



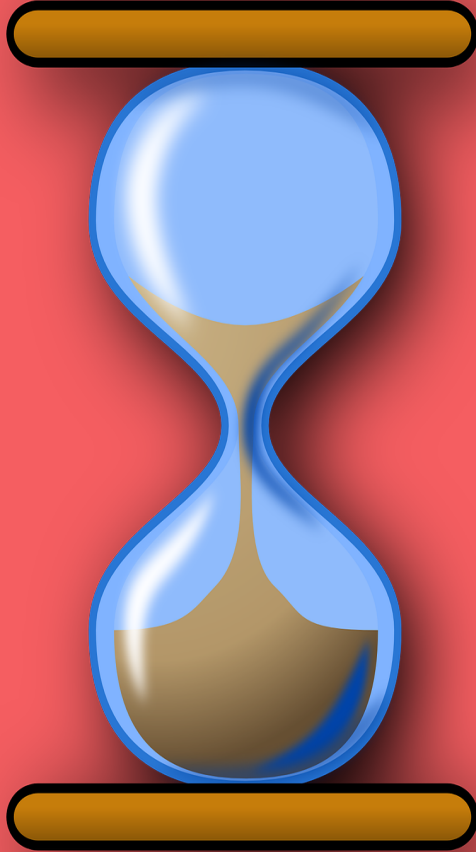
La magia del copywriting

Cómo escribir textos para tu web, blog o
email, que emocionen y conviertan



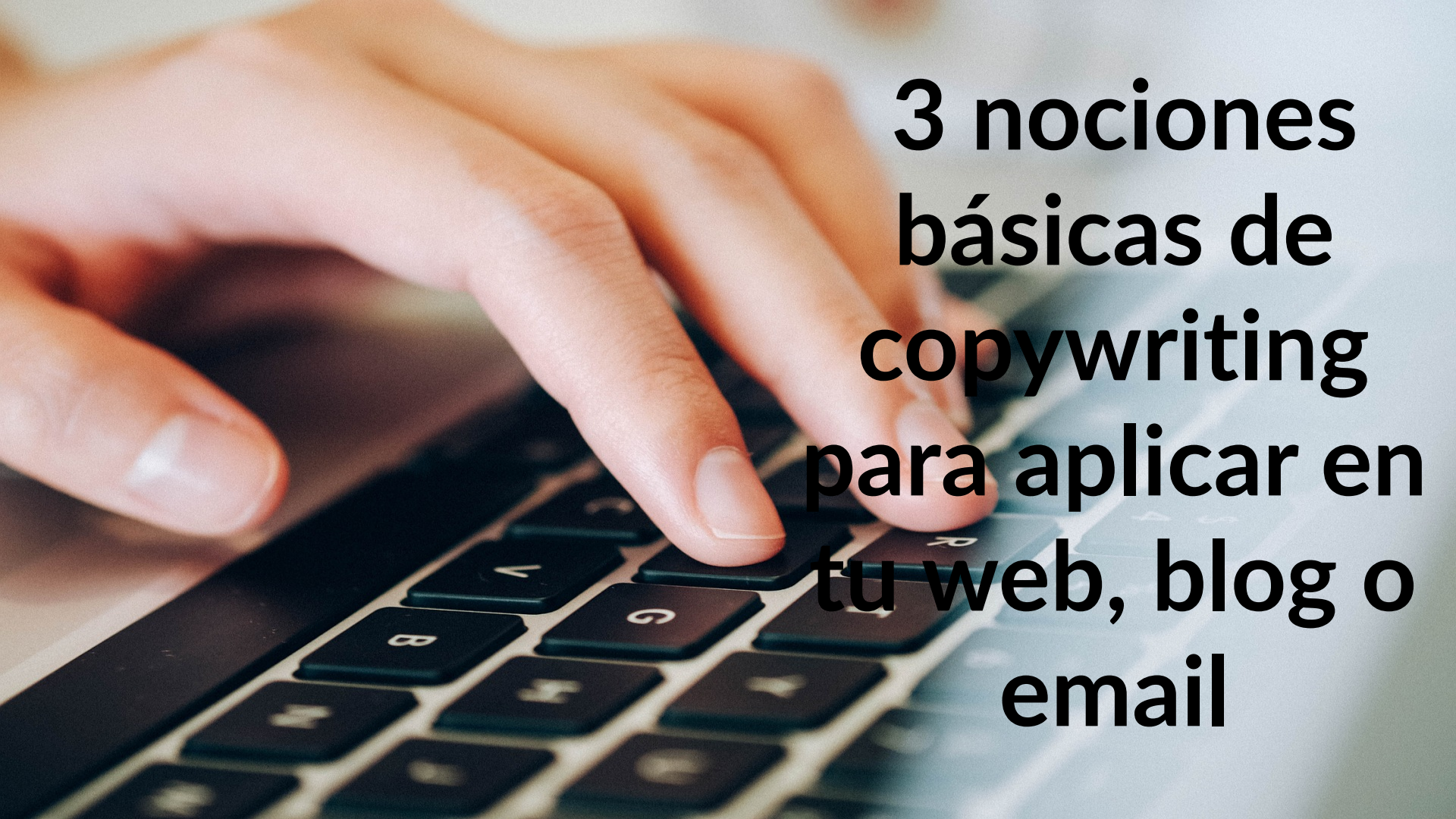
Ich habe dasselbe geschrieben, nur mit anderen Worten.

MENOS DE 10 SEGUNDOS



- **Diseño:** limpia, navegable y fácil de entender
- **Imagen:** potente y que atraiga la atención de tus visitas
- **COPYWRITING:** utilizar las palabras adecuadas para persuadir a tu potencial cliente

Piensa cómo lo vas a decir



**3 nociones
básicas de
copywriting
para aplicar en
tu web, blog o
email**



“El copywriting es una conversación directa con el consumidor”
(Shirley Polykoff)

- Habla a tu lector como si lo tuvieras delante
- Mantén una conversación con él
- Explícale en qué le vas a ayudar y de qué manera
- Háblale de ti



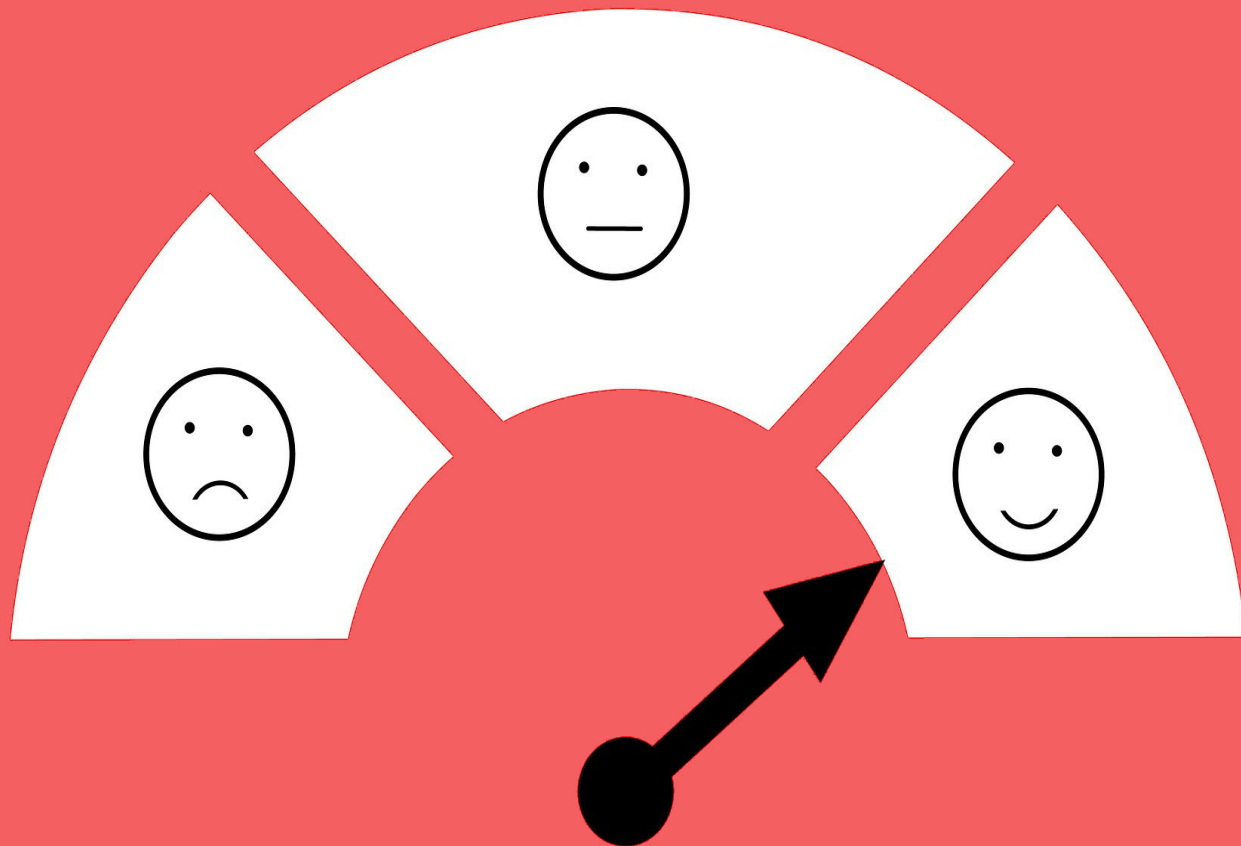
“De media se lee 5 veces más el titular que el cuerpo de un texto”
(David Ogilvy)

- Un buen titular supone el 80% del trabajo de una venta.
- Si el titular no les atrae, no seguirán leyendo el resto



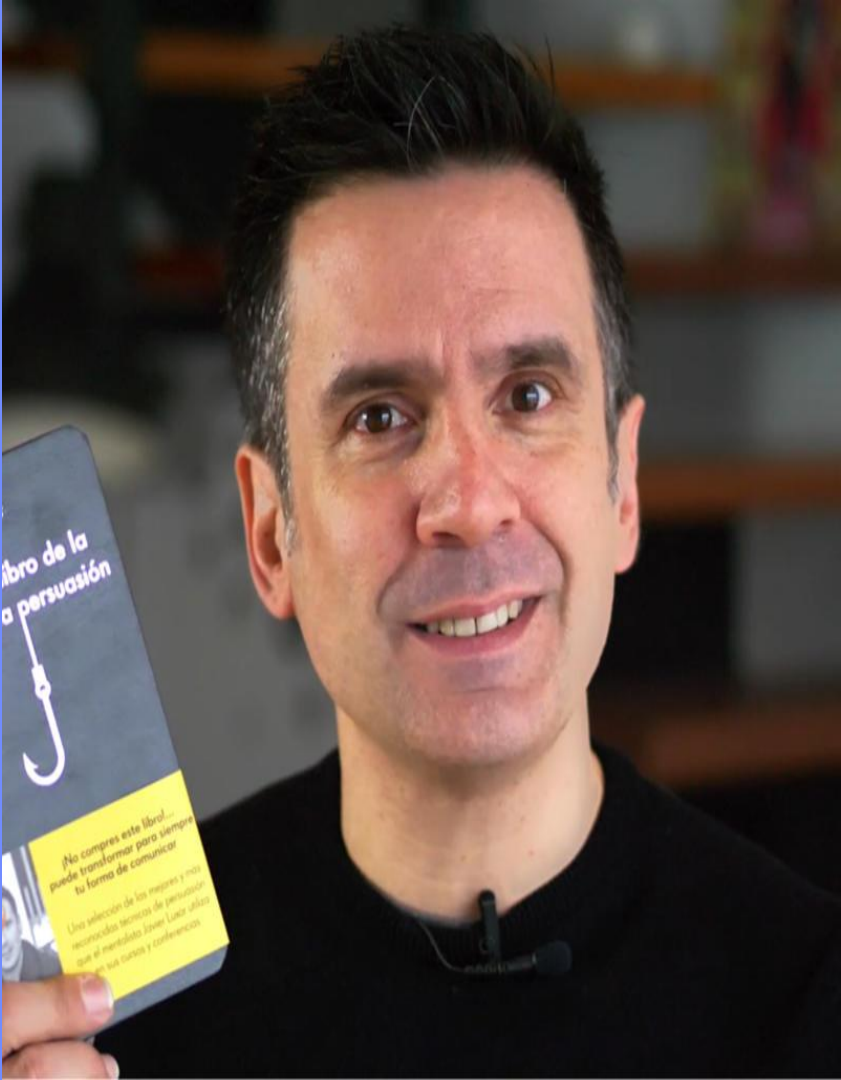
NO MIENTAS

- **Generas**
desconfianza
- **Pierdes**
credibilidad
- **Pierdes**
clientes y
ventas



PERSUADIR Y
EMOCIONAR

el secreto del
copywriting



PERSUASIÓN VS MANIPULACIÓN

“Persuadir es utilizar la palabra para cambiar la actitud o comportamiento de una persona, **de manera ética**.

Utiliza la palabra de una forma natural y honesta, en un diálogo **donde la otra persona y tu ganáis**.

Cuando no usas la persuasión de forma ética, **eso es manipulación**. Las técnicas son las mismas, **la diferencia está en tus valores**”

(Javier Luxor, libro “El noble arte de la persuasión”)



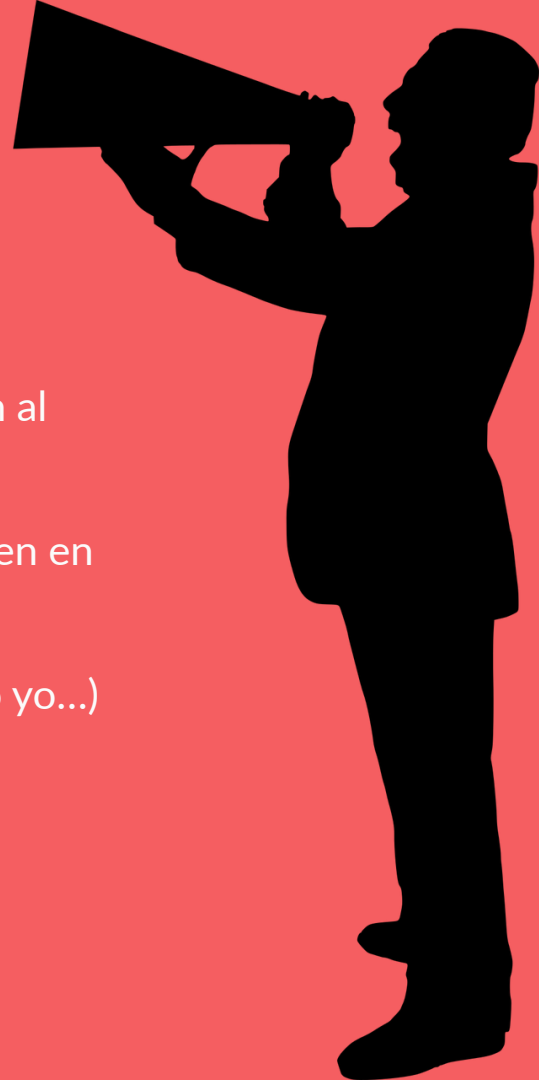
- El neuromarketing ha demostrado que entre el 85 y 95% de las decisiones de compra son emocionales.
- Para que alguien se interese por ti, te siga y, finalmente compre, tiene que haber un estímulo relacionado con sus emociones

**“Conquistar al cliente implica atraerlo y fidelizarlo. Enamorarlo. Hacerle vivir una experiencia a través de las palabras”
(Rosa Morel - Copywriter)**

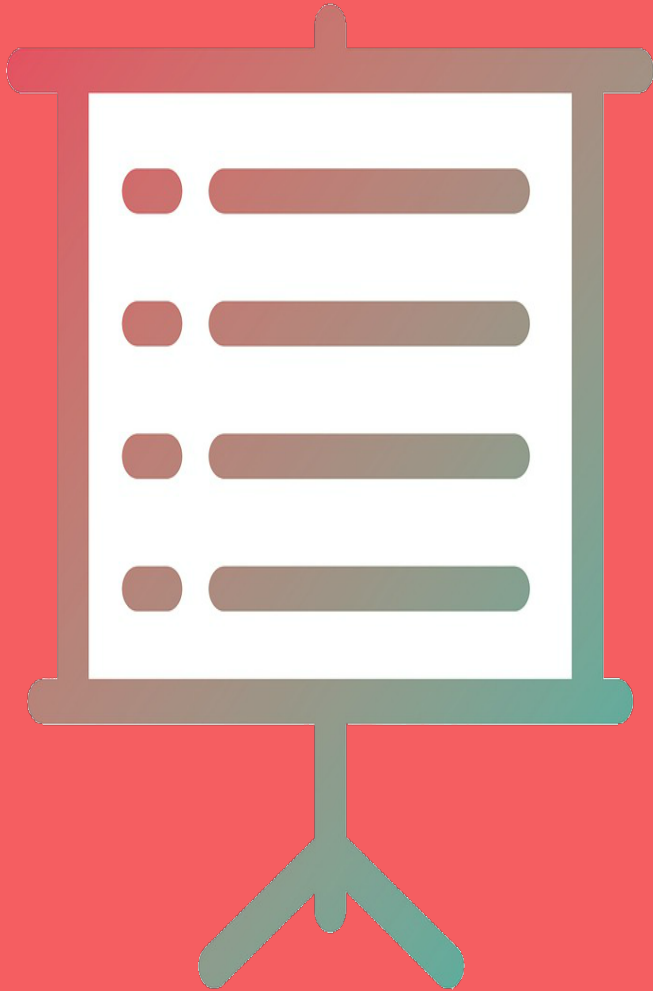
- **Llama su atención.** Por ejemplo, con un caso real.
- **Dale la solución.** Tu producto o servicio y sus beneficios.
- **Recordatorio.** Sobre por qué lo necesita

Titulares que venden

- **Breves y claros:** 65 caracteres o entre 6 y 8 palabras. Que vayan al grano.
- **Positivos:** agradan más a la mente. O negativos que se convierten en positivos..
- **Cifras:** los números son tus amigos (aunque seas de letras como yo...)



El cuerpo del texto



- **Problema:** el ser humano se mueve por emociones y la más fuerte es el miedo .
- **Solución:** hálbale de los beneficios de tu servicio o producto y de cómo le ayuda
- **Preséntate:** para que te conozca

TERMINA CON UNA LLAMADA A LA ACCIÓN

Redactora.net
PERIODISTA & COMMUNITY MANAGER



<http://redactora.net/>

¿Hablamos?

info@redactora.net

ESKERRIK ASKO!

¡MUCHAS GRACIAS!

MERCI BEAUCOUP!

¿Preguntas?