservas en 3 clics

Confirmación instantánea en los campos digitalizados. Sin llamadas.

02

Correspondencias

Jugar a precio pactado con el club, como un socio, sin serlo.

03

Descuentos 10–50 %

En green fees de campos partner según franja y temporada.

04

Tees que no caducan

Crédito interno que se acumula al reservar y se gasta en próximas salidas.

05

Chatbot IA de reglas

Dudas de reglamento resueltas en tiempo real durante la vuelta.

06

Fitting con ZI

Fitting profesional y precio online en material, vía ZI Golf Academy.

07

Academy

Seguimiento de progreso y planes de entrenamiento según tus errores.

08

Comunidad y torneos

Encontrar compañeros de tu nivel, quedadas y torneos de Members.

El modelo, en una línea

BASIC

0 €

Reservas, torneos y comunidad. **La puerta de entrada.**

MEMBER

12,99 €/mes

11,49 € de lanzamiento. Correspondencias, descuentos, partners.

MEMBER ANUAL

99 €/año

89 € de lanzamiento, 4 meses gratis y regalos exclusivos.

Cómo habéis llegado hasta aquí

2024

Nace la idea

Oct 25

Sociedad

Dic 25

Redes

2026

Lanzamiento

Hoy

Rentable

En menos de un año desde la sociedad, **producto lanzado, red de campos y modelo de pago funcionando**. La base está hecha; lo que viene ahora es volumen.

DIAGNÓSTICO HONESTO

El límite de Teeup hoy no es el producto: **es el tiempo de dos fundadores.**

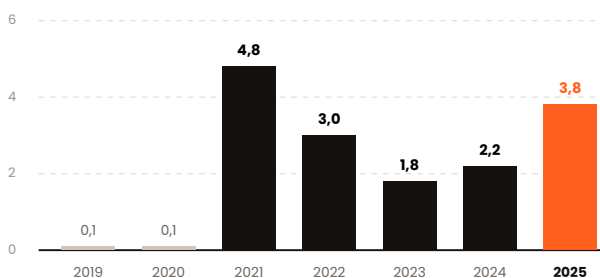
Construir producto, cerrar campos y marcas y, además, grabar cinco vídeos a la semana y optimizar campañas no cabe en la misma agenda. Esa es la pieza que propongo aportar.

El golf crece. La conversación en español, **está vacía.**

El golf lleva siete años seguidos sumando federados y la cantera existe. Pero el golf sigue comunicándose como hace veinte años: hacia dentro, al socio de siempre, por los canales de siempre. Es exactamente el problema que Teeup nació para resolver.

Crecimiento anual de licencias federadas en España

% de variación sobre el año anterior



Fuente: RFEG. Siete años seguidos creciendo tras el mínimo de 2013.

+11.552

licencias nuevas solo en 2025. Cada una es alguien que acaba de decidir que el golf es para él.

12 %

de los federados tiene menos de 21 años (37.942). La generación que vive en TikTok ya juega.

Lectura para Teeup: el golfista nuevo no tiene club, no conoce campos y no sabe cuánto cuesta. Busca respuestas en el móvil. Si no se las da Teeup, se las da otro.

~1 %

de los campos españoles publica con constancia en TikTok

El hueco que nadie está ocupando

De unos 400 campos, apenas 4 o 5 tienen TikTok activo. Mientras tanto, creadores extranjeros ya publican vídeos de nuestros propios campos. No hay una marca que sea "el golf en español" en la plataforma.

Quien ocupe hoy esa conversación la tendrá durante años. Y Teeup, que conecta con 40+ campos, es la marca mejor situada para hacerlo.

Las tres preguntas del golfista nuevo, y dónde las responde Teeup

"¿Dónde puedo jugar sin ser socio?"

Red de 40+ campos con reserva abierta desde el plan gratuito.

"¿Cuánto me va a costar?"

Precios visibles antes de reservar, descuentos y correspondencias.

"¿Con quién juego?"

Comunidad para encontrar compañeros de tu nivel, quedadas y torneos.

La atención está aquí. Y aquí **no hace falta tener seguidores.**

TikTok ya no es una red de adolescentes bailando. Es donde España pasa el tiempo, descubre qué hacer y cada vez más, qué comprar. Y funciona con una lógica distinta a la de Instagram que favorece a marcas pequeñas con buen contenido.

Minutos al día por plataforma en España

Tiempo medio declarado de uso diario, 2026



Fuente: IAB Spain · Elogia, Estudio de Redes Sociales 2026.

61 %

de la Generación Z usa TikTok. En la Generación Alfa, el 68 %: los golfistas de 2030.

46 %

sigue a influencers

33 %

sigue a marcas

La gente sigue a personas, no a logos.

Seguir marcas cae: del 48 % en 2024 al 33 % en 2026.

LA IDEA MÁS IMPORTANTE DEL DOCUMENTO

**Instagram te enseña a tus amigos.
TikTok te enseña a desconocidos a los que les interesa lo tuyo.**

En Instagram un vídeo llega, sobre todo, a quien ya te sigue. En TikTok cada vídeo se prueba primero con un grupo pequeño de personas a las que les interesa el golf, te sigan o no.

Si lo ven hasta el final, lo comentan o lo guardan, TikTok lo enseña a un grupo mayor. Y así sucesivamente. **Por eso una cuenta con pocos seguidores puede tener un vídeo con cientos de miles de visualizaciones.**



Teeup es un producto hecho para enseñarse en vertical.

Hay productos que cuesta explicar en vídeo. Teeup no es uno de ellos: cada funcionalidad cabe en 20 segundos y lleva un precio, una pantalla o una situación de campo que se entiende sin sonido.

DESCUBRIR

TikTok ya es un buscador

Cada vez más gente usa TikTok para buscar cosas como "campos de golf cerca de Madrid" o "cuánto cuesta empezar a jugar". El estudio de IAB lo resume así: TikTok gana en tiempo de uso, búsqueda y compra.

DESCARGAR

Campañas pensadas para apps

TikTok y Meta permiten optimizar la publicidad no a clics, sino a descargas y a eventos dentro de la app: registro, primera reserva o alta como Member. Se paga por lo que vale.

COMPRAR

TikTok Shop en España

Activo desde diciembre de 2024. El merchandising de la tienda de Teeup y productos de partners pueden venderse dentro del propio vídeo, pagando comisión solo por venta.

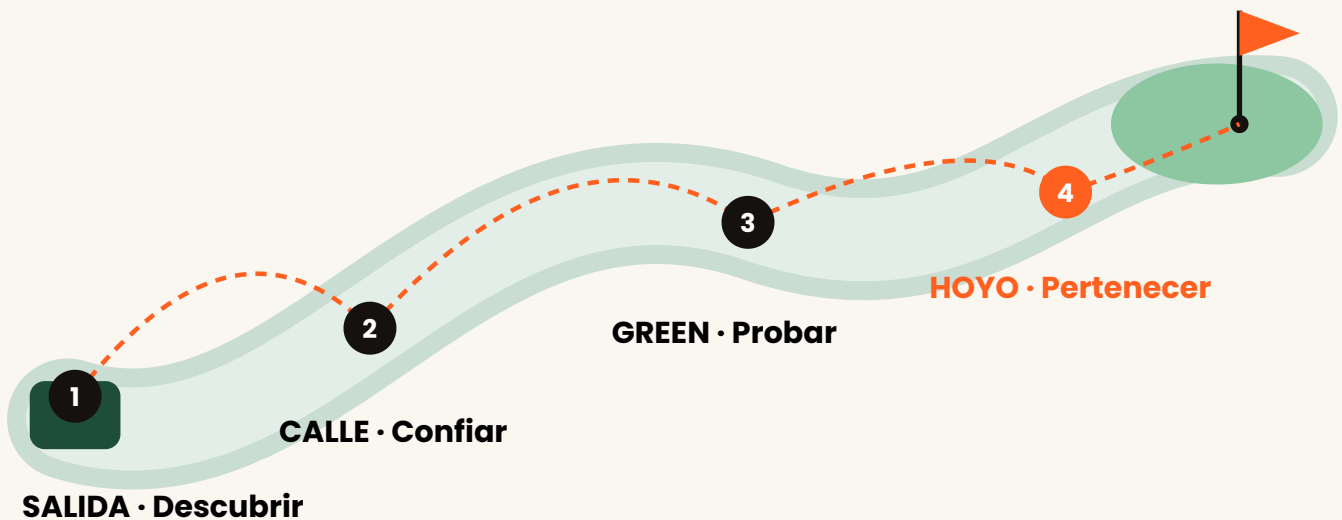
De la funcionalidad al gancho de 2 segundos

LO QUE HACE LA APP	LO QUE SE VE EN EL VÍDEO	EL GANCHO (PRIMERAS PALABRAS)
Reserva en 3 clics	Pantalla del móvil grabada en tiempo real con un cronómetro.	"He reservado green fee más rápido de lo que tarda en salir un café."
Correspondencias	Cartel de precio de visitante tachado y precio Teeup encima.	"Así se juega a precio de socio sin ser socio de nada."
Descuentos 10–50 %	El mismo campo, la misma hora, dos precios.	"Este campo cuesta 80 €... o esto, si sabes dónde mirar."
Tees	Contador de crédito subiendo tras cada reserva.	"Llevo tres salidas y la cuarta me la paga la app."
Chatbot IA de reglas	Bola en situación rara; se pregunta a la IA en el campo.	"¿Mi bola está injugable? Se lo pregunto a la IA delante de mis amigos."
Academy	Diario de progreso de un jugador real, semana a semana.	"Día 1 intentando bajar de 18 a un dígito. Os lo enseño todo."
Comunidad	Cuatro personas que no se conocían en el tee del 1.	"He quedado a jugar con tres desconocidos de una app. Esto ha pasado."

Los precios de los ganchos son ilustrativos: cada vídeo usará el precio real y vigente del campo grabado.

Un hoyo en cuatro golpes: de desconocido a Member.

Todo el plan se entiende con un par 4. Cada golpe tiene un canal, un objetivo y una métrica. Si un golpe falla, sabemos exactamente dónde está el problema y no confundimos "muchas visualizaciones" con "negocio".



GOLPE 1

Salida: que te descubran

Canal: TikTok orgánico + @el_golfista_de_tiktok.
Métrica: visualizaciones, retención y visitas al perfil.

GOLPE 2

Calle: que te crean

Canal: Instagram, reseñas, campos que avalan.
Métrica: seguidores y clics al enlace de descarga.

GOLPE 3

Green: que lo prueben

Canal: descarga y primera reserva con Basic.
Métrica: descargas, registros, 1.ª reserva.

GOLPE 4

Hoyo: que se queden

Canal: retargeting, comunidad, torneos.
Métrica: altas Member, CAC y permanencia.

Cuatro reglas que no se negocian

Caras antes que logos

Siempre hay una persona en pantalla en el primer segundo. El logo, al final o en el perfil.

Series antes que vídeos sueltos

Formatos reconocibles que la gente espera. Un vídeo suelto se olvida; una serie se sigue.

Orgánico primero, pago después

Solo se invierte dinero en vídeos que ya han demostrado que funcionan sin él.

Medir hasta la suscripción

Un "me gusta" no paga nóminas. El éxito se mide en Members y en lo que cuesta conseguirlos.

Siete series fijas.

Cada una vende una parte del club.

Ritmo propuesto: 5 vídeos a la semana en TikTok (3 series semanales y 2 quincenales), reciclados como Reels, más stories diarias en Instagram. Cada serie tiene una misión en el hoyo de la página anterior.

SERIE	QUÉ ES	RITMO	GOLPE	LLAMADA A LA ACCIÓN
¿Cuánto cuesta jugar en...?	El precio real de un campo de la red y cómo pagarlo menos con Teeup. Formato estrella de alcance.	Semanal	SALIDA	"Busca el campo en Teeup."
Socio sin ser socio	Una correspondencia explicada con un caso real: precio visitante frente a precio Member.	Quincenal	HOYO	"Hazte Member."
Pregúntale a la IA	Situaciones de reglas raras en el campo, resueltas con el chatbot en directo. Nadie más lo tiene.	Semanal	GREEN	"Descárgala antes de tu próxima vuelta."
Mi primer green fee	Personas que empiezan. Mitos fuera: precio, ropa, etiqueta, miedo a hacerlo mal.	Quincenal	SALIDA	"Tu primera reserva, gratis con Basic."
Reto: a un dígito	Un jugador real sigue un plan de Academy durante 6 meses. Episodios cortos de progreso.	Quincenal	CALLE	"Sigue el reto."
Partido Teeup	Tres desconocidos de la comunidad juegan juntos. Humor, nervios, resultado.	Quincenal	HOYO	"Encuentra partido en la app."
Campo escondido	Campos de la red que casi nadie conoce, en formato visual: POV, dron, hoyo firma.	Semanal	SALIDA	"Guárdalo para tu próxima escapada."

Quién sale en pantalla

Una cara fija de la marca (yo mismo, como golfista y creador), jugadores reales de la comunidad y, cuando se pueda, Pablo contando el porqué de Teeup. Los fundadores que dan la cara generan confianza.

Cómo se produce

Dos jornadas de grabación al mes en campos de la red, de las que salen 18–20 piezas. Edición en ciclos semanales, con IA para subtítulos, versiones y análisis de resultados.

Qué se decide cada lunes

Qué serie repite formato, cuál se ajusta y cuál se para. Las series no se defienden por gusto: se defienden con retención y con descargas.

Anatomía de un vídeo que se ve entero y convierte.

En TikTok la mitad de la batalla se gana o se pierde en los dos primeros segundos. Este es el esqueleto que seguirán todos los vídeos, con un ejemplo real de la serie estrella.

0-2 s
Gancho

2-8 s
Prueba visual

8-25 s
Valor: lo que aprendes o ahorras

Final
Una sola llamada a la acción

Duración objetivo: 20-35 segundos. Subtítulos siempre: buena parte del público ve los vídeos sin sonido.

GUION DE EJEMPLO · SERIE "¿CUÁNTO CUESTA JUGAR EN...?"

TIEMPO	IMAGEN	VOZ	TEXTO EN PANTALLA
0-2 s	Primer plano en el tee del 1, bola ya en el tee, campo detrás.	"¿Cuánto cuesta jugar aquí un sábado?"	¿CUÁNTO CUESTA JUGAR AQUÍ?
2-8 s	Corte a la tarifa oficial del campo y, sobre ella, la pantalla de Teeup con el precio.	"Tarifa de visitante: esto. Con Teeup: esto."	Precio tachado → precio Teeup
8-20 s	Tres planos rápidos: hoyo firma, green, casa club.	"Y además te devuelve crédito para la siguiente. Os explico cómo."	+ Tees para la próxima
20-28 s	Golpe de salida, bola en calle, reacción.	"¿Qué campo queréis que mire la semana que viene?"	Comenta el próximo campo 📌
Final	Móvil con la ficha del campo en Teeup.	"Lo tienes en Teeup. Enlace en el perfil."	Teeup · enlace en perfil

Por qué funciona

- **La pregunta del gancho es la que se hace todo el que empieza.** Casi nadie la responde en español con precios reales.
- **Pide un comentario, no un "me gusta".** Los comentarios dan ideas para el siguiente vídeo y son una señal de interés para el algoritmo.
- **Es una serie infinita.** 40+ campos en la red = 40+ episodios sin repetir, y cada campo lo comparte.

CONCEPTO CLAVE · RETENCIÓN

Retención es el porcentaje del vídeo que la gente ve antes de irse. Es la señal que más pesa para que TikTok enseñe un vídeo a más personas. Por eso no se empieza nunca con un logo ni con "hola, soy...": se empieza con la pregunta.

Regla práctica: si más de la mitad se va antes del segundo 3, el problema es el gancho, no el tema.

TikTok hace que te descubran. Instagram hace que te crean.

El recorrido real de un golfista es este: ve un vídeo en TikTok, le interesa, busca "Teeup" y aterriza en Instagram para comprobar si es de fiar. Instagram es el escaparate donde se decide la descarga.



golfteeup

Tu club de golf en el móvil 🏌️

Juega en 40+ campos a precio de socio sin ser socio.

Reserva en 3 clics · Correspondencias · IA de reglas

! Descarga gratis



Cómo va



Precios



Campos



Socio sin
serlo



Opiniones



Maqueta ilustrativa del perfil propuesto

1 · PERFIL QUE CONVIERTE

Biografía con la propuesta en una línea y enlace directo a la descarga. **Destacados fijos** que responden a las cinco dudas de cualquier nuevo usuario: cómo funciona, precios, campos, correspondencias y opiniones.

2 · CARRUSELES QUE SE GUARDAN

Guías útiles que la gente guarda y envía: "qué es un green fee", "campos por menos de 40 €", "cómo funciona una correspondencia". Teeup ya tiene un blog con este material: **cada artículo es un carrusel**.

3 · PUBLICACIONES CON LOS CAMPOS

Colaboraciones conjuntas con los campos de la red: el post aparece en los dos perfiles y llega a sus socios. Alcance prestado y aval al mismo tiempo.

4 · STORIES QUE CONVERSAN

Encuestas, preguntas y "¿dónde juegas este finde?" cada día. Lo que responden alimenta los vídeos de la semana siguiente.

CONCEPTO CLAVE · SISTEMA VISUAL

Un kit de plantillas con el naranja de Teeup, una tipografía y tres formatos fijos hace que un contenido se reconozca como "de Teeup" en un segundo, incluso antes de leer el nombre. Es lo que convierte publicaciones sueltas en marca.

Pagar solo por lo que ya ha demostrado que funciona.

La publicidad no sustituye al contenido: lo multiplica. Por eso el dinero entra por fases y cada escalón de inversión se desbloquea con un dato, no con una intuición.

FASE 1 · OCT-NOV

Aprender

- **Spark Ads** sobre los 3 mejores vídeos orgánicos de cada semana.
- Test de 3 públicos: golfistas activos, principiantes y viajeros de golf.
- Objetivo: coste por visita al perfil y por descarga.

FASE 2 · DIC-ENE

Escalar

- Campañas de **promoción de app** en TikTok y Meta optimizadas a registro y alta Member.
- Campaña "Regala un año de golf" y fin del precio de lanzamiento el 31/12.
- Propósitos de enero con Academy.

FASE 3 · FEB-MAR

Optimizar

- **Retargeting** a quien descargó y no se hizo Member.
- Públicos similares a los Members actuales.
- Campañas por región con los campos de la red antes de la primavera.

Tres escalones de inversión en medios

Presupuesto mensual orientativo, sin honorarios, repartido entre TikTok y Meta.



Regla para subir de escalón: el CAC por Member se mantiene en 15 € o menos durante dos semanas seguidas. Si no, se corrige antes de invertir más.

CONCEPTO CLAVE · SPARK ADS

Anunciar un vídeo que ya existe (vuestro o de mi cuenta) conservando sus "me gusta" y comentarios. **No parece un anuncio, parece contenido**, y aprovecha la prueba social que el vídeo ya tenía.

CONCEPTO CLAVE · MEDIR LA APP

Para saber qué vídeo trae Members hay que conectar las campañas con los eventos de la app: SDK de TikTok y Meta o un medidor de atribución (AppsFlyer, Adjust o Branch), más códigos propios por canal. **Es lo primero que se deja listo en octubre.**

CUÁNTO PODEMOS PAGAR POR UN MEMBER

≤ 15 €

Un Member mensual paga 12,99 €. Si se queda de media seis meses, deja unos **78 €**. Uno anual, **99 €** por adelantado. Pagar hasta 15 € por conseguirlo se recupera en el segundo mes o el primer día.

Cálculo ilustrativo. Se ajusta en la semana 1 con vuestra permanencia media real y el reparto mensual/anual.

Dos fundadores no pueden estar en todas partes. Un creador, los campos y TikTok Shop sí. Estas tres palancas multiplican el alcance sin multiplicar el coste fijo.

1 · EL CREADOR DE LA CASA

Empezad conmigo: @el_golfista_de_tiktok

No hace falta montar una red de influencers para arrancar: ya cuento campos de golf españoles y Teeup encaja ahí de forma natural.

- **Como creador, gratis mientras crecéis.** Cuando Teeup sea grande, nos sentamos y hablamos.
- **Lo único que os pediría:** unos meses de licencia Member, para usar la app de verdad y contarla desde dentro.
- **Y, si puede ser, unas TaylorMade Distance+ bien chulas** para los rodajes. Prometo perder las menos posibles.
- Mis mejores vídeos sobre Teeup pueden convertirse en **Spark Ads** desde mi propia cuenta.

2 · TIKTOK SHOP Y DIRECTOS

Vender dentro del vídeo

La tienda de Teeup y los productos de partners pueden estar a un toque del vídeo, sin salir de TikTok.

- **Merchandising y regalos** de la tienda, con foco en Navidad.
- **Un directo al mes:** por ejemplo, un fitting en vivo con Z1 Golf Academy respondiendo dudas.
- **Comisión solo por venta:** Teeup paga cuando se vende, no antes.

BONUS · PRENSA CON DATOS PROPIOS

Teeup tiene algo que ningún medio tiene: **datos reales de reservas y precios de golf en España**. Un informe breve al trimestre es noticia para medios generalistas y deportivos, y trae descargas. Me encargo de moverlo en prensa.

3 · LOS CAMPOS COMO COCREADORES

El marketing de Teeup también vende Teeup a los campos.

Cada campo de la red recibe vídeos profesionales de su campo, publicados en colaboración. A la mayoría no le llega el tiempo ni el presupuesto para hacerlo.

Resultado: un argumento más para que un campo nuevo diga que sí a Teeup. Además de jugadores, le lleváis visibilidad.



Seis meses, mes a mes.

El semestre coincide con tres momentos que empujan solos: el Open de España en octubre, el fin del precio de lanzamiento en diciembre y los propósitos de enero. El plan está construido alrededor de ellos.

MES	FOCO	CONTENIDO ESTRELLA	PAID Y ALIANZAS	HITO QUE MEDIMOS
Oct 2026	ARRANQUE	Kit visual, perfiles optimizados y las 7 series en marcha. Open de España (8-11 oct): "las reglas que viste en el Open, explicadas por la IA de Teeup", recreadas en un campo de la red, sin imágenes de la retransmisión.	Medición de la app lista. Fase 1: Spark Ads de prueba.	20 vídeos publicados y datos de partida medidos.
Nov	ESCALAR	Se repiten los formatos ganadores. Primeros campos cocreando. Black Friday: el anual a precio de lanzamiento.	Código propio activo en @el_golfista_de_tiktok.	Primer vídeo por encima de 100.000 visualizaciones.
Dic	URGENCIA	"El precio de lanzamiento se acaba el 31 de diciembre." "Regala un año de golf." Directo navideño con partners.	Fase 2: campañas de app optimizadas a alta Member. TikTok Shop en marcha.	Mes récord de altas Member.
Ene 2027	PROPÓSITOS	Arranca el reto "a un dígito en 2027" con Academy. Contenido de principiantes para quien regaló o recibió golf.	Retargeting a descargas que no son Member.	50 % del objetivo de seguidores.
Feb	COMUNIDAD	Primera quedada o torneo Teeup grabado de principio a fin. Más "Partido Teeup".	Fase 3: públicos similares a Members.	30 vídeos de usuarios y campos (UGC).
Mar	TEMPORADA	"Ruta de primavera" por regiones con los campos de la red. Primer informe de datos para prensa.	Campañas regionales. Informe final.	Objetivos de 6 meses y plan del 2.º semestre.

Semana 1

Auditoría de cuentas, datos de partida reales, medición de la app y objetivos recalibrados por escrito.

Día 45

Revisión a mitad del piloto: qué series se quedan, qué se para y si se sube de escalón de inversión.

Día 90

Punto de decisión: seguimos, ajustamos o paramos. Con números, no con sensaciones.

Tres niveles de objetivos.

El de arriba es el que manda.

Las visualizaciones son necesarias, pero no son el objetivo. Se miden los tres niveles y se ordenan por importancia: si el alcance sube y los Members no, algo está mal y se dice.

NIVEL 1 Negocio Lo que paga el plan	×2 descargas mensuales frente a septiembre de 2026	≤ 15 € coste de adquisición por Member de pago	↑ % de usuarios Basic que pasan a Member	100 % de altas con canal de origen identificado
NIVEL 2 Comunidad Lo que hace durar el crecimiento	18.000 seguidores en TikTok (±2.500)	31.500 seguidores en Instagram (±2.500)	30 vídeos creados por usuarios y campos	10 campos de la red cocreando
NIVEL 3 Alcance Lo que llena el embudo	3 M visualizaciones acumuladas en TikTok	1/mes vídeo por encima de 100.000 visualizaciones	120 vídeos publicados en el semestre	↑ retención media mes a mes

Objetivos de seguidores: estimación interna, sujeta a variaciones en una horquilla de ±2.500. El objetivo de descargas se ajusta en la semana 1 con los datos reales de partida de Teeup.

Cómo reporto

Cada lunes	Informe de una página: qué vídeos funcionaron, por qué, y qué se hace esta semana.
Cada mes	Reunión de 45 min: descargas, Members, CAC y tres decisiones: qué escalamos, qué ajustamos y qué paramos.
Siempre	Panel compartido con los datos en vivo. Sin cajas negras.

Qué necesito de Teeup

- Acceso a las cuentas de TikTok, Instagram y gestores de anuncios.
- Eventos de la app conectados: registro, reserva y alta Member.
- Dos jornadas de grabación al mes en campos de la red.
- Códigos promocionales para mi cuenta y las campañas.
- 30 minutos a la semana con Pablo.

Golfista, creador y especialista en paid media.

Lo normal es encontrar a alguien que sabe de golf o alguien que sabe de TikTok y publicidad. Esta propuesta junta las dos cosas en la misma persona.

Paid social

Experiencia gestionando estrategia y campañas en Meta, TikTok y X para cuentas nacionales de gran consumo, con equipo a cargo. Especializado en aplicar IA a la producción y optimización de campañas.

Golf de verdad

Golfista de hándicap de un dígito y socio de club. Conozco el campo, el reglamento y el perfil del jugador español desde dentro, no desde una presentación.

Creador

Detrás de **@el_golfista_de_tiktok**, un proyecto sobre campos de golf españoles en TikTok e Instagram. Pruebo cada semana qué funciona en golf en vertical, con mi propio dinero.

Estructura

Respaldo de **dimoma** para diseño, web y producción cuando el plan lo necesite, sin tener que contratar a otra agencia.

CÓMO TRABAJARÍAMOS

Piloto de 90 días

Tres meses con objetivos por escrito y revisión en el día 45. Si los números acompañan, seguimos con los tres siguientes.

Honorarios: fijo mensual más una parte variable ligada a las altas Member atribuidas. Lo concretamos en la reunión con vuestros datos delante.

Teeup nació en un campo de golf, entre dos golfistas. El siguiente nivel también se juega en el campo: con el móvil en vertical.



Diego

@el_golfista_de_tiktok
dimoma

Glosario y fuentes

Para que cualquier persona del equipo pueda leer este plan sin diccionario, y para que cada dato se pueda comprobar.

Glosario

CAC	Coste de adquisición: lo que cuesta en publicidad conseguir un cliente de pago.
LTV	Valor de vida del cliente: lo que deja un Member durante todo el tiempo que se queda.
Retención	Porcentaje de un vídeo que se ve antes de abandonarlo. La señal que más pesa en TikTok.
Spark Ads	Anuncios de TikTok hechos con un vídeo orgánico que ya existe, propio o de un creador.
UGC	Contenido generado por usuarios: vídeos que publican jugadores o campos, no la marca.
Retargeting	Enseñar anuncios a quien ya interactuó con Teeup, por ejemplo quien descargó y no pagó.
Público similar	Personas con un perfil parecido al de los Members actuales, detectadas por la plataforma.
Atribución	Saber qué campaña, vídeo o creador trajo cada descarga y cada alta.
Embudo	El recorrido de desconocido a cliente. Aquí, el hoyo en cuatro golpes.

Fuentes

IAB Spain · Elogia, Estudio de Redes Sociales 2026 (mayo 2026): tiempo de uso por plataforma, penetración de TikTok por generación, seguimiento de marcas e influencers.

Real Federación Española de Golf, recuento oficial de licencias a 31/12/2025: 317.155 federados, crecimiento anual 2019–2025 y distribución por edad.

teeup.es: páginas "Nosotros" y "Members" y comparativa de apps de golf (marzo 2026): funcionalidades, planes, precios y trayectoria.

TikTok Shop España: lanzamiento en diciembre de 2024 (cobertura de prensa especializada).

Open de España 2026: 8–11 de octubre, Club de Campo Villa de Madrid (esMadrid).

Detección propia (sept. 2026): campos de golf españoles con TikTok activo.

Presupuestos, CAC objetivo y cálculos de valor por Member son estimaciones de trabajo para arrancar. Se sustituyen por datos reales de Teeup en la semana 1.

SIGUIENTE PASO

Reunión de 45 minutos para arrancar en octubre.



@el_golfista_de_tiktok
dimoma