

# Hechiza con tus textos

Aprende a escribir de forma persuasiva en cualquier web

# ¡EMPEZAMOS!

Escribe un texto en una nota del móvil para convencer a alguien de que compre unos “Auriculares Traductores Universales”.

¡Tienes 2 minutos!



¿Qué te ha parecido?



**"El copywriting no se trata de vender productos, se trata de vender emociones".**

**- Ann Handley**



# ¿Qué es el copywriting?

- ✦ ✦ Escritura persuasiva.
- ✦ ✦ Escribir para mover a la gente a hacer algo.

✗ No es engañar ni manipular.

■ Se persuade de manera honesta conociendo los beneficios de tu oferta y la necesidad del cliente.



# ¿Qué importancia tiene el copywriting en el marketing digital?

- Captar la atención.
- Comunicación clara, persuasiva y diferenciadora.
- Parte del branding: identidad verbal.
- Conexión emocional con el prospecto.



# ¿Qué importancia tiene el copywriting en el marketing digital?

- Mejora la experiencia del usuario en la web (UX).
- Incremento en las conversiones.
- Confianza y credibilidad: aumenta la autoridad de marca y el posicionamiento.



# Vamos a ver ejemplos... ¿Qué te parece?

“Nuestros productos son los mejores del mercado.”



# “Nuestros productos son los mejores del mercado.”

Genérico

El centro es la marca

Sin emoción

¿Por qué son los mejores?

Sin diferenciación

Sin argumentación



# Vamos a ver ejemplos... ¿Qué te parece?

“¡Compre ahora! Somos una empresa especializada en SEO con un equipo multidisciplinar a tu servicio.”



“¡Compre ahora! Somos una empresa especializada en SEO con un equipo multidisciplinar a tu servicio.”

Palabras baúl

El centro es la marca

CTA mal colocado

¿Cómo ayudas al cliente?

Sin diferenciación

Sin persuasión



# Vamos a ver ejemplos... ¿Qué te parece?

“Convierte los correos electrónicos en ingresos.”



# “Convierte los correos electrónicos en ingresos.” - Mailchimp

Promesa clara

Propuesta de valor

Enfoque en el cliente

Claro y conciso

Power words

Emocional



# Vamos a ver ejemplos... ¿Qué te parece?

“IMAGINA UN LUGAR...

... en el que puedas formar parte de un club escolar, un grupo de jugadores o una comunidad mundial de arte. En el que puedas pasar tiempo con unos cuantos amigos. Un lugar que haga que hablar a diario y divertirse más a menudo sea fácil.”



# “IMAGINA UN LUGAR... en el que puedas formar parte de un club [...]” - Discord

Alusión al P.O.

Propuesta de valor

Storytelling

Enfoque en el cliente

Puntos de dolor

Emocional

Power words



Ahora bien, ¿cómo puedes conseguir tú también textos persuasivos que funcionen?



# 1/8 Conoce a tu audiencia

¿Cómo vas a vender si no sabes a quién te diriges?

- Define a tu público objetivo.
- Investiga sus puntos de dolor.
- Conoce sus necesidades.
- Habla como ellos.



# 1/8 Conoce a tu audiencia



Deja de ser un NPC con la nueva colección de zapatillas deportivas en colaboración con League of Legends.



## 2/8 Beneficios vs Características

Lo que vende de verdad es CÓMO un producto o servicio puede ayudarnos: los beneficios.

- Piensa en cómo tu producto o servicio mejora la vida de tu cliente.
- Haz una lista de todas las características.
- Transforma cada característica en beneficios.



## 2/8 Beneficios vs Características



- Tecnología AMPLIOFOAM PLUS.
- 220 gramos.

✓ Corre como nunca antes con estas zapatillas de running que gracias a la tecnología AMPLIOFOAM PLUS son más ligeras y cómodas que nunca.



# 3/8 Usa “tú”, en vez de “yo” o “nosotros”

Nos preocupamos por nosotros mismos.

Nadie quiere escucharte hablar sobre ti, quieren que les cuentes cómo puedes ayudarles y por qué deberían elegirte.



## 3/8 Usa “tú”, en vez de “yo” o “nosotros”

✗ Somos una empresa especializada en SEO con un gran equipo de profesionales.

✓ Mejora el posicionamiento de tu página web con un solo clic.



## 4/8 Las Power Words hacen magia

Existen una serie de palabras que te engancharán y despertarán algo en ti para que sigas leyendo.

Y otras que conseguirán todo lo contrario y, por ende, acabarás ignorando el texto (palabras malditas).



# 4/8 Ejemplos de Power Words

Imagina

Rápido

Consigue

Gratis

Simple

Extra

Descubre

Ayudar

Descuento

Fácil

Privado

Sabías que...



# 5/8 Crear urgencia y usar la prueba social: sesgos cognitivos

Usamos atajos mentales para tomar decisiones de manera más rápida.

Existen técnicas como la escasez o la urgencia que generan estos atajos mentales.

Otro sesgo cognitivo es el de la prueba social.



# 5/8 Crear urgencia y usar la prueba social: sesgos cognitivos



199<sup>99</sup> € Antes: ~~229,99€~~  
Pago a plazos disponible  
Ahorra 20,00 € con un cupón



★★★★☆ 719

-15% **Oferta flash**



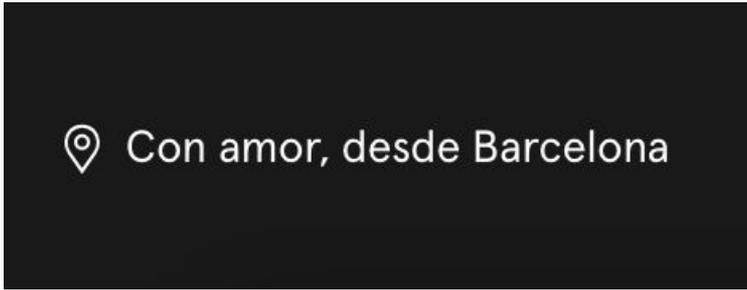
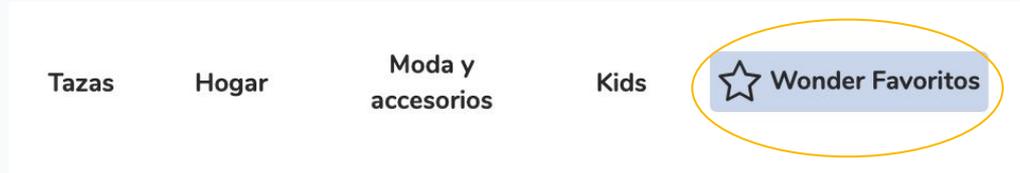
# 6/8 No olvides el microcopy de la web

Todo texto cuenta, y los microcopies que encontramos en botones, el footer o escondidos por la web son los que marcan la diferencia.

Es el momento ideal para diferenciarnos y conectar con la audiencia, ya que se esperan encontrar textos estándar.



# 6/8 No olvides el microcopy de la web



📍 Con amor, desde Barcelona



# 6/8 No olvides el microcopy de la web

## ¿Qué le hacemos si lo tenemos todo?

Si quieres que seamos tu gestoría online, ¡dale caña! Tras unos pocos clics, te espera la tranquilidad. ¿Quieres comprobarlo?

¡Sí, quiero!



## ¿Unas cookies?

Estas cookies nos permiten afinar nuestro una mejor experiencia en TaxScouts. Solo [Más información en nuestra política de coc](#)



# 7/8 Apunta a las emociones

¿Qué quieres que sienta el usuario al leer tus textos? Emoción, agobio, miedo, diversión, ganas, tristeza, motivación...

Elige de 1 a 3 emociones e intenta que sean el foco tu texto, para eso debes elegir bien qué palabras utilizas.



# 7/8 Apunta a las emociones



“El inglés se enseña mal”.

Un clásico, ¿qué emoción despierta?



# 7/8 Apunta a las emociones



## Miedo y curiosidad.

E incluso un poco de agobio.

*¿Llevo aprendiendo inglés mal toda la vida?*



# 8/8 Sin CTAs todo esto no habrá servido para nada

¿De qué sirve despertar emociones, llamar la atención, conectar con el usuario y persuadirle si no le decimos qué queremos que haga?

La llamada a la acción es lo más importante y no debe faltar nunca, ni en una web, ni en un post, una newsletter, en ningún sitio.

Siempre debes añadir CTAs, no lo olvides.



# 8/8 Sin CTAs todo esto no habrá servido para nada

Comenzar

Crea tu web

Explore the Editor →

Descubre nuestro hosting

Encuentra tu dominio

Encuentra tu tema

Wait! You get 30-Day  
Money-Back Guarantee

You have nothing to lose – **but the discount**

Buy Now

Let's Chat



Mucha teoría, pero... ¿ha quedado claro?

**Demuéstralo.**



**Haced grupos de 3 personas**

**Volved a escribir un copy persuasivo para  
vender “Auriculares Traductores  
Universales”**



# Haced grupos de 3 personas. Tenéis 5 minutos.

- Escribir un copy persuasivo para vender “Auriculares Traductores Universales”.
- **Público objetivo:** jóvenes streamers a los que les encanta viajar, pero solo saben español (y chapurrean un poco de inglés).
- **Características:**
  - Traducción casi al instante del inglés, alemán, italiano, chino y francés al español. Con 1 minuto de demora.
  - Cancelación de ruido.
  - Resistentes al sudor, al polvo y al agua.
  - Formato AirPods, con estuche de carga.



**“Nadie lee anuncios. La gente lee lo que le interesa. A veces es un anuncio”.**  
**— Howard Gossage.**

Haz que lo que escribas interese. Haz que te lean.



# ¡Muchas gracias!

¿Nos vemos online? 🙌



carmengaldur.com



Carmen Galdur



@carmengaldur



644 62 91 09

