

**COPYWRITING PARA ATRAER Y
FIDELIZAR A TU CLIENTELA**
MARGOT MARTÍN

28 DE MAYO



Euskadi, auzolana, bien común



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

TURISMO, MERKATARITZA
ETA KONTSUMO SAILA
DEPARTAMENTO DE TURISMO,
COMERCIO Y CONSUMO

✍️ ¿Qué es el copywriting? ✍️

Joseph Sugarman, “el copywriting es un proceso mental cuya ejecución exitosa consiste en plasmar, en una hoja de papel, la suma de todas las experiencias, conocimiento específico e información recabada, con el fin de vender un producto o servicio.”

El arte de **escribir para convencer**
a alguien para que haga algo

¿Dónde hay copywriting? (podemos usar)

Páginas de venta

Páginas web

RRSS

Fichas de producto

Asuntos de los correos

Correos

Newsletters

Artículos de Blog

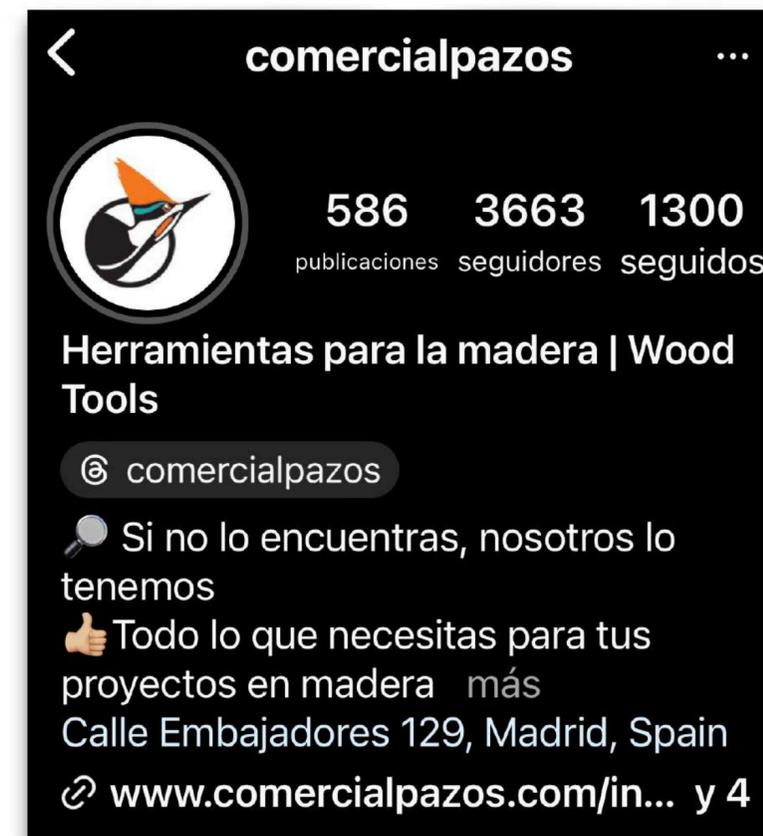
Botones de llamada a la acción

....



Folletos, carteles, envoltorios, menús, tarjetas....

¿Dónde hay copywriting? (podemos usar)



¿Cómo trabaja el/la copywriter?

El 60 % es investigar, investigar e investigar

Investigación interna

**Lo que puede averiguar con sus recursos
y los que les proporciona el cliente**

- [Formulario](#) de cliente
- Encuesta y entrevistas a clientes del cliente
- Repaso de correos recibidos, comentarios en blogs
- Testimonios de clientes ([acostumbrarse a pedir testimonios de clientes](#)).
- Comentarios en redes del cliente.
- Analíticas de las redes sociales, Google Analytics...

Investigación externa

**Lo que averigua
por ahí fuera.**

- La competencia. Ver cómo lo hacen los demás para mejorarlo.
- Reseñas, comentarios, valoraciones, comentarios en foros
- Comentarios en blogs y redes de la competencia.
- Herramientas de SEO
 - Ubersuggest <https://neilpatel.com/es/ubersuggest/>
 - Answer the public <https://answerthepublic.com/>

¿Qué busca la investigación?

- Propuesta de valor. ✓
- Beneficios del producto.
- Conocer al Buyer persona. (Público objetivo)
- Las fuentes de tráfico: ¿Por dónde llegan los clientes?
- Conocimiento del sector
- Lo que diferencia al cliente de la competencia.
- Virtudes y carencias. Posibilidades de mejora.

Propuesta de valor:

El beneficio que
el producto/negocio/servicio...
promete al cliente.

Una verdad que por sí sola vende.

A qué se dedica esa empresa
A quién se dirige el mensaje
Por qué elegir esta y no otra

Es una idea que impregna toda
la página.

¿Qué busca la investigación?



Propuesta de valor:

El beneficio que
el producto/negocio/servicio...
promete al cliente.

Una verdad que por sí sola vende.

1º Abre hasta las 21.30 y no está mal.

2ª Pan a cualquier hora.

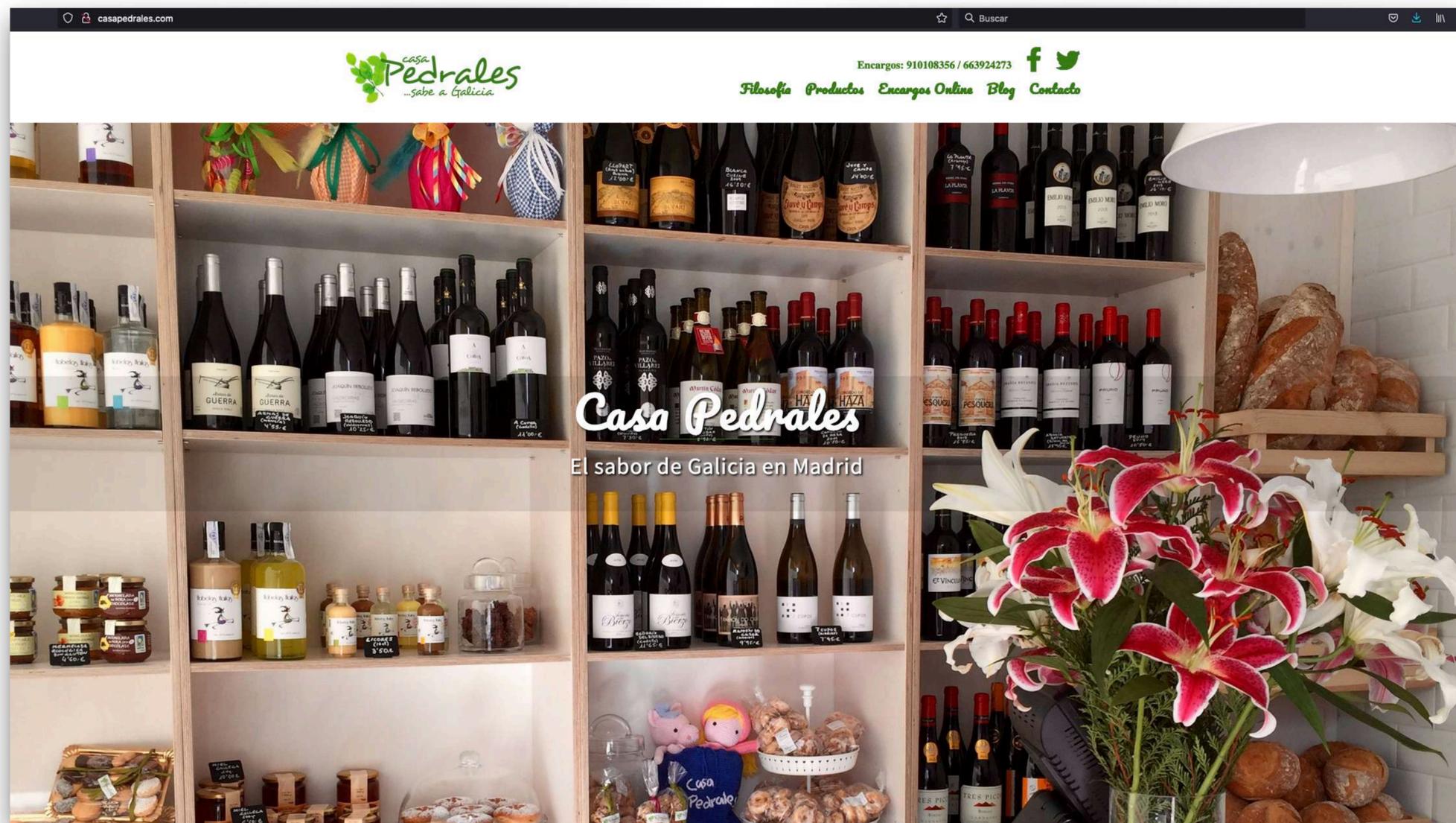
3º Exquisito. (Reservar)

4ª Sabor gallego, caro, sabroso. Empanadas gallegas.

Folleto



Web



🔍 ¿Qué busca la investigación? 🔍

- Propuesta de valor. ✓
- Beneficios del producto. ✓
- Conocer al Buyer persona. (Público objetivo).
- Las fuentes de tráfico: ¿Por dónde llegan los clientes?
- Conocimiento del sector.
- Lo que diferencia al cliente de la competencia.
- Virtudes y carencias. Posibilidades de mejora.

Los beneficios:

La gente quiere conocer la características pero, lo que vende son los beneficios del producto.

Pon "para" y **convierte las características en beneficios.**

De características a beneficios



Resumen informaci... Destacados Ficha técnica Productos

Resumen información técnica

Dimensiones del aparato: alto x ancho x fondo (sin puerta) 848 x 598 x 590 mm	AquaStop¹ ⓘ Si
Nivel de ruido 71 dB(A) re 1 pW	Función Pausa+Carga ⓘ Si
Home Connect² ⓘ Si	

- ⓘ **Clase A de eficiencia energética:** ahorra energía en cada lavado.
- ⓘ **i-DOS:** dosifica automáticamente la cantidad necesaria de detergente y suavizante.
- ⓘ **Home Connect:** electrodomésticos con conectividad inteligente para hacerte la vida más fácil.
- ⓘ **Active Water Plus:** la detección automática de carga reduce el consumo de agua, aunque la lavadora no esté llena.
- ⓘ **Motor EcoSilence™:** funcionamiento silencioso y de bajo consumo, con una garantía de 10 años.

¿Conoces Dosificación automática i-DOS?



Dosifica automáticamente la cantidad precisa de detergente y evita aclarados innecesarios.

¿Buscamos beneficios?

De características a beneficios



Resumen informaci... Destacados Ficha técnica Productos

Resumen información técnica

Dimensiones del aparato: alto x ancho x fondo (sin puerta) 848 x 598 x 590 mm	AquaStop¹ ⓘ Si
Nivel de ruido 71 dB(A) re 1 pW	Función Pausa+Carga ⓘ Si
Home Connect² ⓘ Si	

- ⓘ **Clase A de eficiencia energética:** ahorra energía en cada lavado.
- ⓘ **i-DOS:** dosifica automáticamente la cantidad necesaria de detergente y suavizante.
- ⓘ **Home Connect:** electrodomésticos con conectividad inteligente para hacerte la vida más fácil.
- ⓘ **Active Water Plus:** la detección automática de carga reduce el consumo de agua, aunque la lavadora no esté llena.
- ⓘ **Motor EcoSilence™:** funcionamiento silencioso y de bajo consumo, con una garantía de 10 años.

¿Conoces Dosificación automática i-DOS?



Dosifica automáticamente la cantidad precisa de detergente y evita aclarados innecesarios.

Tan silenciosa...

... que la puedes poner sin que nadie se despierte.
Nueva lavadora EcoSilence de Bosch.



¿Qué es i-DOS? Una función que te hará ahorrar dinero y energía



BOSCH Innovación para tu vida

Destacados

Eficiencia energética Clase A.	Deja de dosificar y empieza a ahorrar.	Los electrodomésticos inteligentes hacen tu vida más fácil.
Ahorra agua al lavar coladas pequeñas.	Un motor silencioso y duradero. ¡Garantizado!	Elige el mejor programa de lavado de forma totalmente automática.

¿Qué busca la investigación?

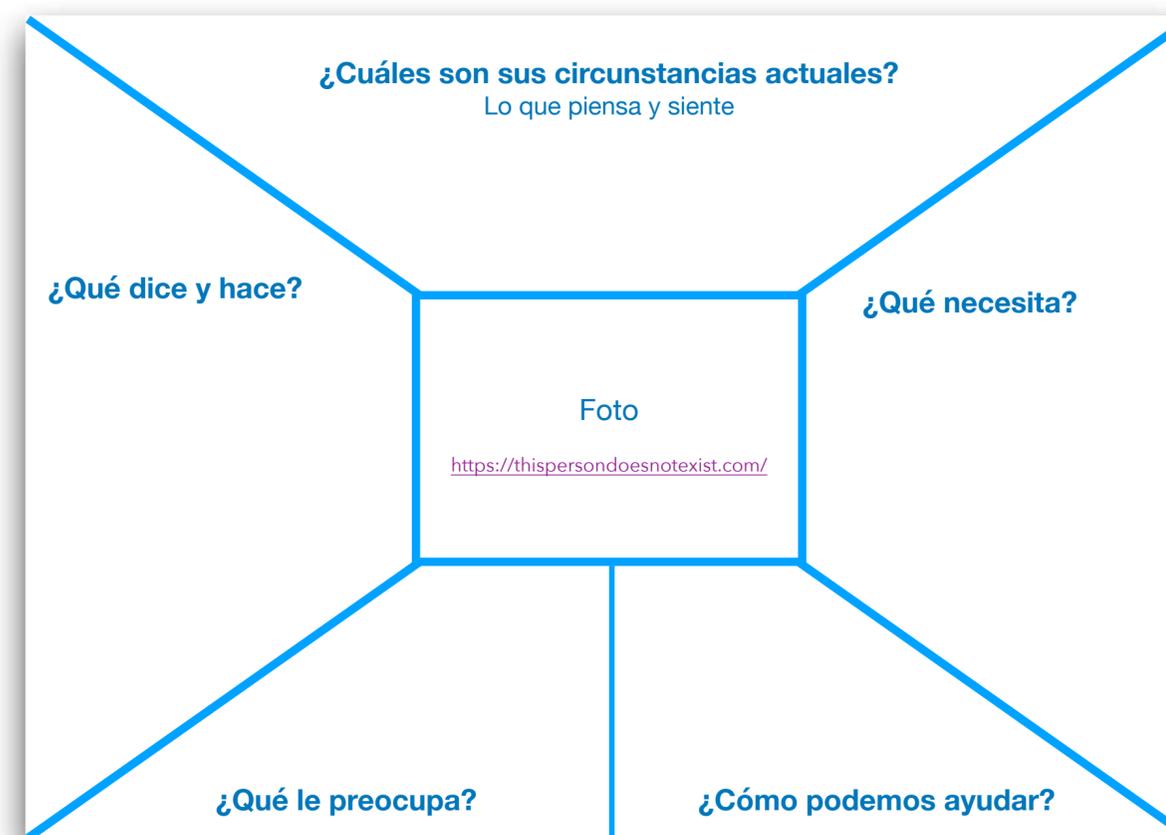
- Propuesta de valor. ✓
- Beneficios del producto. ✓
- Conocer al Buyer persona. (Público objetivo) ✓
- Las fuentes de tráfico: ¿Por dónde llegan los clientes?
- Conocimiento del sector
- Lo que diferencia al cliente de la competencia.
- Virtudes y carencias. Posibilidades de mejora.

Buyer Persona:

La persona a la que se dirige el producto.
Puede haber varios tipos de buyer persona.

<https://www.hubspot.es/make-my-persona>

Se suele concretar todo lo posible. Hasta se le pone cara.



🔍 ¿Qué busca la investigación? 🔍

- Propuesta de valor. ✓
- Beneficios del producto. ✓
- Conocer al Buyer persona. (Público objetivo) ✓
- Las fuentes de tráfico: ¿Por dónde llegan los clientes? ✓
- Conocimiento del sector. ✓
- Lo que diferencia al cliente de la competencia. ✓
- Virtudes y carencias. Posibilidades de mejora. ✓

🤗 La empatía 🤗

Los puntos de dolor:

Los problemas que tiene la audiencia.

Las situaciones negativas que generan tristeza, miedos...

Los investigamos para poder resolverlos o aliviarlos y motivar la compra.

 Clara MG

★★★★☆ **Una buena compra**
Revisado en España el 13 de agosto de 2023
Tamaño: S | Color: Negro | **Compra verificada**

El pantalón de chándal Joma es simplemente impresionante. La calidad del material es excelente y se siente duradero, lo que me da la confianza de que me durará mucho tiempo. Además, se ajusta muy bien a mi cuerpo y es muy cómodo de llevar.

Me encanta su diseño sencillo pero elegante, lo cual lo hace perfecto tanto para salir a hacer deporte como para usarlo en el día a día. También aprecio los detalles adicionales como los bolsillos laterales, que son muy prácticos para guardar pequeños objetos.

La única razón por la cual no le doy una puntuación perfecta de 5 es porque encuentro que es un poco ajustado en la cintura. Aunque sigue siendo cómodo, me gustaría que fuera un poco más elástico para mayor comodidad.

A 4 personas les ha parecido esto útil

Gastar el dinero y que no dure.
Que la ropa no le siente bien.
No sentirse cómoda.
No tener donde llevar cosas.
No ir elegante.

Las objeciones:

Las razones que harán que alguien no compre un producto.

 Ana Belén

★★★★★ **Calidad y eficacia a buen precio .**
Revisado en España el 19 de octubre de 2023
Compra verificada

Es la segunda plancha que tengo de esta marca y la relación precio y calidad, no pueden ser mejores . Está en concreto es ligera y manejable, elimina de una pasada las arrugas, y el golpe de vapor para prendas más difíciles es potente y eficaz. Por ponerle una pega, el cable podía ser más largo, y como otras planchas tiende a retorcerse.

A 6 personas les ha parecido esto útil

Útil | Denunciar

 LUZ M.

★★★★☆ **Buen planchado.**
Revisado en España el 20 de enero de 2024
Compra verificada

Hola, el embalaje no me ha gustado, parece una plancha usada, la plancha esta en perfecto estado, tiene buen golpe de calor, al planchar observó que cuando agarro la plancha, mis dedos mueven el control de temperatura, y lo tengo que volver a situar en la temperatura que necesito, de resto plancha bien.



El cable es corto y se enrolla.
El embalaje no está bien.
El selector de temperatura se mueve a su antojo.

Es una marca desconocida.
Es muy cara.
Es muy pesada.
.....

(EXTRA - LA GARANTIA)

“Es el propio producto el que resuelve las objeciones”

🐱 Gatillos mentales 🐱

SINCERIDAD

Mostrar el lado personal de la marca.
Detrás de la marca hay personas.

EVIDENCIA

Demostrar que lo que se dice es real.
Evitar objeciones.

PRUEBA SOCIAL

A otros les ha funcionado, les ha sido útil.

EXCLUSIVIDAD

Hacer sentir a la gente especial.

ESPECIFICIDAD

9 de cada 10 dentistas recomiendan...

SIMPATÍA

La simpatía nos hará inclinar una balanza.

ENEMIGO COMÚN

Estamos juntos en esto.

AUTORIDAD

Te lo dice esta empresa que ya me conoce,
o este famoso.

PERTENENCIA

Eres parte de algo, de una tribu,
de un grupo.

SIMPLICIDAD

Mensaje claro y sencillo.

RECIPROCIDAD

Aporta para que sientan
que están en deuda.

ANTICIPACIÓN

Genero expectación,
cuento qué va a pasar pero no cómo.

ESCASEZ

Corre que se acaban.

COMPROMISO

Pedirle al cliente que haga algo
y muestre su compromiso.

CONTROVERSA

Nosotros no somos como otros.

“Conceptos de psicología que se usan en marketing, copywriting... porque “disparan” la acción”.

Identifica 🐱 Gatillos mentales 🐱

COPYWRITING PARA ATRAER Y FIDELIZAR A TU CLIENTELA
Margot Martín @El_Recuento



Dilon 3D Verde Polyester Reciclado

€37,95
Stock Limitado

¡Existencias limitadas! Una vez agotadas podemos tardar hasta 20 días en reponerlas (a excepción de liquidación).

Envíos a península, Baleares y Canarias.
En stock

CANTIDAD
- 1 +

8 unidades en stock.

Agregar al carrito



iPhone 15 Pro
Titanio. Tan robusto. Tan ligero. Tan Pro.

Más información > Comprar >



Tengo un amigo en Balay



SENSODYNE

¿DIENTES SENSIBLES?

9 DE CADA 10 USUARIOS TAMBIÉN LA RECOMIENDAN.*

SENSODYNE Limpieza Profunda



Weightcare

BAJEMOS DE PESO JUNTOS



HERBALIFE

SINCERIDAD	Detrás de la marca hay personas.
EVIDENCIA	Demostrar que lo que se dice es real.
PRUEBA SOCIAL	A otros les ha funcionado.
EXCLUSIVIDAD	Hacer sentir a la gente especial.
ESPECIFICIDAD	9 de cada 10 dentistas...
SIMPATÍA	Nos hará inclinar una balanza.
ENEMIGO COMÚN	Estamos juntos en esto.
AUTORIDAD	Logos empresas, este famoso...
PERTENENCIA	Eres parte de algo...
SIMPLICIDAD	Mensaje claro y sencillo.
RECIPROCIDAD	Aporta para que sientan deuda.
ANTICIPACIÓN	Genera expectación, qué va a pasar no cómo.
ESCASEZ	Corre que se acaban.
COMPROMISO	Pedirle al cliente que lo muestre.
CONTROVERSA	Nosotros no somos como otros.

Identifica 🐱 Gatillos mentales 🐱

COPYWRITING PARA ATRAER Y FIDELIZAR A TU CLIENTELA
Margot Martín @El_Recuento



Dillon 3D Verde Polyester Reciclado

€37,95
Stock Limitado **Escasez**

¡Existencias limitadas! Una vez agotadas podemos tardar hasta 20 días en reponerlas (a excepción de liquidación).

Envíos a península, Baleares y Canarias.
En stock

CANTIDAD
- 1 + **Escasez**
8 unidades en stock.

Agregar al carrito



Exclusividad **Pertenencia**
iPhone 15 Pro
Titanio. Tan robusto. Tan ligero. Tan Pro.
Más información > Comprar >



Sinceridad **Simpatía**
Tengo un amigo en Balay



SENSODYNE

¿DIENTES SENSIBLES?
Especificidad
9 DE CADA 10 USUARIOS TAMBIÉN LA RECOMIENDAN.*

SENSODYNE Limpieza Profunda



Enemigo común

BAJEMOS DE PESO JUNTOS

Simplicidad



Prueba Social **Autoridad**

HERBALIFE

SINCERIDAD	Detrás de la marca hay personas.
EVIDENCIA	Demostrar que lo que se dice es real.
PRUEBA SOCIAL	A otros les ha funcionado.
EXCLUSIVIDAD	Hacer sentir a la gente especial.
ESPECIFICIDAD	9 de cada 10 dentistas...
SIMPATÍA	Nos hará inclinar una balanza.
ENEMIGO COMÚN	Estamos juntos en esto.
AUTORIDAD	Logos empresas, este famoso...
PERTENENCIA	Eres parte de algo...
SIMPLICIDAD	Mensaje claro y sencillo.
RECIPROCIDAD	Aporta para que sientan deuda.
ANTICIPACIÓN	Genera expectación, qué va a pasar no cómo.
ESCASEZ	Corre que se acaban.
COMPROMISO	Pedirle al cliente que lo muestre.
CONTROVERSA	Nosotros no somos como otros.

La experiencia positiva de otros acaba con nuestros miedos

¿Qué puede constituir la prueba social?

- La opinión de clientes.
- La aparición en los medios de comunicación.
- Los datos de trabajos realizados.
- Las opiniones de alguien con autoridad.

¿Dónde colocar la prueba social? (web)

Como norma genérica, **cerca de las objeciones que pueden romper.**

Datos que podemos convertir en prueba social:

- Número de años que una empresa lleva trabajando.
- Testimonios de clientes.
- Personas usando el producto o servicio.
- Menciones en medios de comunicación. Poner logos.
- Historias de usuarios de los productos y sus resultados.
- Número de x que vendidos.
- Números de seguidores en redes sociales.

BUSCA La Diferencia

RESEÑAS DE NUESTROS CLIENTES

 Daniel Bertona
★★★★★ Hace 4 años
Una cena para 70 personas y todo estupendo, el personal super amable, la comida exquisita. las personas de la barra super alegres. Todo mas que perfecto, seguro contaremos con Goblin World SL para el 2017.
Muchas Gracias!

 Lidia Arribas Ayuso
★★★★★ Hace 2 años
Todo perfecto!! Lo recibimos todo perfectamente colocado, con unas pautas para servirlo y calentarlo que lo facilita mucho a la hora de empatarlo y servirlo. La comida riquísima, sin ninguna pega. Nada negativo que decir, todo lo contrario!! Repetiremos seguro!!

3 Compartir Leer reseña en Google 1 Compartir Leer reseña en Google

RESEÑAS DE NUESTROS CLIENTES

 Daniel Bertona
★★★★★
Una cena para 70 personas y todo estupendo, el personal super amable, la comida exquisita. las personas de la barra super alegres. Todo mas que perfecto, seguro contaremos con Goblin World SL para el 2017.
Muchas Gracias!

 Lidia Arribas Ayuso
★★★★★
Todo perfecto!! Lo recibimos todo perfectamente colocado, con unas pautas para servirlo y calentarlo que lo facilita mucho a la hora de empatarlo y servirlo. La comida riquísima, sin ninguna pega. Nada negativo que decir, todo lo contrario!! Repetiremos seguro!!

3 Compartir Leer reseña en Google 1 Compartir Leer reseña en Google

Escribir para internet

¿Qué partes de tu web puedo escribir como Copywriter?

Si me has contratado para un proyecto integral, escribiré todos los textos de todas las partes de tu nueva web (la página de inicio, el sobre mí, la página de ventas que necesitas para que contraten sus servicios y la página de contacto).

Si me pides que cree una página para conseguir aumentar tu lista de suscriptores a los que, semanalmente, les mandarás una newsletter con noticias de su sector; lo que buscas es que cree esa *Squeeze Page*. Investigaré lo necesario para conocer tu producto mejor que tú.

Además, si decides crear un blog con artículos semanales sobre tu tema que ayudarán a posicionar tu web, también puedo redactar esos artículos. Pero, antes elaboramos un calendario editorial para trabajar con planificación y orden, y luego, los textos de tu blog con optimización SEO y siguiendo el calendario.

Si así lo quieres, también redacto tu Newsletter y además preparamos una estrategia de email marketing para tus suscriptores. Yo me encargaré de escribir esos correos.

De momento, descartamos la redacción de anuncios de *Facebook Ads* o *Instagram*, por ejemplo. Y si quieres delegar, también podemos redactar los textos de tus redes sociales.

¿Qué partes de tu web puedo escribir como Copywriter?

Si me has contratado para un proyecto integral, escribiré todos los textos de todas las partes de tu nueva web (la página de inicio, el sobre mí, la página de ventas que necesitas para que contraten sus servicios y la página de contacto).

Si me pides que cree una página para conseguir aumentar tu lista de suscriptores a los que, semanalmente, les mandarás una newsletter con noticias de su sector; lo que buscas es que cree esa *Squeeze Page*. Investigaré lo necesario para conocer tu producto mejor que tú.

Además, si decides crear un blog con artículos semanales sobre tu tema que ayudarán a posicionar tu web, también puedo redactar esos artículos. Pero, antes elaboramos un calendario editorial para trabajar con planificación y orden, y luego, los textos de tu blog con optimización SEO y siguiendo el calendario.

Si así lo quieres, también redacto tu NewsLetter y además preparamos una estrategia de email marketing para tus suscriptores. Yo me encargaré de escribir esos correos.

De momento, descartamos la redacción de anuncios de *Facebook Ads* o *Instagram*, por ejemplo. Y si quieres delegar, también podemos redactar los textos de tus redes sociales.

¿Qué partes de tu web puedo escribir como Copywriter?

Si me has contratado **para un proyecto integral**, escribiré todos los textos de todas las partes de tu nueva web.

- o Página de **Inicio**
- o **Sobre Mí**
- o **Página de Ventas** (la que necesitas para que te contraten tus servicios).
- o **Contacto**

Si me pides que cree una página para conseguir aumentar tu lista de suscriptores a los que, semanalmente, les mandarás una newsletter con noticias de su sector; lo que buscas es que cree esa ***Squeeze Page***.

Investigaré lo necesario para **conocer tu producto mejor que tú**.

Además, si decides **crear un blog** con artículos semanales sobre tu tema que **ayudarán a posicionar tu web**, también puedo redactar esos artículos. Pero, antes:

- Elaboramos un **calendario editorial** para trabajar con planificación y orden.
- Y luego, los **textos de tu blog** con optimización SEO y siguiendo el calendario.

Si así lo quieres, también redacto tu **NewsLetter** y además preparamos una estrategia de email marketing para tus suscriptores. Yo me encargaré de escribir esos correos.

De momento, descartamos la redacción de anuncios de *Facebook Ads* o *Instagram*, por ejemplo. Y si quieres delegar, también podemos redactar los textos de tus redes sociales.

Hay que hacer los textos atractivos visualmente, que sean “digeribles”.

- Formatear con **negritas**, subrayados, *cursivas*...
- Romper párrafos.
- Separa frases.
- Hacer listas (viñetas).
- Escribir para web.
-

¿Qué partes de tu web puedo escribir como Copywriter?

Si me has contratado **para un proyecto integral**, escribiré todos los textos de todas las partes de tu nueva web.

- Página de **Inicio**
- **Sobre Mí**
- **Página de Ventas** (la que necesitas para que te contraten tus servicios).
- **Contacto**

Si me pides que cree una página para conseguir aumentar tu lista de suscriptores a los que, semanalmente, les mandarás una newsletter con noticias de su sector; lo que buscas es que cree esa **Squeeze Page**.

Investigaré lo necesario para **conocer tu producto mejor que tú**.

Además, si decides **crear un blog** con artículos semanales sobre tu tema que **ayudarán a posicionar tu web**, también puedo redactar esos artículos. Pero, antes:

- Elaboramos un **calendario editorial** para trabajar con planificación y orden.
- Y luego, los **textos de tu blog** con optimización SEO y siguiendo el calendario.

Si así lo quieres, también redacto tu **NewsLetter** y además preparamos una estrategia de email marketing para tus suscriptores. Yo me encargaré de escribir esos correos.

De momento, descartamos la redacción de anuncios de *Facebook Ads* o *Instagram*, por ejemplo. Y si quieres delegar, también podemos redactar los textos de tus redes sociales.

Hay que hacer los textos atractivos visualmente, que sean “digeribles”.

Hay que hacer los textos atractivos visualmente, que sean "digeribles".

Escribir para internet



NUEVAVIDA-Adopciones Madrid
1 d · 🌐

#Madrid
ADOPCION EN COMUNIDAD DE MADRID
Os presentamos a TOBY MAX,
Esta preciosidad era feliz con su familia pero por un revés de la vida NO pueden seguir cuidándolo como TOBY MAX merece y necesita un nuevo hogar
Es sociable con niños y perros, NO está testado con gatos.
Tiene un año y medio de vida y pesa alrededor de 25 kilos.
#adopta a TOBY MAX, cambiarás su vida..y la tuya!
Si deseas adoptarlo en el siguiente enlace tienes acceso a su ficha,fotos y CUESTIONARIO DE PRE ADOPCION:
👉 <https://nuevavida-adopciones.org/ficha-12791/>
O si lo prefieres envíanos un mail a:
✉ facenuevavida@gmail.com
#adoptanocompres #adopcion #adoptame #adoptables #perrosenadopcionmadrid #adoptaunperro



👍👍👍 24 4 comentarios 48 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

<https://yaytext.com/es/>



NUEVAVIDA-Adopciones Madrid
Sponsored · 🌐

#Madrid ADOPCION EN COMUNIDAD DE MADRID
Os presentamos a TOBY MAX.
Esta preciosidad era feliz con su familia pero, por un revés de la vida NO pueden seguir cuidándolo como TOBY MAX merece y necesita un nuevo hogar.
Sociable con niños y perros, NO está testado con gatos.
Tiene un año y medio de vida y pesa alrededor de 25 kilos.
ADOPTA a TOBY MAX, cambiarás su vida...y la tuya!
Si deseas adoptarlo en el siguiente enlace tienes acceso a su ficha,fotos y CUESTIONARIO DE PRE ADOPCION:
👉 <https://nuevavida-adopciones.org/ficha-12791/>
O si lo prefieres envíanos un mail a:
✉ facenuevavida@gmail.com



<https://emojicopy.com/>

<https://admockups.com/>



NUEVAVIDA-Adopciones Madrid
Sponsored · 🌐

#Madrid ADOPCION EN COMUNIDAD DE MADRID
Os presentamos a TOBY MAX.
Esta preciosidad era feliz con su familia pero por un revés de la vida, NO pueden seguir cuidándolo como TOBY MAX merece y necesita un nuevo hogar 🏠
Sociable con niños y perros, NO está testado con gatos.
Tiene un año y medio de vida y pesa alrededor de 25 kilos.
ADOPTA a TOBY MAX, cambiarás su vida..y la tuya!
Si deseas adoptarlo en el siguiente enlace tienes acceso a su ficha, fotos y CUESTIONARIO DE PRE ADOPCION:
👉 <https://nuevavida-adopciones.org/ficha-12791/>
O si lo prefieres envíanos un mail a:
✉ facenuevavida@gmail.com



RETAIL
EUSKAL ESKOLA
ESCUELA VASCA

Euskadi, nazionala, bien común
EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
EUSKAL ERREPUBLIKAN
EUSKAL GOBIERNUA
DEPARTAMENTO DE FAMILIAS,
COMERCIO Y CONSUMO

TWITTER / THREADS

1. Usa #hashtags
 2. Busca interacción.
 3. Escribe bien
 4. Usa emoticonos, no abuses.
 5. Enlace en medio.
 6. Urgencia
 7. Llama la ATENCION.
 8. Muestra beneficio.
 9. Usa números.
 10. Menos sustantivos y adjetivos. Más verbos.
- Y no olvides la imagen.

Copy para RRSS

FACEBOOK

1. Tener claro objetivo de la entrada.

- Conoce las peculiaridades de cada red
- Busca interacción, no monólogo.
- Escribe para web, rompe párrafos.
- Usa emoticonos y formateo de texto sin abusar.
- Sin faltas de ortografía.
- Aporta.
- Juega con la psicología. 😺
- Muestra beneficio.
- Cuida otros elementos.

TEXTOS INSTAGRAM

1. Humaniza.
2. No todo es vender.
3. No a los monologos, comunicación.
4. Usa los hashtgas con inteligencia.
5. Formatea los textos, rompe párrafos, haz listas.
6. Usa frases cortas. Usa fórmulas (PAS, AIDA...)
7. Menos características y más beneficios.
8. Revisa las publicaciones.
9. Responde a las preguntas y comentarios.
10. Cuida la imagen.

LinkedIn

1. Comparte contenido, aporta.
2. Usa hashtags
3. Es de las pocas redes que aguanta artículo sin foto. Mejor, no.
4. Se humano y real, cuenta historias.
5. Enlaces (¿en el primer comentario?)
6. Comunicación en dos sentidos.
7. Interactúa y pide interacción

<https://emojicopy.com/>

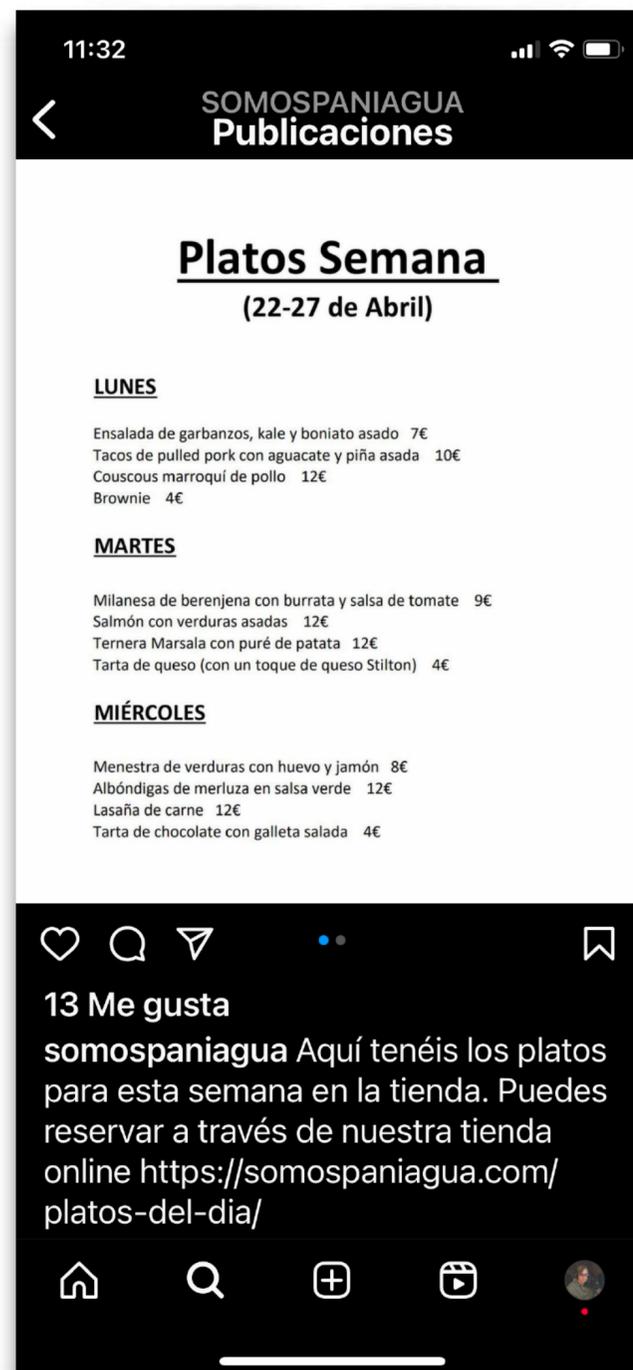
<https://yaytext.com/es/>

<https://admockups.com/>

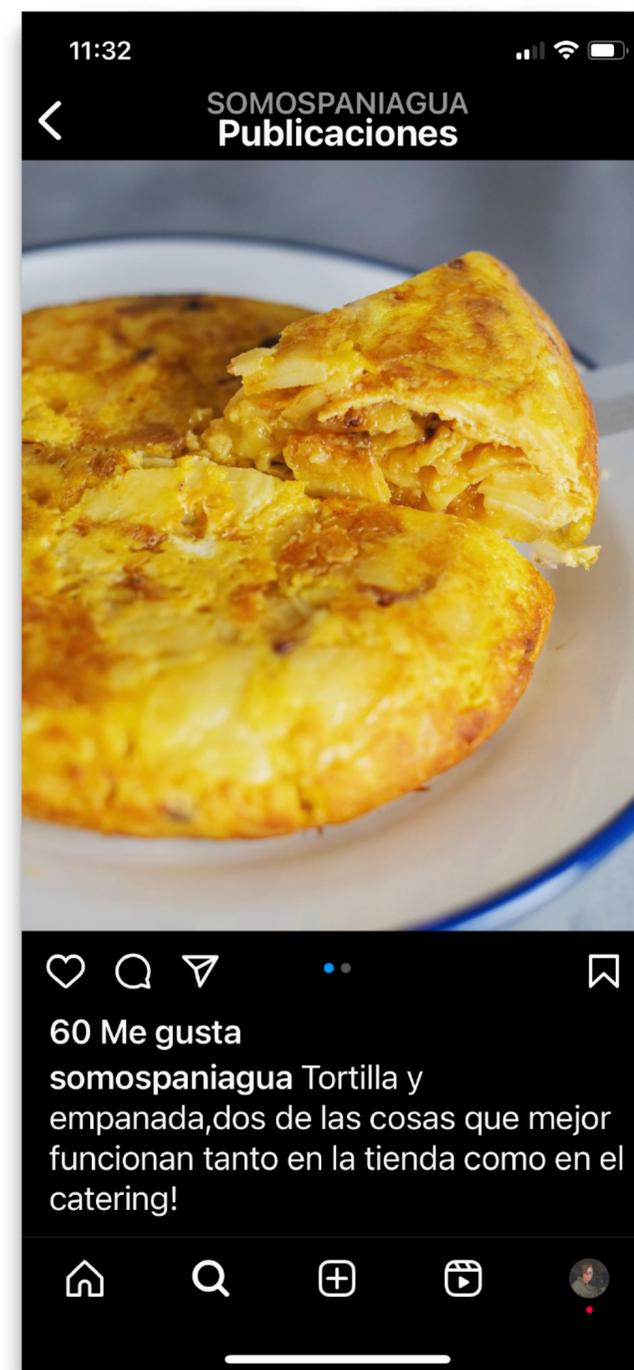
Copy para RRSS



Qué haces.
Qué puedes hacer por la persona que te encuentra.
Qué hay para quien te encuentra.
Dónde encontrar más .



<https://yaytext.com/es/>



<https://admockups.com/>



Copy para RRSS

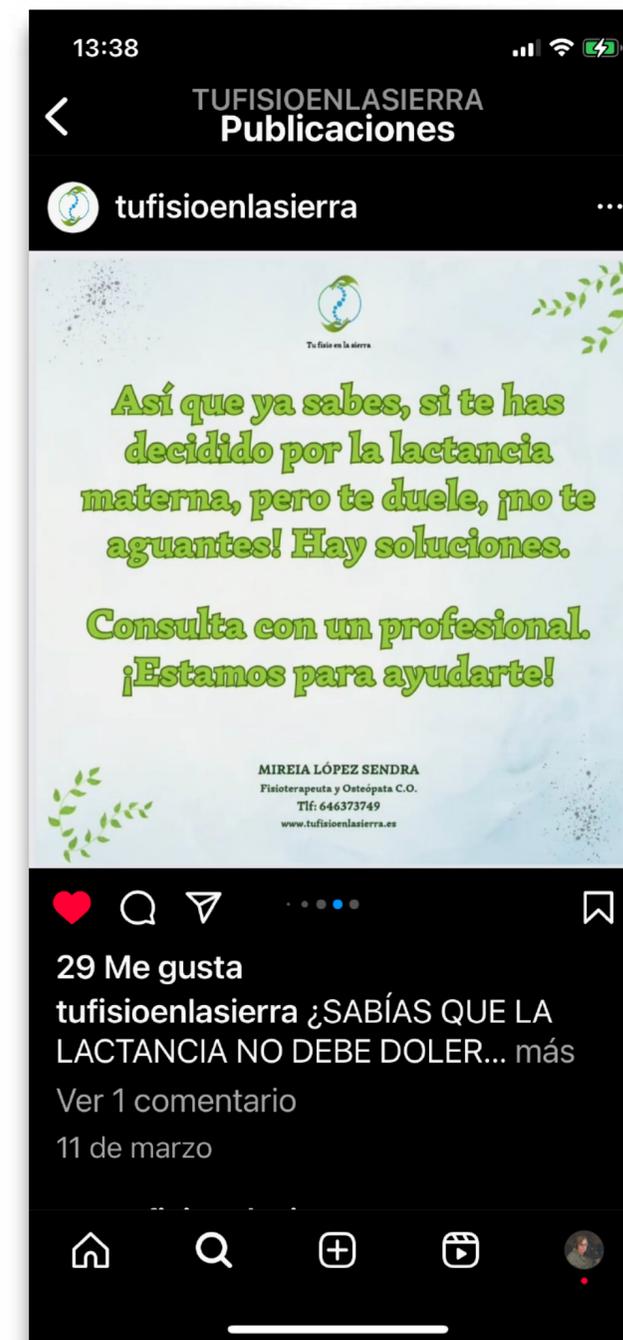
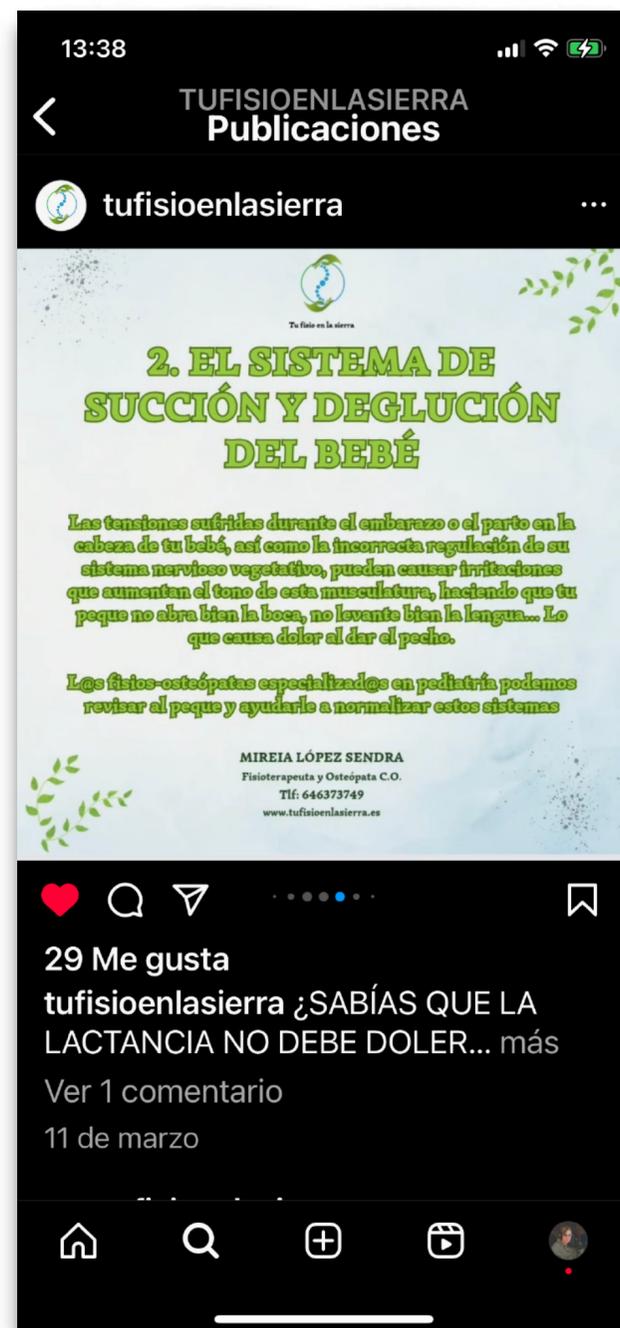
Profile card for **tufisioenlasierra** showing 4 publications, 140 followers, and 75 followed. The bio identifies Mireia López Sendra as a physiotherapist and osteopath, specializing in myofascial therapy, craniosacral dynamics, pediatrics, and perinatal care. Contact information includes a phone number and website.

Instagram post screenshot showing the text: **¿SABÍAS QUE LA LACTANCIA NO DEBE DOLER?** The post has 29 likes and was posted on March 11th. The bio at the bottom of the post matches the profile card.

Instagram post screenshot showing the text: **NO, NO HAY QUE HACER CALLO LO QUE SÍ HAY QUE HACER ES...** The post has 29 likes and was posted on March 11th. The bio at the bottom of the post matches the profile card.

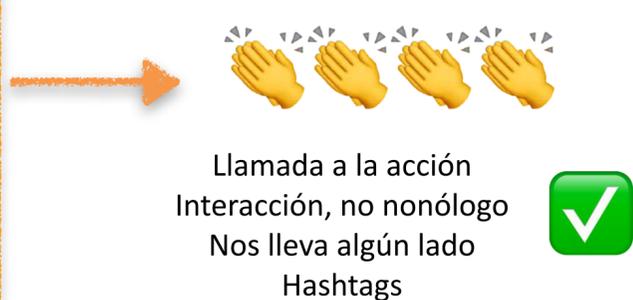
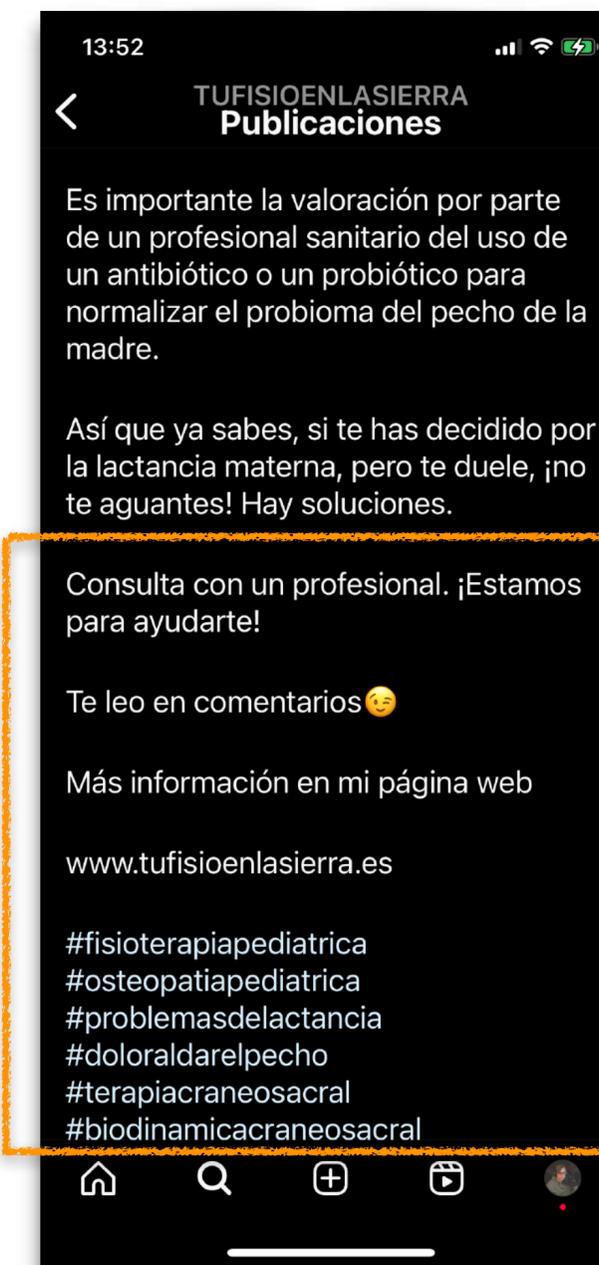
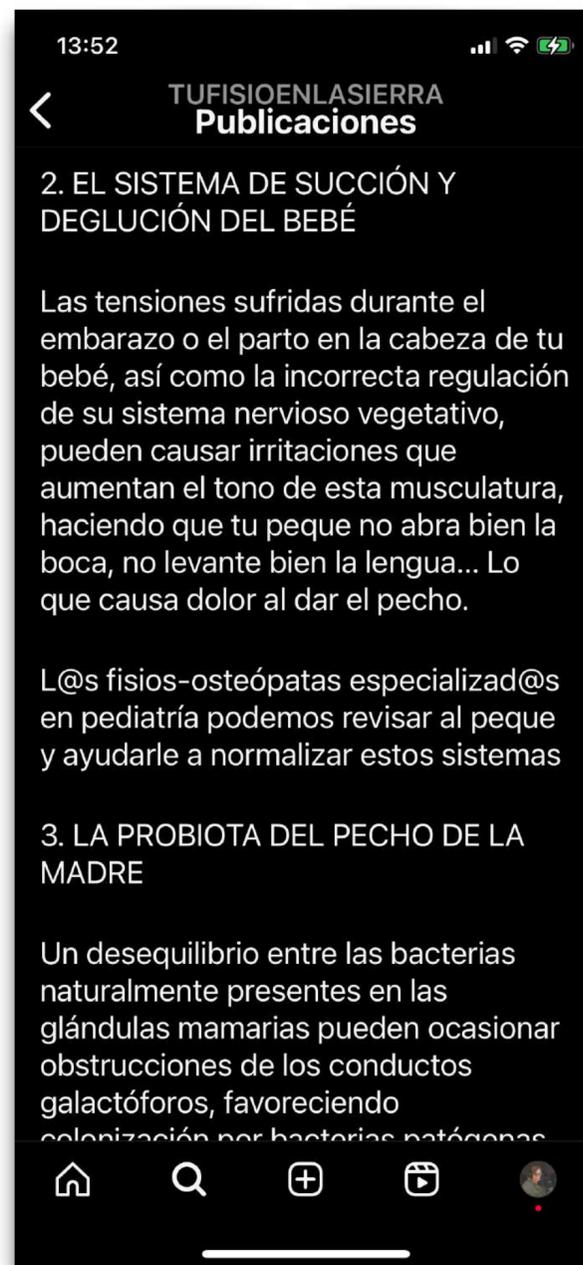
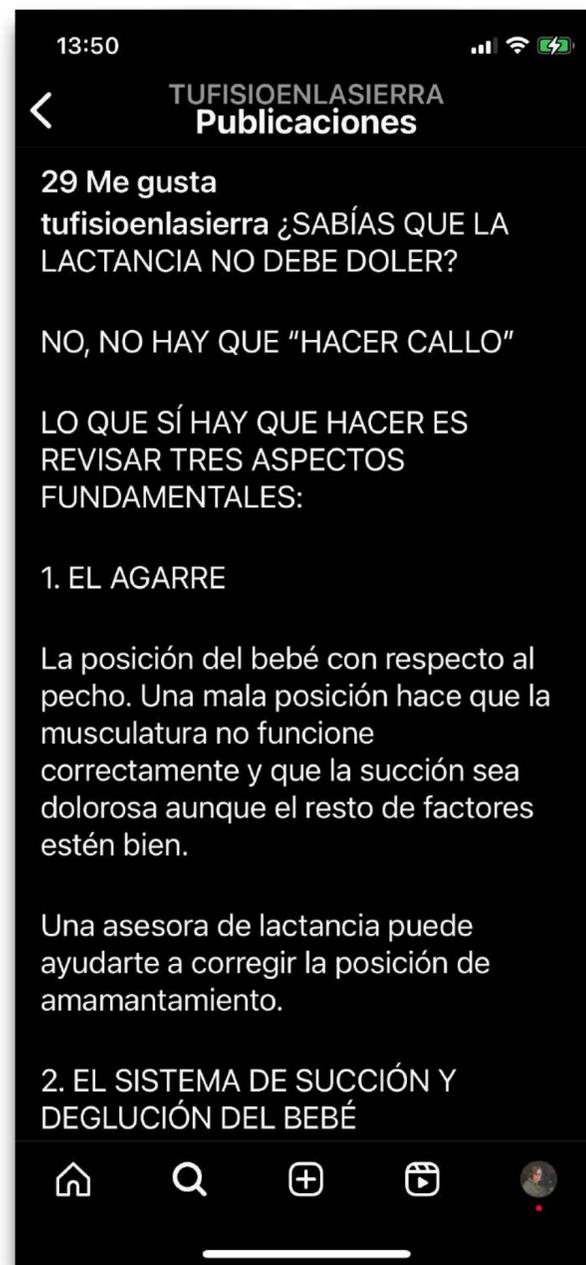
Instagram post screenshot showing the text: **...REVISAR 3 ASPECTOS FUNDAMENTALES** The post has 29 likes and was posted on March 11th. The bio at the bottom of the post matches the profile card.

Copy para RRSS



Demasiada letra, no limpia. ✘
NO SE LEE BIEN ✘

Copy para RRSS



👤 Copy para RRSS 👤

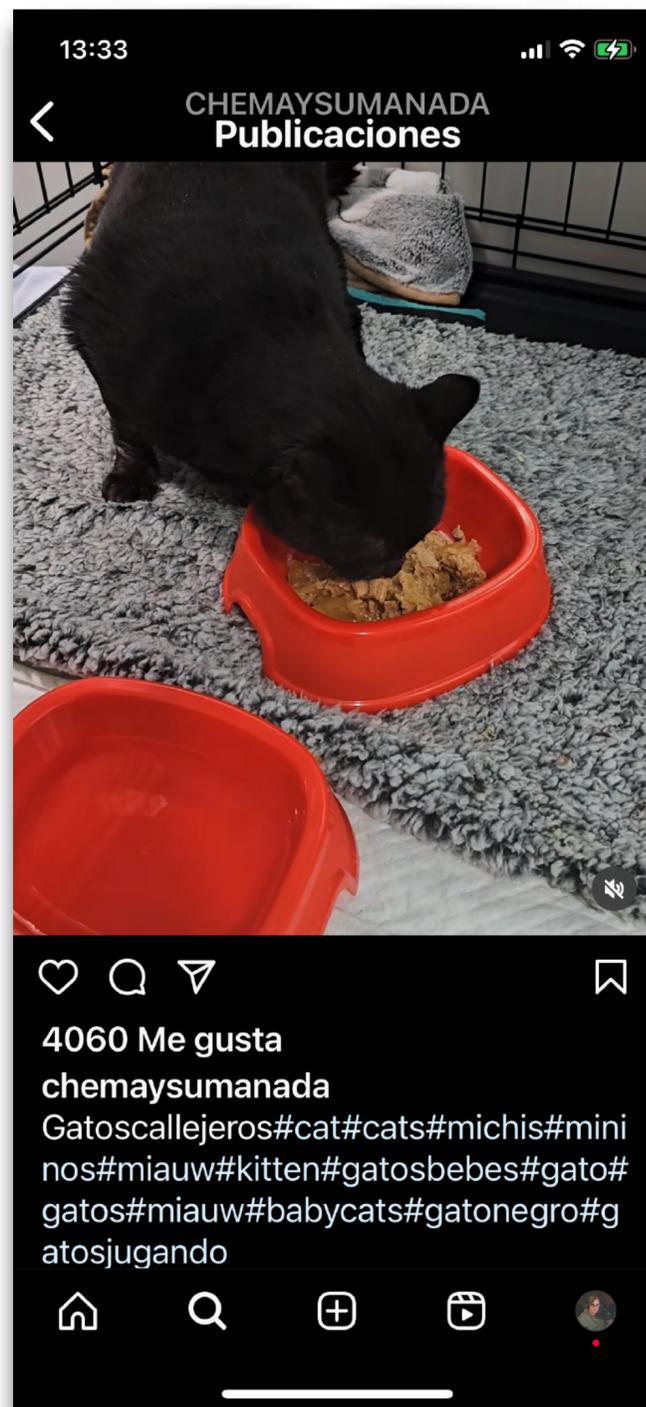
The image shows a sequence of five Instagram story screenshots from the account 'marianrojasestape'. The stories are part of a 4-step educational post about social media consumption in adolescence. The first slide asks '¿Qué ocurre si unimos **adolescencia** y un **consumo descontrolado** de redes sociales?' and includes the name 'MARIAN ROJAS ESTAPÉ'. The subsequent four slides are numbered 1 through 4 and describe the effects: 1. 'el sistema de recompensa se modifica' (Cambia la forma de disfrutar...), 2. 'se busca constantemente la gratificación instantánea' (Se acostumbran a la hiperestimulación...), 3. 'hay drogodependencia emocional' (Cuando desaparece esa búsqueda incesante...), and 4. 'cero tolerancia a la frustración, el dolor, sufrimiento...' (Se termina entrando en una espiral de apatía...).

Poco texto.
Claro y sencillo.
Juegan con tipos de letra y colores. 

Copy para RRSS



Demasiados hashtags y pegados. ❌
Menor interacción. ❌



EVIDENCIA

Demostrar que lo que se dice es real. Evitar objeciones.

SINCERIDAD

Mostrar el lado personal de la marca. "Así trabajamos"

SIMPATÍA

La simpatía nos hará inclinar una balanza.

Copy para RRSS

rojano_peluqueros

1952 publicaciones 853 seguidores 400 seguidos

Mónica Rojano Cortés
* Peluquería /Estética /Rayos uva.
916403058
Martes a viernes 9:30-19:30
Sábados 9:30 - 14:30
#keratinaorganica #ecologico
Calle Camilo Jose Cela 12 local 3, Las Rozas De Madrid, Madrid, Spain
www.rojanopeluqueros.es

16:35

ROJANO_PELUQUEROS Publicaciones Seguir

rojano_peluqueros

tips para cuidar tus uñas semipermanentes

- USA GUANTES PARA FREGAR
- HIDRATA LAS UÑAS Y CUTÍCULAS
- RETIRA EL ESMALTE CORRECTAMENTE

ROJANO PELUQUEROS

5 Me gusta

rojano_peluqueros 31sem · 3 Tips para mantener tus uñas semipermanentes intactas más... más

24 de septiembre de 2023

tips para cuidar tus uñas semipermanentes

- USA GUANTES PARA FREGAR
- HIDRATA LAS UÑAS Y CUTÍCULAS
- RETIRA EL ESMALTE CORRECTAMENTE

ROJANO PELUQUEROS

rojano_peluqueros · Seguir

rojano_peluqueros 3 Tips para mantener tus uñas semipermanentes intactas más tiempo 🍷

- Usa guantes para fregar: los productos químicos o de limpieza pueden incluso dañar la piel de nuestras manos
- Hidrata regularmente las uñas y las cutículas con un sérum o aceite especializado
- Retira el esmalte correctamente en tu centro estético, nunca te arranques la laca de uñas

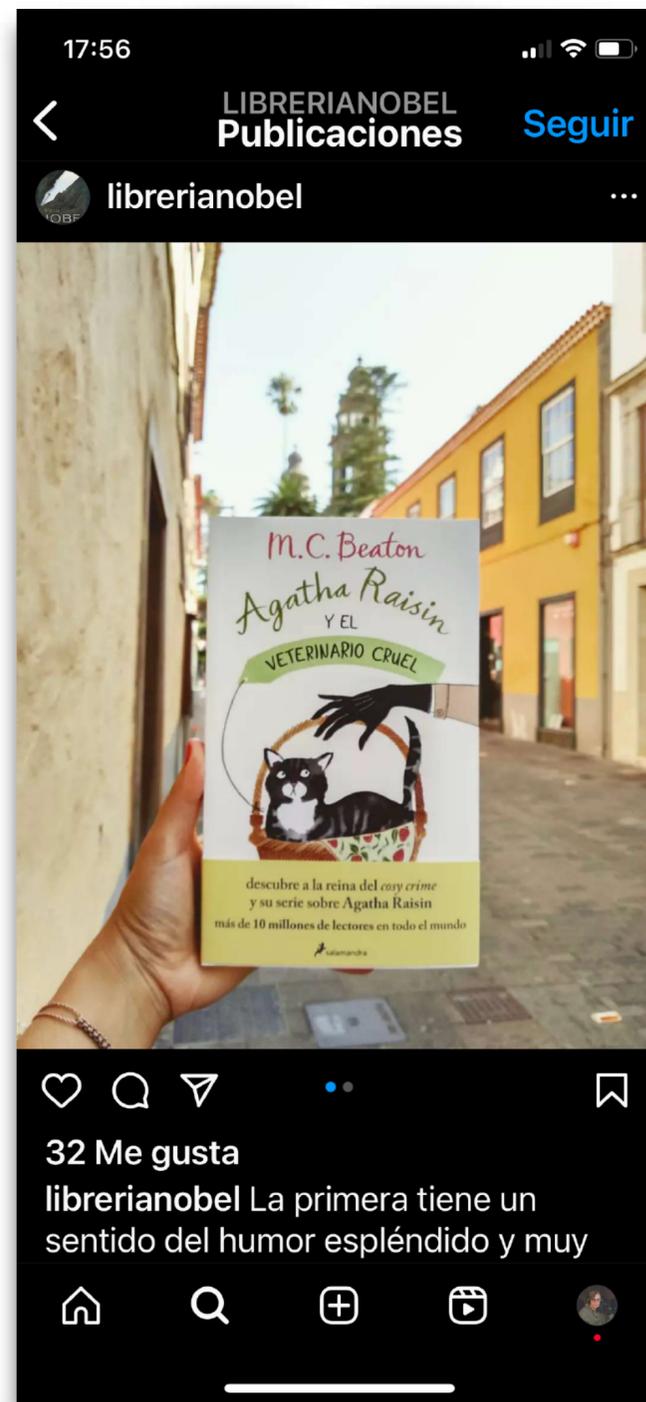
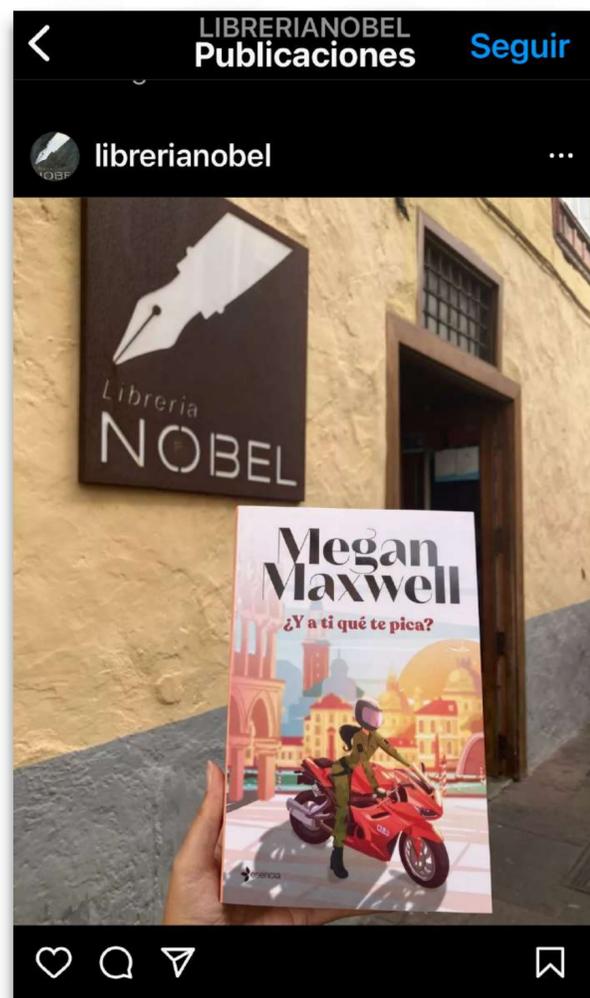
Y tú, ¿qué haces para que tu semipermanente dure más? ¡Cuéntanos!

5 Me gusta

24 de septiembre de 2023

Entra para indicar que te gusta o comentar.

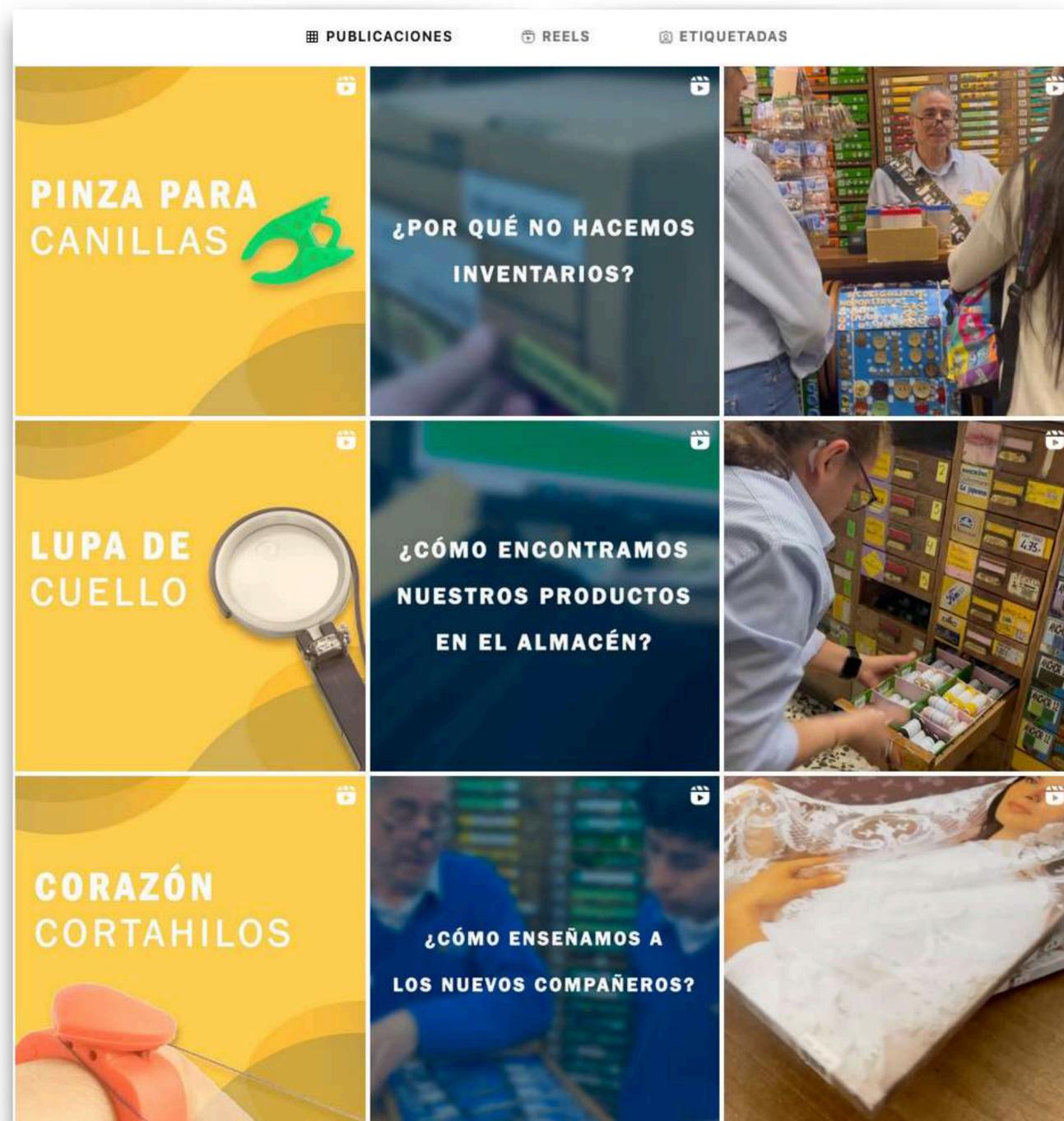
Copy para RRSS



Crea tu estilo. Aporta.

32 Me gusta
librerianobel La primera tiene un sentido del humor espléndido y muy malicioso. Tanto, que tiene más de 10 millones de lectores en todo el mundo 🤖👉
La segunda, es una novela muy inteligente, fresca, divertida y bien armada. Es fácil de leer y difícil de entender. Este premio Goncourt 2020 te plantea lo siguiente: ¿Cómo reaccionarías ante lo inexplicable? 🤔
¿Y tú? ¿Con cuál te quedas? 📖📖💚
¡Ven a @librerianobel y lo averiguamos 😂!
#laanomalía
#agatharaisinyelveterinariocruel
#cosycrime #premiogoncourt #novelas
#lectura #librosrecomendados 📖
#nobel #lalagunatenerife

Copy para RRSS



Copy para RRSS

TEXTOS INSTAGRAM

1. Humaniza.
2. No todo es vender.
3. No a los monologos, comunicación.
4. Usa los hashtgas con inteligencia.
5. Formatea los textos, rompe párrafos, haz listas.
6. Usa frases cortas. Usa fórmulas (PAS, AIDA...)
7. Menos características y más beneficios.
8. Revisa las publicaciones.
9. Responde a las preguntas y comentarios.
10. Cuida la imagen.

FACEBOOK

1. Tener claro objetivo de la entrada.
2. Empatizar con el lector
3. No textos largos ni lenguaje complicado.
4. NO faltas de ortografía ni comerte palabras.
5. Juega con la psicología. 😊😊
6. Puedes usar emoticonos 📍📍 con mesura y para estructurar
7. Rompe párrafos. Crea frases destacadas.
8. Pide interacción
9. Llama a la acción.
10. Comprueba cómo queda, revisa.

TWITTER / THREADS

1. Usa #hashtags
 2. Busca interacción.
 3. Escribe bien
 - 📍4. Usa emoticonos, no abuses. 📍
 5. Enlace en medio.
 6. Urgencia
 7. Llama la ATENCION.
 8. Muestra beneficio.
 9. Usa números.
 10. Menos sustantivos y adjetivos. Más verbos.
- Y no olvides la imagen.

LinkedIn

1. Comparte contenido, aporta.
2. Usa hashtags
3. Es de las pocas redes que aguanta artículo sin foto. Mejor, no.
4. Se humano y real, cuenta historias.
5. Enlaces (¿en el primer comentario?)
6. Comunicación en dos sentidos.
7. Interactúa y pide interacción

<https://emojicopy.com/>

<https://yaytext.com/es/>

<https://admockups.com/>

✓ Revisar, revisar y revisar ✓

1. Lee tu texto **en voz alta**. Ahí ya obtienes pistas de dónde hay errores.
2. Si es posible dejar tu texto **reposar** de un día para otro, lo ves con perspectiva.
3. REVISAR LA **ORTOGRAFÍA**.
4. REVISAR LA **PUNTUACIÓN**. (Puntos, comas...)
5. Elimina frases repetitivas. **Usa sinónimos**.
6. **Fuera tecnicismos** y palabras difíciles. Palabras vacías.
7. **Formatea** bien, usa las negritas, usa las cursivas.
8. Escribe para que te lean en internet. **Rompe los párrafos**, separa frases. Dale **ritmo**.
Para esto te ayuda leer en alto.
9. **Previsualiza**, tienes que verlo en lugar en la que va. Mira cómo queda.
Comprueba la tipografía, que se puede leer y que las imágenes sean correctas.
Revisa la versión móvil.
10. Usa un **lenguaje inclusivo**. En vez de el cliente o la cliente, mejor, la clientela.

- Lorca Editor:
<https://lorcaeditor.com/documentos>
- Languagetool (extensión)
<https://languagetool.org/es>
- Grammarly (para textos en inglés)
<https://www.grammarly.com/>
- Lleva Tilde
<https://llevatilde.es/>

✖ Escribir con fórmulas ✔

Todo lo que necesitas saber a la hora de elegir coche

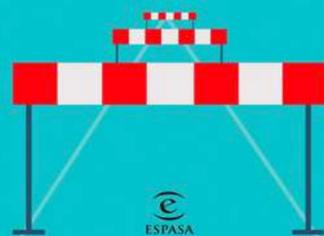


Todo lo que necesitas saber para entender el fútbol



ENRIQUE ROJAS

Todo lo que tienes que saber sobre la vida



ESPASA

Todo lo que hay que saber sobre la Creatina



Todo lo que debes saber sobre las freidoras de aire

Esta entrada recoge todo lo que debes saber sobre las freidoras de aire y responde a las preguntas que me habéis hecho en redes.



Embarazo. Todo lo que debes de saber

Breve guía para que conozcas todo sobre el embarazo



lar 29, 2021



@ Isaac Gallo 24 agosto, 2022

TODO LO QUE TIENES QUE SABER PARA EMPEZAR EN EL VOLEY

¿QUÉ ES EL VOLEIBOL?

✘ Escribir con fórmulas ✘

Títulos

Asuntos de correos

- Cómo..... en.....

Como aprender ingles en 1 año. (aprender ingles la palabra clave)

- 5 formas de mejorar tu.....
- 5 formas de mejorar tu..... sin despilfarrar.... (((Tiempo o dinero)))
- 10 consejos para
- Como lograr..... en la mitad de tiempo
- Las x verdades y las x mentiras sobre
- La guía definitiva para en pasos
- ¿Merece la pena comprar..... ?
- Como superar el miedo a
- Lo que nadie te quiere contar sobre.....
- Todo lo que hay que saber de.....

- No debe ser muy largo (máx 46 a 70).
- Cumplir 3 de estas 4 premisas:

- **Directo**: Sabes de qué va con verlo.
- **Concreto**, específico.
- **No mentir**.
- **Generar curiosidad** (básico).

Entrada

- **Podnews with Magellan...** 12:17 >
The top 10 podcasts among US Bl...
iHeart tries to stop the bots 2.8 mins
to read · 30,943 subscribers; issue...
- **Kloshletter** 6:47 >
El caso
La Guardia Civil detiene a un asesor
del exministro Ábalos por un fraud...
- **Equipo Vinted** ayer >
Tu "Blusa Jesús Del Pozo T.46" ha...
17,00 € alesrlafita ha marcado tu
"Blusa Jesús Del Pozo T.46" como...

- Usar la psicología. 🐱
- Puedes usar emojis. 😊
- Puedes usar fórmulas.
- Ojo con el remitente.

✘ Escribir con fórmulas ✘

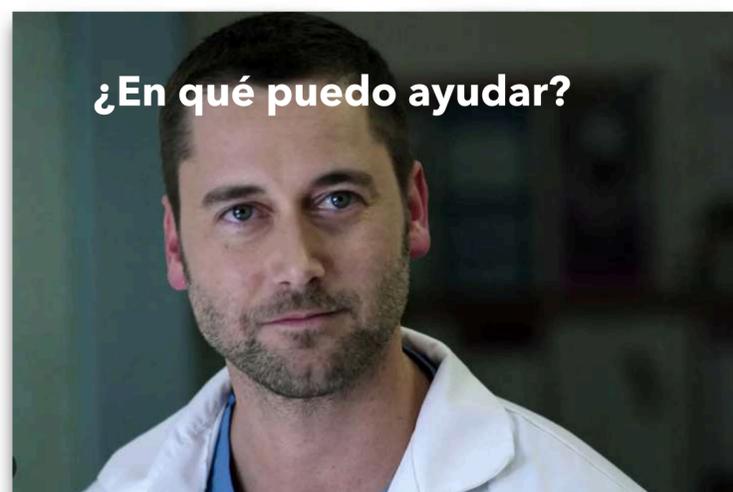
Textos

La PAS

PROBLEMA

AGITACIÓN

SOLUCIÓN



Hola Jose Antonio,

¿Qué tal? ¿Cómo va todo? Te escribo porque cada vez es más frecuente que el ascensor se quede parado y estemos varios días sin servicio. **(PROBLEMA)**.

Sinceramente, me preocupa sobre todo por la gente mayor del edificio que tiene que subir las escaleras y tienen poca movilidad. Estoy pensando ahora mismo, en Antonio, el vecino del 3º y su máquina de oxígeno. Supongo que esos días no saldrá de casa y no quiero pensar qué puede ocurrir si se avería estando fuera y tiene que subir los tres pisos. **(AGITACION)**

El caso es que si la empresa que normalmente lleva lo del ascensor sigue sin tenernos entre sus prioridades, tal vez, podríamos buscar a otra empresa que nos dé una solución más pronto. Tengo amigos en el bloque de enfrente y me cuentan que están encantados con la empresa que les lleva a ellos el mantenimiento. Así que si quieres, les pido el contacto. **(SOLUCION)**

Bueno, quedo a tu disposición para lo que necesites, y a ver si cuanto antes podemos solucionar ya lo del ascensor por el bien de todos los vecinos.

Un abrazo....

✕ Escribir con fórmulas ✕

Textos

AIDA

ATENCIÓN

INTERÉS

DESEO

ACCIÓN

AIDA es **A**tención / **I**nterés / **D**eseo / **A**cción
PAS es **P**roblema / **A**gitación / **S**olución
PASTOR es **P**roblema / **A**gitación / **S**olución / **O**ferta / **R**espuesta
P.P.P.P es **P**roblema / **P**romesa / **P**ruueba (social) / **P**ropuesta (CTA)
DALE es **D**olor / **A**tención / **L**lamada a la acción / **E**xpectación...

Interés-->

Deseo-->

Acción-->

Atención-->

Cuando es una publicación con imagen, suele ser ella la que llama la atención, en un texto sería el título, en un correo el asunto.

Amigalitos Esponjosos
Publicidad

• Dicen que los perros no pueden comer pollo, huevo, ni verduras... y no sé cuántas cosas más ¿Estás segur@? ¿El pollo y las verduras es malo para los perros?

Todo eso ha sido creado para atemorizarte y que no le des a tu perro ningún otro alimento que no sean croquetas.

👤 Con nuestro Nuevo Curso Online Aprende a alimentar de forma natural y nutritiva a tu compañero, incluso si siempre lo has alimentado con comida industrial.

🕒 Disponible sólo por tiempo limitado, Aprovecha además el 50% de Descuento dándole clic en VER MÁS 🌟

APRENDER A ALIMENTARLO DE FORMA CASERA Y ECONÓMICA
Aumenta la Esperanza de Vida de tu perrito con nuestro nuevo curso online

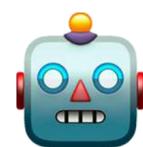
NO MÁS PEPAS



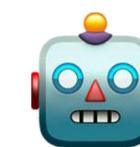
RETAIL
EUSKAL ESKOLA
ESCUELA VASCA

Euskadi, nazolana, bien común
EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
EUSKAL MERKATUEN
ERAKUNTZA
DEPARTAMENTO DE FURNEL
COMERCIO Y CONSUMO

Buscar inspiración



Trabajar con IA Generativa



<https://chat.openai.com/>

<https://gemini.google.com/app>

ChatGPT abierto al "público" 30-11-2022

Generativa, ¿por qué? Porque crea contenido nuevo.

Legislación: Ahora se han puesto las pilas, llevaban trabajando en ello desde 2015.

¿Cuánto tardaron en alcanzar el millón de usuarios?

Facebook -> 2 años

Spotify -> 10 meses

Instagram -> 75 días

ChatGPT -> 5 días

Limitaciones:

- Lo fresca que es la información con la que ha sido alimentada.
- Inventa cosas, fallan.
- Las respuestas pueden ser poco precisas.
- Tiene sesgos puesto que ha sido entrenada con datos sesgados...
- Posibilidad de plagio, genera partiendo de existente.
- Ética y autoría.
- Contenido plano y falta de humanidad, empatía.
- ...

ChatGPT

Consejos para comenzar

Pregunta sin dudar

ChatGPT puede responder preguntas, ayudarte a aprender, escribir código, pensar ideas contigo y mucho más.

No compartas información sensible

El historial de chat puede ser revisado o utilizado para mejorar nuestros servicios. Aprende más sobre tus opciones en nuestro [Centro de Ayuda](#).

Verifica las afirmaciones

Aunque tenemos medidas de seguridad, ChatGPT puede proporcionarte información inexacta. No está destinado a ofrecer consejos.

Entendido, ¡Comencemos!

Trabajar con IA Generativa

<https://chat.openai.com/>

<https://gemini.google.com/app>

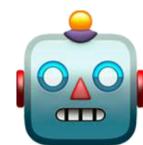
Prompt: Instrucción, conjunto de palabras que usamos para generar contenidos.

La inteligencia artificial generativa es tan buena como la información que se le brinda.

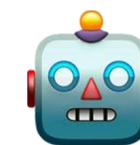
Define el objetivo.
Dale el contexto, tú lo tienes.
Usa un lenguaje conciso, preciso y específico.
Combina instrucciones.
Revisa siempre.

A menos contexto, más libertad de decisión y menor posibilidad de lograr lo que buscas.

Si no consigues lo que quieres, la culpa es de cómo lo has pedido.



Trabajar con IA Generativa



Define el objetivo.
Dale el contexto, tú lo tienes.
Usa un lenguaje conciso, preciso y específico.
Combina instrucciones.
Revisa siempre.

Mejora el texto

Copiar el texto de un correo que hayas escrito y pídele que te lo mejore.

Reescribe

Reescribe este artículo con un tono.....

Actúa como

Escribe un email a puerta fría para ofrecer tus servicios de y actúa como si fueras...

Actúa como que se postula para un empleo de.... en tal empresa que pide tal y tal cosa.

Escribe una carta de presentación.

Convierte

Convierte las características del producto (la indicas) en beneficios

Incluye

Incluye tres ejemplos donde usar el producto de la url anterior.

O, incluye tres fuentes sobre tal cosa, y por favor, indícame las URL

Calcula

Calcula cuánto se tarda en leer en voz alta este texto.

Analiza

Analiza este texto (uno que le pegas) y dime las keywords

Investiga

Investiga el público objetivo de un texto.

Resume

Resume este texto

Traduce

Traduce este texto

<https://chat.openai.com/>

<https://gemini.google.com/app>

Revisa los textos.
Reemplaza palabras repetidas.
Elimina las frases de relleno.
Atribuye personalidad al texto.
Hay cosas que solo puedes escribir tú.

■ Estructuras y partes web ■

Ejemplo: <https://tejados-cofam.es/>

COPYWRITING PARA ATRAER
Y FIDELIZAR A TU CLIENTELA
Margot Martín @El_Recuento

Home o página de inicio Cuenta al visitante de qué va ese sitio al que ha llegado.

Objetivo: **SOLO UNO**

- Presentar a la empresa
- Vender (escaparate principal)
- Captar suscriptores (Squeeze Page)

Sobre mí Se le cuenta quién es la persona o empresa que está detrás de ese sitio web, cómo ha llegado hasta ahí y por qué se debe confiar en ella/él.

Objetivo: Generar confianza y empatía

Blog

Objetivo: Compartir contenidos para posicionarse como experto de cara audiencia y a Google.
Generar tráfico.

Página de contacto

Objetivo: Propiciar, facilitar el contacto.
Invitación clara a entablar comunicación.

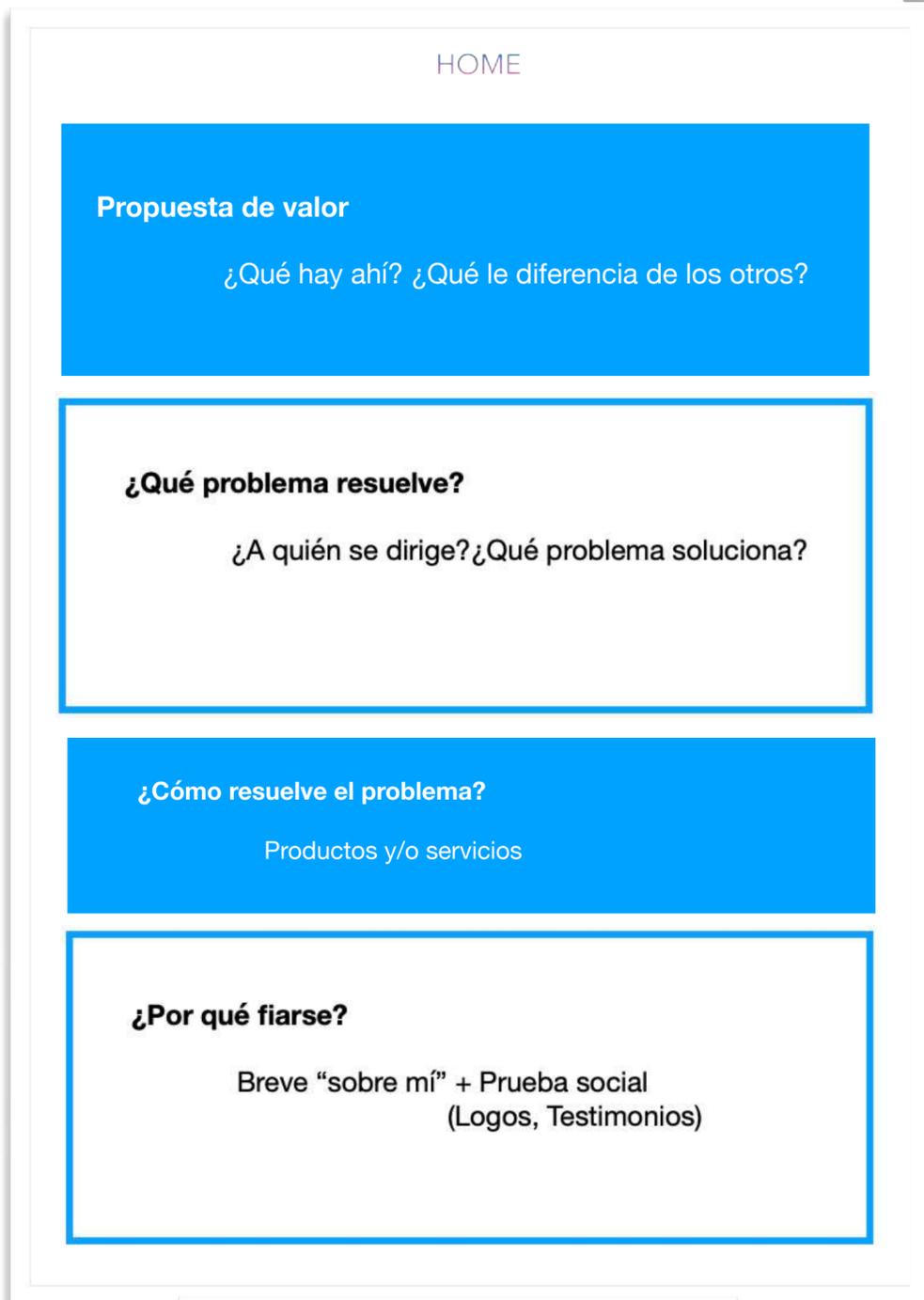
Página de ventas

Objetivo: Vender

Squeeze Page o página de registro.

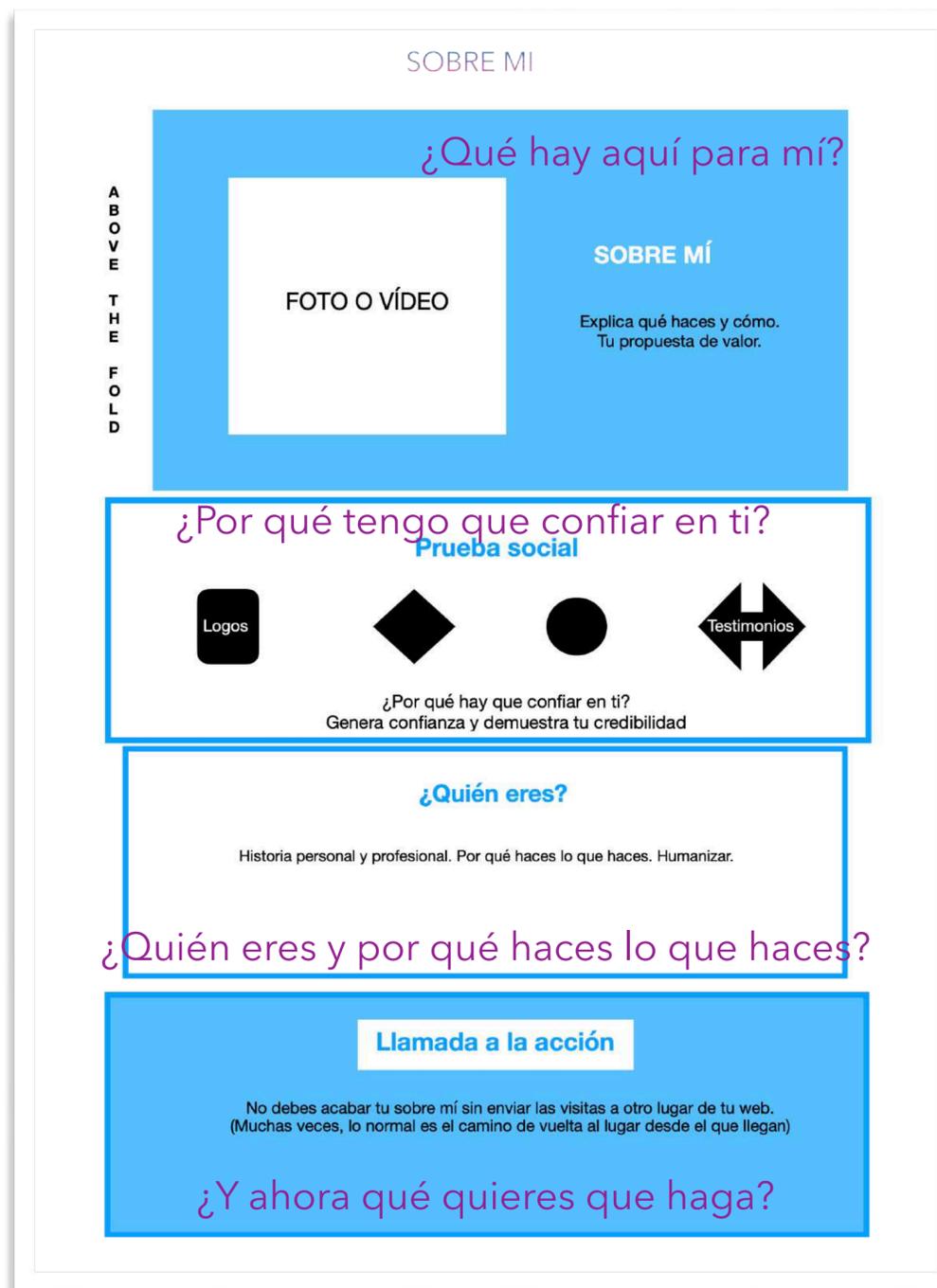
Objetivo: Conseguir datos a cambio de algo que se ofrece gratis.

Estructuras y partes web



Objetivo: **SOLO UNO**

- Presentar a la empresa
- Vender (escaparate principal)
- Captar suscriptores (Squeeze Page)



Objetivo: Generar confianza y empatía



Objetivo: Propiciar, facilitar el contacto.
Invitación clara a entablar comunicación.

📱 Estructuras y partes web 📱

Página de ventas

(Una de las múltiples posibilidades, usando fórmula PASTOR)

Problema

¿Cuál es el problema?

Agitación

Agitamos y amplificamos el problema

Solución

Mira la solución que tengo para ese problema

Testimonios

Todas estas personas ya lo han probado y les ha ido bien

Oferta

Más detallado que en solución. Explicación del producto.

Respuesta (CTA)

Llamada a la acción

(+ GARANTIA y CTA)

La ficha de producto perfecta

1. La distinción está en el texto.
2. NO copies.
3. Si puedes, segunda persona y verbos en forma imperativa.
4. Al grano sin rodeos.
5. Juega con las negritas, lo subrayados.
6. Haz minilistas.
7. Cuida el microcopy de los pie de foto, encabezados, detalles...
8. PON LAS CARACTERISTICAS
9. Incluye los beneficios.
10. Cuida las fotos.
11. Llamada a la acción que se vea (comprobar con zoom)
12. Reforzar con prueba social.

SEM - Search Engine Marketing
SEO - Search Engine Optimization
SERPs - Search Engine Result Page

COPYWRITING PARA ATRAER
Y FIDELIZAR A TU CLIENTELA
Margot Martín @El_Recuento

Hablemos de SEO

Search Engine Optimization

¿Cómo cuidar el SEO?

- Cuidar el **snippet**
- Poner la **palabra clave** en las imágenes y archivos que vayan en una entrada.
- Poner la palabra clave en el Título (H1)
- Organizar contenido, poner etiquetas h2, h3, h4.
- Hacer listas.
- Cuidar la accesibilidad.



Slug - La Url, quitar palabras vacías, usar palabra clave.

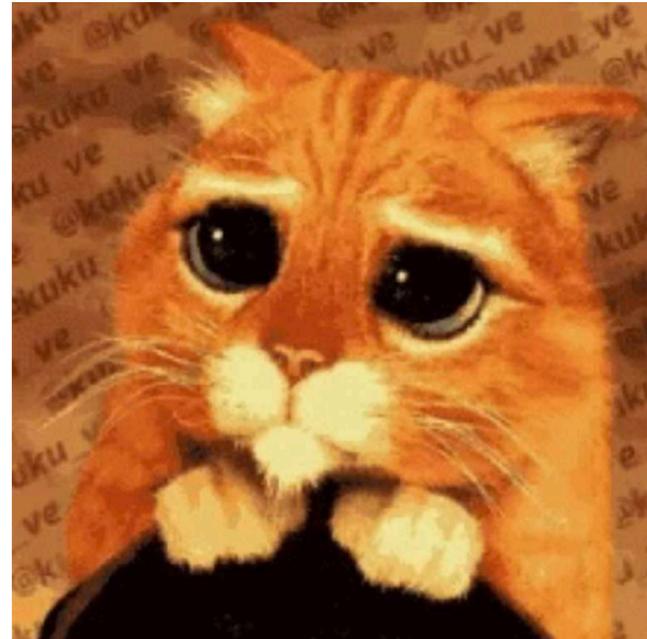
Title - No es el título del post, sino lo que sale en azul en Google. Mejor que sean diferentes. Keyword lo más a la izquierda posible. Entre 60 y 65 caracteres.

La meta descripción - Tiene que haber correspondencia, se complementa con el Title. No es tan importante incluir la Keyword. 156 máximo..

Keyword o palabra clave: Todo los términos que un usuario introduce en los buscadores para encontrar algo.

GRACIAS

POR FAVOR, rellened **CUESTIONARIO**



Margot Martín -
- 28 mayo 2024 -