



Copywriting para emprendedores

- Guía Práctica -

Escribís pero...

- ... te cuesta mucho saber por dónde empezar.
- ... tus textos abarcan mucho y dicen poco.
- ... tenés demasiadas ideas y poco orden.
- ... tus post no logran generar interés.

¡Relax! Te ayudaré con esto y un poquito más.

Pero necesito pedirte **2 favores**:

1. **Compromiso**: hacé cada ejercicio con el 100% de tu atención y dando lo mejor. Tampoco pretendas que salga perfecto. Siempre mejoramos con la práctica ;)
2. **No te saltees ningún paso**: hacé los ejercicios en orden porque tienen una lógica.

Proceso de escritura

Porque escribir es como cocinar: al principio nos cuesta despegar los ojos de la receta. Pero de tanto repetirla... ¡ya la hacemos de memoria! Llega el día en que, sin darte cuenta, dejás la receta en el cajón e incluso te animás a improvisar agregando nuevos sabores.

Receta de escritura:

1. Investigar

(conocer mucho a tu cliente y tu marca)

2. Fórmular

(elegir una fórmula de copy + definir 1 objetivo)

3. Escribir

(todo lo que salga, sin filtro)

4. Editar

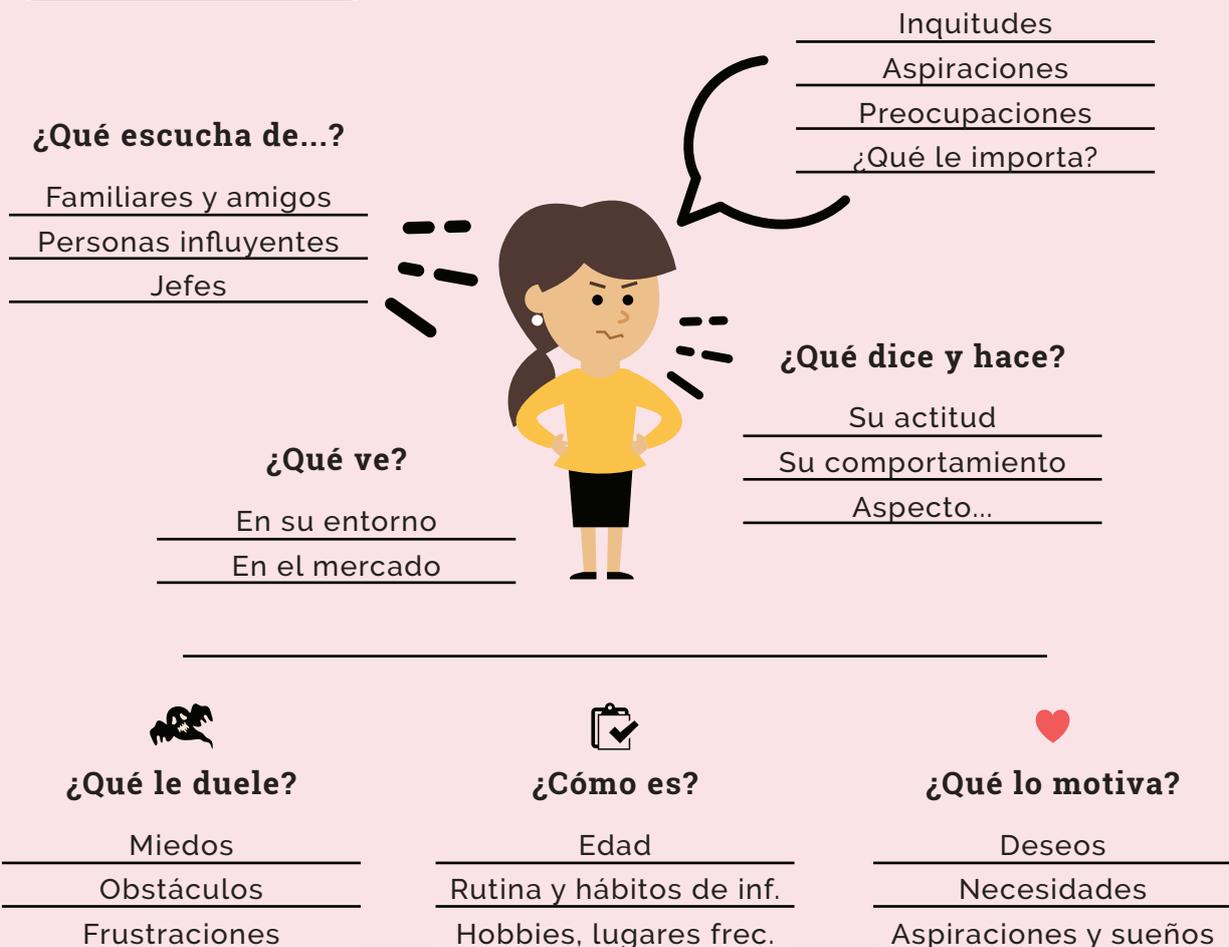
(editar y editar)

5. Medir y mejorar

(miramos los resultados para saber qué textos funcionaron mejor).

Paso 1: INVESTIGAR

★ Mapa de empatía ★



¿Qué piensa y siente?

Inquietudes
Aspiraciones
Preocupaciones
¿Qué le importa?

¿Qué escucha de...?

Familiares y amigos
Personas influyentes
Jefes

¿Qué dice y hace?

Su actitud
Su comportamiento
Aspecto...

¿Qué ve?

En su entorno
En el mercado

¿Qué le duele?

Miedos
Obstáculos
Frustraciones

¿Cómo es?

Edad
Rutina y hábitos de inf.
Hobbies, lugares frec.

¿Qué lo motiva?

Deseos
Necesidades
Aspiraciones y sueños

¿Dónde buscar esta información?

Preguntando a tus clientes, formulario de feedback por mail, en foros, blogs, "answer the public", opiniones en mercadolibre o fanpages de marcas similares a la tuya, comentarios en la cuenta de competidores... Pero tu diferencial solo tus clientes sabrán decírtelo.

EJERCICIOS COMPLEMENTARIOS

Ejercicio punto de partida:

¿Tenés un cliente ideal? Ese que te compra cada producto/servicio que lanzás, sin discutir el precio, e interactúa con tu marca. Realmente le gusta. **Describilo.**

Ejercicio 2: Creá una frase que defina a tu público

Ayudo a (qué tipo de persona es) que (su deseo) pero (problema que tiene que vos podés solucionar).

Ej.: Ayudo a personas que tienen una marca que quieren que sus textos conecten, pero no saben cómo hacerlo.



Recomendación extra: Tené siempre a mano esta frase definición para recordar a quién le estás escribiendo.

Ahora que ya sabés
a quién le estás
hablando,
**es momento de
empezar
a dar forma al texto...**

Paso 2: FORMULAR

Antes de redactar cualquier texto, definí:



1 OBJETIVO



¿Qué objetivo querés que cumpla ese texto al publicarlo?

Educar

Inspirar

Hacer reflexionar o pensar

Vender directa o indirectamente

Conectar para generar confianza



1 EMOCIÓN



¿ A qué emoción deseas apelar?

¡OJO!

POSITIVAS:

Energía/Interés

Felicidad/Alegría/Diversión

Inspiración/Gratitud/Esperanza

En resumen: sus deseos.

NEGATIVAS:

Duda

Tristeza/Frustración

Miedo/Preocupación

En resumen: sus puntos de dolor.



2 FÓRMULAS DE COPY



1 específica para el título 1 general para todo el texto.

PARA EL CUERPO DEL TEXTO:

AIDA o PAS

PARA TÍTULOS:

Números, "cómo hacer algo" o
pregunta.

TIP EXTRA: las personas interactúan cuando se sienten IDENTIFICADAS.

FÓRMULAS PARA EL TEXTO

Fórmula AIDA

(persuasiva por excelencia pero adaptable a contenido de valor)

Atención

Título atractivo: beneficio de leer + usar
plantilla de títulos (números,
pregunta...)

Interés

Mencionar el problema o deseo y
empezar a introducir la solución

Deseo

Situación ideal que le gustaría vivir a
nuestro cliente + producto/servicio o
consejo/tip

Acción

¿Qué queremos que haga? ¿Qué
compre? ¿Qué reserve su lugar?

Fórmula PAS

(orientada a venta directa/indirecta)

Problema

Construir el problema que tiene el
cliente para hacerlo consciente

Agitación

Seguir profundizando en dicho
problema mostrándole todas las
incomodidades que le causa

Solución

Es momento de ofrecerle una
solución a ese problema que tiene.
Presentá tu producto/servicio como
solución (contando sus beneficios) +
llamada a la acción

Plataformas donde puedes usarlas: redes sociales e email marketing.

FÓRMULAS PARA TÍTULOS LLAMATIVOS

que invitan a leer más

"El propósito de un buen título es que sea la primera frase" - Joe Sugarman
(y el propósito de la primera frase es que se lea la segunda...)

Los 3 ingredientes secretos de un gran título!

(1) Beneficio de leer + (2) Disparador emocional
+ (3) Plantilla infalible

Ingrediente 1 → Beneficio de leer

¿Qué se llevan por leer el texto? Está relacionado a tu objetivo.

Ingrediente 2 → Disparador emocional
(1 emoción)

¿Qué emoción despierta mi título? Es la misma emoción que definimos antes

Ingrediente 3 → Plantilla infalible

(Elegí una de las 3 opciones de abajo).

- 1. Listas numeradas.** Ej.: 3 tips para ... o 5 consejos sobre...
- 2. Cómo** (hacer algo). Ej.: Cómo redactar un título llamativo.
- 3. Preguntas directas.** Ej.: ¿Querés vencer el bloqueo creativo? 3 ejercicios para lograrlo.

TIP EXTRA: la longitud para Instagram debe ser máximo de 10 a 13 palabras.

¿Qué fórmula vas a elegir para tu copy?
¿AIDA O PAS?

¿Qué plantilla vas a elegir para el título?

EJEMPLOS REALES

“¿Y sí solo se trata de encontrar las palabras correctas para crecer?”



Ejemplo sacado de la cuenta @soylaurabell

Planteo el problema:



soylaurabell Cuando tus palabras cambian, todo cambia 🙏.

Tu marca aporta valor y lo sabes. Pero, ¿por qué las personas no lo ven? ¿Son ciegas? El problema no son las personas ni tu marca, son las palabras que elegís para comunicarla.

Ningún proyecto, por muy bueno que sea, despega si no sabe comunicar su valor.

Empiezo a introducir la solución:

Darme cuenta de esto me llevó a estudiar comunicación, a especializarme en copywriting y, este año, a diseñar las mentorías 🙌.

Porque cuando elegís las palabras adecuadas, las personas empiezan a...

- 💎 Conectar emocionalmente con tu marca y percibirla como una experiencia.
- 💎 Ver tu valor más allá de las características de tus productos/servicios.
- 💎 Comprar.

Planteo la solución específica:

👉 ¿Te gustaría aprender a elegir las palabras adecuadas para comunicar tu marca? Todavía me quedan algunos cupos de la mentoría “Aprendí a escribir textos que conecten” para mayo.

Llamada a la acción:

👉 ¿Querés más información? Dejame en los comentarios un “Quiero más info”. 📧 ¿Querés reservar tu lugar? Escríbeme por mensaje privado.

EJEMPLOS REALES

Título usando fórmula “Cómo (hacer algo)”:



El título del caption lo complementa tocando un punto de dolor del cliente(*):



soylaurabell Sin acabar con tu autoestima como escritora 🧑🏻‍💻.

(* Miedo a que sus textos sean juzgados y sentirse mal por eso.

Planteo el problema:

Preguntarle a alguien si le gusta o no el texto que redactaste, además de ser una pregunta muy subjetiva y amplia que es difícil que te brinde información valiosa para mejorar tu trabajo, es como pedirle a esa persona que cabe la tumba para tu autoestima como redactora 🧑🏻‍💻.

Introducción de solución + Llamada a la acción:

💎 ¿Qué preguntas te aconsejo hacer para saber si necesitas mejorar algún aspecto de tu texto? 🧑🏻‍💻 Desliza que te lo cuento.

La solución concreta se encuentra en el carrousel en forma de “Preguntas para pedir feedback”.

Te invito a verlo completo en la cuenta de IG @soylaurabell

EJEMPLOS REALES

Título usando fórmula de pregunta directa:



somosinnovadeco ¿Sos más fan del té que del café? Para tea-lovers 🍵❤️👉.

Planteo situación con la que se identifican:

Es difícil negarse a ese teciito de media tarde 🕒 que tanto nos relaja. Sus propiedades mágicas ✨ tienen el poder de hacernos bajar mil revoluciones.

¿Cómo lo hace? Un misterio 🧐. ¡Pero lo logra!

Ofrezco una solución mejorada(*) para su deseo:

Llamada a la acción indirecta:

Ya están disponibles en nuestra tienda online mayorista (Link en la bio 👉).

Podría haber sido más directa diciendo:
Chusmeá todos los modelos en la tienda online (Link en la bio).

Por eso, pensando en las amantes del té 🍵❤️, sumamos estas "tea for one" (o como nos gusta más llamarlas 👉 "Té para vos").

Hacen de ese ritual que tanto disfrutás, un momento todavía más especial. 🧑🏻🧑🏻

(*) Es una mejor solución a la que tienen ahora para satisfacer su deseo (taza + saquito de té).

Ejemplo sacado de la cuenta @somosinnovadeco

EJEMPLOS REALES

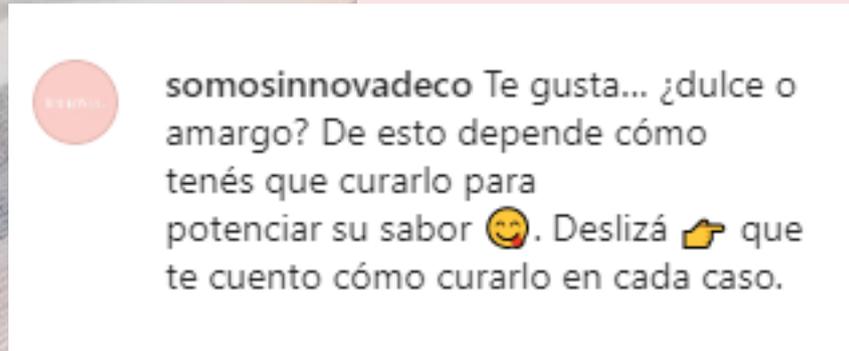
Título usando fórmula con números:



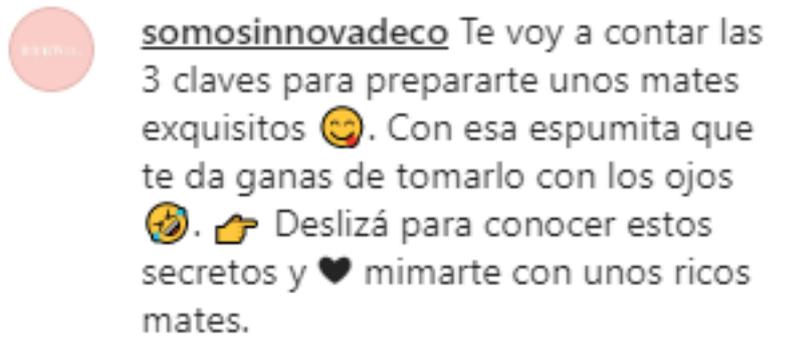
2 FORMAS DE CURAR
EL MATE SEGÚN COMO
te gusta

Ejemplos sacados de la cuenta @somosinnovadeco

Caption cortito donde advierto la importancia de deslizar + llamada a la acción:



¡POR MUCHOS MATES
CON UN SABOR
increíble!



En el caption sigo encendiendo ese deseo (en lugar de plantear un problema) + Llamada a la acción:

Título que apela a un deseo del cliente:

Paso 3: REDACTAR

Cuando asimilás que la escritura es un proceso, bajás tus expectativas y es tan liberador!

Te vas a permitir que tu primer borrador no se vea tan genial como sonaba en tu cabeza.

La mejor sensación viene cuando te das cuenta de que... ¡Ya no estás en cero!

¡Momento de redactar!

Teniendo presente (pero sin obsesionarte):

1. Tu objetivo;
2. La emoción a la que quieres apelar;
3. El tema del que vas a hablar (o producto/servicio que querés vender);
4. La información que te pide la fórmula de copy que elegiste;
5. La información que haya surgido de la investigación (como problemas o preocupaciones que tienen tus clientes)

redacta sin filtro (como te salga) durante 10 o 20 minutos (o hasta sentir que ya no tenes nada más que decir del tema).

Ya tenés tu primer borrador... ¡Festejalo!

(Sobretudo si sentis que escribir es una tarea pesada)

Dejá reposar al menos un par de horas para que volver a mirarlo con otros ojos. Si hasta ahora no lo hacías, vas a descubrir un nuevo mundo: verás cómo al volver a mirarlo con la cabeza fresca ves mucho más fácil qué dejar, qué corregir, etc.

Luego de dejar
reposar algunas
horas o días...

**¡Es momento de
editar el borrador!**

Paso 4: EDITAR

Le edición es poderosa. Y también es un proceso.

Utilizá este decálogo para revisar tus borradores.

Al principio es probable que corrijas un poco más. ¡Despreocupate! Con práctica te irás poniendo canchera y cada vez será menos lo que editarás.

DECÁLOGO del buen copy



Simplicidad y Brevedad

Eliminarás las ideas repetidas.



Naturalidad

Usarás lenguaje conversacional.



Lenguaje positivo

Evitarás los "no" cada vez que puedas.



(+) Verbos & (-) Adjetivos

Motivarás a la acción y evitarás el "autobombo".



Más gancho

Mantendrás la atención con el humor o la reflexión.



Cercanía

Escribirás para emocionar.



Corrección

Evitarás errores de ortografía y tecnicismos.



Enfoque

Jamás te desviarás de tu objetivo principal.



Utilidad

Transformarás a las personas con tus textos.



Estilo

Utilizarás negritas, cursivas, emojis y separarás en párrafos.



Venta de beneficios

Apelarás a los deseos y solucionarás problemas.



Honestidad

Nunca exagerarás ni harás falsas promesas.

¡Ya tenés tu texto
listo!

**Animate a hacer click
en “publicar”.**

Paso 5: MEDIR

Los textos publicados te marcarán el camino a seguir. Analiza qué post tuvieron más engagement, más cantidad de guardados, compartidos y cuál fueron los más comentados.

Analiza que estructura seguiste en cada uno y pregúntate si el top 3 de más guardados/compartidos/comentados tienen algo en común.

¿Qué fórmulas usaste? ¿Hay alguna fórmula que funcione mejor en tu cuenta? ¿Qué tipos de post le gustan más a tu comunidad? ¿Educativos? ¿Reflexivos?

Cuanto más analices, más claro verás el camino a seguir.

**La creatividad
necesita un poco de
guía para ayudarte
a alcanzar tus
objetivos.**

Resumen



Paso 1: INVESTIGAR

- Mapa de empatía
- Ejercicio describi a tu mejor cliente

Frase definición de tu público
(tenla siempre en mente)

Paso 2: FORMULAR

- Un objetivo
 - Una emoción
 - 2 fórmulas copy
- ↗ Títulos
↘ Generales

1. Cifras
2. Preguntas
3. ¿Cómo?

1. AIDA
2. PAS

Paso 3: REDACTAR

- Redactá sin filtro
- 10 a 20 minutos
- Dejá reposar



Paso 4: EDITAR

- Utilizá el **DECÁLOGO** del buen copy

Acordate de medir

- Mirá tus estadísticas de Instagram
- Anotá las métricas en un excel
- Analizá qué textos tuvieron más compartidos, guardados, etc.