Curso gratis de *Skool*: cómo vender sin publicidad

2 h 9 min · 7 módulos · publicado en febrero de 2026 · imparte: Mateo Jiménez, Adrián Sáenz
Vídeo completo y gratis: https://www.youtube.com/watch?v=HyCfSbX6MNs · Página del curso: https://skilio.com/cursos-gratis/vender-en-skool/

Este curso gratis enseña cómo vender en Skool una comunidad de pago sin invertir en publicidad. Lo imparte Mateo Jiménez, que crea y lanza comunidades de Skool para otras personas. Dura 2 horas y 9 minutos: diseño de la oferta, creación de la comunidad, prelanzamiento con lista de espera y lanzamiento oficial.

Qué aprenderás

- **Diseñar una oferta que se venda.** Hacer un estudio de mercado con un formulario y definir un cliente ideal concreto y una propuesta diferente.
- **Montar la comunidad en Skool.** Crearla desde cero, elegir plan y configurar precios, bienvenida, Classroom y calendario.
- **Preparar una about page.** Grabar el vídeo de presentación y escribir una descripción con fecha de cierre y todo lo que incluye.
- **Calentar a tu lista de espera.** Usar un grupo de WhatsApp y tus redes para preparar a la gente antes de abrir la comunidad.
- **Hacer un directo de venta.** Seguir una estructura por minutos para presentar la comunidad y resolver dudas en directo.
- **Repetir lanzamientos.** Planificar el prelanzamiento, el lanzamiento oficial y las siguientes aperturas para seguir sumando miembros.

Temario, con el minuto de cada módulo

00:00 1. Introducción

Las comunidades que muestra Adrián van de guitarra, póker, caligrafía o calistenia a Forex para mujeres, y explica que cualquiera puede crear la suya. Mateo llevaba, en la grabación, unos dos años creando y optimizando comunidades de Skool para otras personas. El curso es gratis.

01:22 2. Qué es Skool y el plan del curso

El método es fruto de dos o tres años lanzando comunidades de Skool por prueba y error, y todo el curso lo explica con ejemplos de sus clientes.

02:53 **3. Cómo vas a ganar dinero: el MRR y tu oferta**

Skool funciona con suscripciones, y el MRR (ingresos recurrentes mensuales) hace que cada mes empieces donde lo dejaste. Mateo deja claro que no necesitas muchos seguidores: importa más que sean de calidad. Para diseñar la oferta propone un estudio de mercado: un lead magnet, es decir, algo gratis de valor, a cambio de rellenar un formulario en Tally o Google Forms que termina en un grupo de WhatsApp, tu lista de espera. Con las respuestas defines a tu avatar, su situación actual y lo que quiere conseguir; cuanto más específico, mejor. Cierra con la nueva oportunidad, la diferenciación y el nombre de tu método.

37:42 **4. Crear la comunidad y elegir el plan de Skool**

Empieza la segunda fase, el producto. Mateo configurará dinámicas, contenido, mapa, leaderboard y ajustes, para dejar un producto mínimo viable, una primera versión suficiente para lanzar. En la grabación, de febrero de 2026, Skool tenía dos planes: uno de 9 dólares al mes, con un 10 % de comisión sobre lo que cobras, y otro de 99 dólares al mes, con un 2,9 %. Recomienda empezar con el de 9 y pasar al de 99 antes del prelanzamiento, porque la diferencia de comisión compensa en cuanto vendes. Termina activando la prueba gratuita para crear la comunidad.

41:12 **5. Cómo mejorar tu comunidad de Skool**

Mateo pone logo, portada y descripción, revisa los pagos, que Skool retiene unos días antes de enviarlos a tu banco, y explica que es Skool quien envía las facturas a tus miembros. En precios recomienda dos niveles: uno estándar solo mensual y uno premium solo anual, con más ventajas. Deja la prueba gratuita para más adelante y repasa el programa de afiliados, las preguntas de acceso, los niveles por actividad y el mensaje automático de bienvenida. Añade un vídeo de bienvenida y otro para quien quiere darse de baja. El Classroom se organiza en módulos que se desbloquean por plan o con el tiempo.

01:22:31 **6. Cómo hacer un lanzamiento**

La about page sustituye a una web de venta: un vídeo de 5 a 10 minutos que enseña la comunidad por dentro, fotos de apoyo y una descripción con la fecha de cierre y todo lo que incluye. Según Mateo, pesa poco en la decisión; lo que más influye es el calentamiento, es decir, preparar a tu lista de espera de WhatsApp y a tus seguidores durante al menos 20 días contando por qué lanzas y cómo construyes la comunidad, y después el directo de venta. Propone abrir con un producto mínimo y una escalera de precios: precio real, precio de lanzamiento y un precio de fundador aún más bajo. El lanzamiento oficial repite el proceso anunciándolo a toda tu audiencia.

02:05:13 **7. Próximos pasos**

Los nuevos lanzamientos, cada dos o tres meses, no requieren rehacer la oferta ni el producto. Al subir el precio, quien ya está dentro conserva el suyo y tiene un motivo para quedarse. Mateo cuenta que hasta cierto tamaño se puede gestionar solo, con ayuda de uno o dos editores, y que después hace falta alguien que modere la comunidad. Cada nueva ronda necesita contenido que atraiga gente; para eso, el canal tiene un curso sobre cómo hacer contenido viral.

Preguntas frecuentes

¿Cómo vender en Skool si estoy empezando?
Siguiendo las cuatro fases que propone el curso: diseñar una oferta a partir de un estudio de mercado, crear la comunidad como producto, hacer un prelanzamiento con tu lista de espera y, después, un lanzamiento oficial abierto a toda tu audiencia. Mateo Jiménez insiste en no saltarse las dos primeras: sin una buena oferta no vendes, y sin un buen producto la gente se da de baja.

¿Cómo se cobra en Skool?
Pones el precio en los ajustes de la comunidad y los miembros pagan dentro de Skool. Según explica Mateo, Skool retiene los pagos unos días antes de enviarlos a tu cuenta de banco, así que el dinero no llega al momento. También es Skool quien envía las facturas a las personas que te pagan. Para los precios, Mateo recomienda dos niveles: uno estándar solo mensual y uno premium solo anual.

¿Cuánto cobra Skool de comisión?
En la grabación, de febrero de 2026, Skool tenía un plan de 9 dólares al mes que se quedaba un 10 % de lo que cobras y otro de 99 dólares al mes con un 2,9 %; los precios pueden cambiar. Lo tienes con más detalle en cuánto cobra Skool de comisión.

¿Necesito muchos seguidores para vender en Skool?
No. Mateo explica que no es imprescindible tener muchos seguidores y que importa más su calidad que su número. Incluso con pocos puedes hacer un prelanzamiento con tu lista de espera, y si no creas contenido puedes aplicar el método ayudando a otra persona con marca personal a lanzar su comunidad. Lo que sí hace falta es conocer bien a tu cliente ideal gracias al estudio de mercado.

¿Qué es un prelanzamiento?
Es una primera apertura de la comunidad, pequeña y con un precio especial, para que entren los primeros miembros antes del lanzamiento oficial. En el curso tiene tres piezas: la about page, el calentamiento de tu lista de espera y un directo de venta. Según Mateo, su objetivo no es ganar mucho dinero, sino meter a unas pocas personas que ayuden a dar forma a la comunidad.

¿Qué poner en la about page de Skool?
Mateo recomienda un vídeo principal de 5 a 10 minutos que enseñe la comunidad por dentro, explique quién eres y por qué funciona y cierre con los próximos pasos. Al lado, fotos de apoyo como testimonios o capturas de logros, y una descripción con la fecha hasta la que está abierta, el beneficio principal y todo lo que incluye. Aun así, para él pesa menos que el calentamiento y el directo.

Glosario

MRR
Ingresos recurrentes mensuales: lo que cobras cada mes por las suscripciones activas de tu comunidad.

Lead magnet
Recurso gratuito que ofreces a cambio de algo, por ejemplo de rellenar un formulario.

Lista de espera
Grupo de personas interesadas, en el curso un grupo de WhatsApp, a las que avisas antes de abrir la comunidad.

Avatar

Cliente ideal: la persona concreta a la que va dirigida tu comunidad, con su situación actual y lo que quiere conseguir.

Producto mínimo viable (MVP)
Primera versión de la comunidad, suficiente para abrirla y mejorarla con los primeros miembros.

Prelanzamiento
Primera apertura, pequeña y con precio especial, antes del lanzamiento oficial.

Calentamiento
Contenido que publicas antes de abrir la comunidad para generar interés y confianza.

About page
Página de presentación de una comunidad de Skool que ve quien aún no es miembro: vídeo, fotos y descripción.

Tier
Nivel de precio de una comunidad de Skool, por ejemplo estándar mensual y premium anual.

Miembros fundadores
Primeras personas que entran en el prelanzamiento, normalmente con el precio más bajo.