

Curso gratis de *dropshipping orgánico* con TikTok

6 h 12 min · 9 módulos · publicado en septiembre de 2024 · imparte: Marc Verdú, Adrián Sáenz

Vídeo completo y gratis: <https://www.youtube.com/watch?v=ETe3UdWJr0I> · Página del curso:

<https://skilio.com/cursos-gratis/dropshipping-organico/>

Este curso gratis de dropshipping orgánico enseña a vender en una tienda de Shopify con vídeos en TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts, sin pagar publicidad. Lo imparte Marc Verdú en el canal de Adrián Sáenz. Dura 6 horas y 12 minutos: redes sociales, grabación, producto, tienda, cobros y gestión de pedidos.

Qué aprenderás

- **Entender el algoritmo de las redes.** Por qué TikTok, Instagram y YouTube premian la retención y qué errores frenan una cuenta nueva.
- **Una cuenta con aspecto de marca.** Nombre, foto de perfil, biografía y unos días de calentamiento antes de publicar el primer vídeo.
- **Grabar y editar vídeos que retienen.** Luz, zona segura, fondos que conectan con el cliente, edición sin relleno, texto, voz y música.
- **Encontrar productos con efecto sorpresa.** Varias estrategias para dar con productos que llaman la atención y cómo elegir proveedor en AliExpress.
- **Montar la tienda en Shopify.** Página de producto con infografías, precio, logo, colores, envío gratis, páginas legales y reseñas reales.
- **Gestionar pedidos y devoluciones.** Qué hacer cuando entra una venta: comprar al proveedor, revisar la dirección, detectar fraudes y resolver devoluciones.

Temario, con el minuto de cada módulo

1. Introducción

Marc Verdú vende en sus tiendas con vídeos en redes sociales. Explica el dropshipping con un ejemplo: alguien te compra un producto, tú lo compras en AliExpress con sus datos y el proveedor se lo envía sin pasar por ti. Cuenta que en otros modelos de negocio perdió dinero por falta de conocimiento y que por eso apuesta por uno que no exige invertir ni en stock ni en publicidad. Asegura que lo explica todo, sin dejar partes para que tengas que pagarlas en otro sitio.

11:02 2. Cómo vamos a ganar dinero

El orden del curso: primero entender las redes y después buscar productos. Las redes sociales viven de tener usuarios activos, así que impulsan los vídeos que la gente ve enteros; la retención es lo que más importa y luego la interacción, con más peso para los comentarios y los compartidos que para los «me gusta». Entre los errores frecuentes están borrar cuentas o usar la misma en varios dispositivos. Recomienda subir tres vídeos al día, mejor a las horas de más uso. La cuenta lleva un nombre que suene a marca, una foto de perfil hecha en Canva, la biografía y unos días de calentamiento usando la app con normalidad.

57:54 3. Cómo conseguir tráfico orgánico

Es el corazón del curso. El producto es una consola retro y Marc explica cada decisión. Da igual con qué cámara se grabe, pero se edita dentro de la propia app. La luz debe ser buena y sin sombras, el producto y el texto van en la zona segura del centro de la pantalla y el fondo tiene que conectar con el cliente ideal. Cada cosa se enseña una sola vez para no aburrir. Añade hashtags, la voz se genera a partir del texto y evita mensajes promocionales que la red castiga. Termina con su método para saber dónde se va la gente y corregir el siguiente vídeo.

03:04:41 4. Cómo elegir el producto que vamos a vender

Para Marc, todo producto debe tener efecto sorpresa: que al verlo llame la atención. Sus fuentes: entrenar el algoritmo de TikTok viendo vídeos de productos hasta el final, buscar en la biblioteca de anuncios de Meta con el filtro de Estados Unidos, explorar AliExpress, buscar variantes nuevas de productos que ya funcionaron y revisar qué otros productos venden los proveedores con muchas ventas. Para el proveedor: una valoración de la tienda de entre el 93 % y el 98 %, más de un año de antigüedad, buenas reseñas del producto, tiempos de envío según el país y precios tachados que solo son un gancho.

03:51:53 5. Cómo crear una cuenta en Shopify

La cuenta se crea con el país donde tienes tus datos. El plan básico es suficiente para empezar; el plan Starter no deja modificar la tienda. En la grabación, de 2024, el primer mes costaba 1 euro; el precio actual está en la página de precios de Shopify. Hay que comprobar que la facturación no esté en modo anual, porque entonces se cobra el año entero de golpe y deja de ser 1 euro. Termina cambiando el idioma del panel de control.

03:59:29 6. Cómo añadir el producto

Antes de diseñar la tienda, Marc crea el producto. Si las infografías del proveedor están en inglés, las busca en español o las rehace en Canva, para que la información visual se entienda. Descarga las imágenes de AliExpress y las vuelve a exportar desde Canva. Su regla de precio: si el producto cuesta entre 10 y 30, de entrada lo pone al doble y luego ajusta según cómo se venda; en productos muy baratos o muy caros, adapta el margen con sentido común.

04:19:30 7. Cómo diseñar la tienda online

Marc elige los colores según el producto y lo que transmite cada uno, y crea un logo sencillo en Canva con los mismos tonos de la web. En la página de producto añade filas desplegables con envío gratis y asegurado, garantía de devolución y un descuento por tiempo limitado, porque el cliente quiere tener esa información a mano. Aconseja desactivar la renovación del dominio si no lo vas a seguir usando. Crea el menú y las páginas legales en pocos minutos y añade reseñas con una app, importando opiniones reales del producto sin inventarlas.

05:11:46 8. Cómo empezar a recibir pagos

Sin mercados y tarifas de envío no se puede vender. El envío es gratis y asegurado, sin poner días en el nombre porque baja la conversión. Cobros: Shopify Payments donde está disponible y, en los países de Latinoamérica donde no lo está, alternativas como Mercado Pago. Rellena los datos del negocio. Para poner el enlace en el perfil de TikTok, en la grabación hacía falta llegar a 1.000 seguidores, así que mientras tanto se escribe el dominio en la biografía. Enseña también su propia tienda, conectada a su cuenta.

05:40:53 9. Qué hacer cuando recibes tu primera venta

Cuando entra una venta, compras el producto en AliExpress con los datos del cliente y el proveedor se lo envía. Marc recuerda que antes necesitas una unidad para grabar los vídeos. Recomienda revisar las direcciones antes de hacer el pedido, distinguir los pedidos de riesgo según el aviso de Shopify, cancelar y reembolsar los sospechosos de más de una unidad y responder con pruebas de envío a los contracargos. Explica quién paga el envío en cada caso y que el cliente tiene derecho a devolver dentro del plazo legal (en la Unión Europea, lo explica la página oficial sobre el derecho de desistimiento). Cierra pidiendo constancia: el modelo funciona, pero no es fácil.

Preguntas frecuentes

¿Qué es el dropshipping orgánico?

Es hacer dropshipping sin pagar publicidad: consigues las visitas de tu tienda con vídeos en TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts. En este curso gratis de dropshipping orgánico, Marc Verdú explica que el modelo evita dos inversiones: el stock, porque el proveedor envía el producto al cliente, y los anuncios, porque las visitas llegan gracias al contenido.

¿Se puede hacer dropshipping sin invertir dinero?

Sin pagar publicidad, sí; sin ningún gasto, no. El método orgánico ahorra el presupuesto de anuncios, pero el curso cuenta con un plan de pago de Shopify, un dominio, una app de reseñas y una unidad del producto para grabar los vídeos. En la grabación, de 2024, el primer mes de Shopify costaba 1 euro; consulta el precio actual en la página de precios de Shopify. Lo que más pide este modelo es tiempo y constancia.

¿Cómo hacer dropshipping con TikTok sin pagar anuncios?

Marc Verdú recomienda crear una cuenta con aspecto de marca, calentarla unos días y subir tres vídeos al día del producto. Cada vídeo tiene que retener: buena luz, producto y texto en la zona segura, un fondo que conecte con el cliente y nada de relleno. El mismo vídeo se sube también a Instagram Reels y YouTube Shorts, y el enlace a la tienda va en el perfil.

¿Cuántos vídeos hay que subir al día?

Marc Verdú recomienda tres vídeos al día, mejor a las horas de más uso, como el desayuno, la comida y la cena. Con uno solo tienes menos oportunidades de que alguno funcione. Además, explica que lo importante no son los seguidores, sino que la gente vea el vídeo entero, y enseña a detectar el fallo cuando un vídeo se queda en pocas visitas.

¿Qué productos funcionan para dropshipping orgánico?

Los que tienen efecto sorpresa: al verlos en un vídeo llaman la atención y despiertan curiosidad. Además, tienen que poder grabarse bien y conectar con un cliente ideal claro. En el curso, Marc usa como ejemplo una consola retro con miles de juegos y enseña varias formas de encontrar productos, desde el propio TikTok hasta la biblioteca de anuncios de Meta y AliExpress.

¿Necesito tener el producto para hacer los vídeos?

Sí. Marc Verdú insiste en que tienes que pedir al menos una unidad al proveedor para grabarla. Los vídeos sacados de otras cuentas o del propio proveedor no funcionan, porque las redes quieren contenido original y no impulsan lo reciclado. Grabar tu propio vídeo, con tu fondo y tu estilo, es lo que lo hace original.

Glosario

Dropshipping orgánico

Dropshipping en el que las visitas de la tienda llegan con vídeos en redes sociales, sin pagar publicidad.

Retención

Cuánto tiempo de un vídeo ve la gente. Las redes sociales muestran más los vídeos que se ven hasta el final.

Interacción

Comentarios, compartidos y «me gusta» de un vídeo. Según el curso, comentarios y compartidos pesan más.

Zona segura

Parte central de la pantalla, que es donde mira la gente. Según el curso, ahí deben ir el producto y el texto.

Calentar la cuenta

Usar una cuenta nueva con normalidad durante unos días antes de publicar, para que la red no la vea como sospechosa.

Efecto sorpresa

Lo que hace que un producto llame la atención nada más verlo en un vídeo. En el curso se le llama efecto wow.

Infografía

Imagen que explica una característica del producto con texto y dibujos, en el idioma de tu cliente.

Texto a voz

Función de la app que lee en voz alta el texto del vídeo, para que la gente no tenga que leerlo.

Contracargo

Reclamación que hace un cliente a su banco para que le devuelvan un pago. Se responde con pruebas del envío.

Shopify Payments

Sistema de cobro con tarjeta de Shopify. No está disponible en todos los países de Latinoamérica.

Curso gratis del canal de YouTube de Adrián Sáenz · Skilio. Míralo completo, con el índice para saltar a cada módulo, en <https://skilio.com/cursos-gratis/dropshipping-organico/>