

Imagen Corporativa

Copywriting

Vídeo 3



Marketing Espiritual
por Mundo Pránico

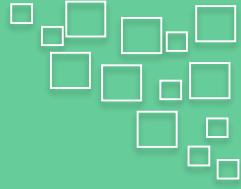
Bienvenid@

Por favor,
pon tu Teléfono en Silencio



Y desconéctate de
las redes sociales y
de las distracciones





¿Qué veremos?

1. Qué es el Copywriting
2. Aspectos importantes a tener en cuenta
 - I. Tono
 - II. Discurso
3. Escritura digital
 - I. Técnicas de escritura y lectura fácil



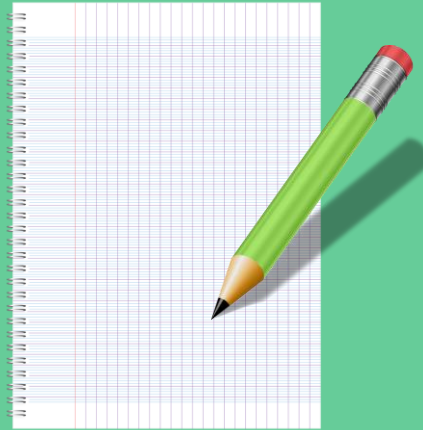
Qué es el copywriting



Definición de Copywriting

- Según Joseph Sugarman

“Escritura persuasiva a través las palabras adecuadas con el objetivo de que nuestros clientes potenciales se sientan identificados con nuestro servicio o producto”



Definición de Copywriting

- Persuadir **NO** significa Vender
- Persuadir **NO** significa Manipular
- El arte de persuadir es utilizar las palabras correctas para conectar con tu cliente ideal



“Recuerda la 3ª Ley del Marketing Espiritual: los Valores de tu Empresa y la Honestidad”



El copywriting y las ventas

- Incrementar tus ventas
- Conseguir nuevos clientes “ideales”
- Lograr atraer a clientes potenciales “de manera natural”
- El copywriting crea ese enlace

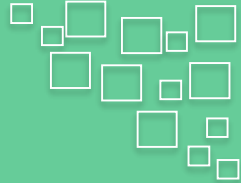


Importancia del Copywriting

- Diferenciación
- Generar nuevas propuestas de valor
- Necesidad de los clientes de recibir información más “personal”
- El copywriting está estrechamente relacionado con el “Inbound Marketing”



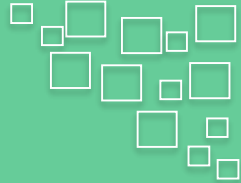
Importancia del Copywriting



“El copywriting se basa en tus personas favoritas: tus clientes ideales”



Importancia del Copywriting



Utiliza tu cuestionario sobre “Cliente Ideal”

Tenlo siempre a mano al momento de redactar tus textos

Recuerda que te estarás dirigiendo a esa persona en particular



Importancia del Copywriting

- El copywriting se aplica a las páginas Web, artículos de blog, boletines, campañas de e-mail marketing, anuncios publicitarios

BLOG



Aspectos importantes



El tono

- Utiliza un tono conversacional
- Imagina que tienes a tu cliente ideal delante de ti
- Muestra un lado más humano y **personal**
- Dirígete a tu cliente utilizando “tú” o “usted”

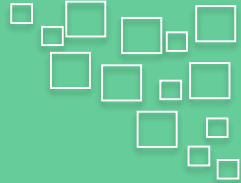


Incitar a la curiosidad

- Los humanos somos curiosos por naturaleza
- Despertar la curiosidad en el lector es uno de los puntos clave
- *La curiosidad debe aplicarse tanto en el titular como en los primeros párrafos de tu texto*
- Joseph Sugarman nos habla de las “semillas de la curiosidad”



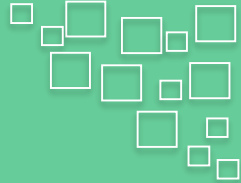
Semillas de la curiosidad de Joe Sugarman



- Por ejemplo:
- *Te cuento.*
- *Te explico.*
- *Deja que te explique.*
- *Por favor, céntrate en lo que voy a decirte.*
- *Sigue leyendo para averiguarlo.*



Semillas de la curiosidad de Joe Sugarman



- Cierra el párrafo con alguna pregunta:
 - ¿Por qué digo esto?
 - ¿Qué significa esto para ti?
 - ¿Por qué debería preocuparte?



Semillas de la curiosidad de Joe Sugarman

- Sugiere un beneficio o una solución
- Puedes probar los siguientes ejemplos:
 - *Es más fácil de lo que piensas.*
 - *Aquí está el secreto:*
 - *Pero, existe una solución.*



El discurso



El discurso se refiere a la manera en que te diriges a tu lector

Debe ser coherente con tu marca, tu tono así como el tipo de documento que estés preparando

El tipo de discurso es diferente en una página de ventas, un e-mail, un boletín o un artículo de blog



Escritura digital



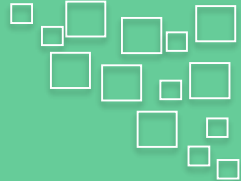
Técnicas para facilitar la lectura

- Define claramente el objetivo del texto
- Ten presente la diferencia de estilo y de longitud entre los textos:
 - Artículos de blog
 - Página Web
 - E-mail
 - Campañas publicitarias

BLOG



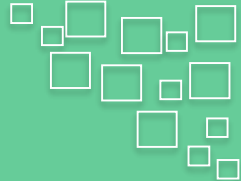
Técnicas para facilitar la lectura



- 1 Utiliza un lenguaje sencillo, claro y comprensible
- 2 De manera general usa de párrafos cortos, máximo 3 líneas
- 3 Para artículos de blogs, se recomienda evitar más de 25/30 palabras seguidas
- 4 Combina frases cortas con frases más largas y de longitud media
- 5 Deja un espacio doble entre párrafo y párrafo
- 6 Utiliza las negritas para resaltar aspectos importantes



Técnicas para facilitar la lectura



- 7 Haz que tu texto sea más “escaneable”
- 8 Utiliza viñetas
- 9 Inserta imágenes atractivas y relacionadas con el tema para captar la atención de tu cliente ideal
- 10 Suprime párrafos repetitivos o innecesarios
- 11 Evitar el subjuntivo, la voz pasiva, caracteres especiales y columnas



Resumen del Módulo:

1. Definición Copywriting: escritura persuasiva en positivo
2. Escribes para tu cliente ideal, utiliza la empatía
3. La importancia de la honestidad en el copywriting
4. Tono y discurso deben ser personales y acorde a lo que estás transmitiendo
5. Habla de los beneficios y qué problemas ayudas a resolver a tu cliente



Ahora solo te queda
¡Pasar a la Acción!

