

CURSO

Community Manager

UNIDAD 13
Copywriting



Lo que tenés que saber sobre COPYWRITING



Fundamentos del copywriting



¿Qué es el copywriting?



Es una técnica de escritura persuasiva.

Busca moldear la percepción del lector sobre un tema y llevarlo a tomar acciones concretas



Cómo toda técnica, es algo que podemos aprender.

Sólo prestá atención a estos puntos

- De nada sirve escribir bien, **si no conocés a tu audiencia.**
- Escribí para emocionar, **no para impresionar**
- Escribí desde lo que te hace único, **con tu propia voz**

¿Cómo aprendemos?



REPETICIÓN

IMPREGNACIÓN

ASOCIACIÓN

EMOCIÓN

Repetición

- **Título:** «Marketing emocional para crear una marca rentable».
- **Subtítulo:** «Descubre el poder del **marketing emocional** y adopta estrategias comunicativas para cautivar, inspirar e impactar. Destapa tu magia».

Asociación

Título: «Puertas PENTÁGONO, más duras que la realidad».

Las **metáforas** crean una conexión inmediata entre dos elementos, pues relacionan dos términos que tienen en común alguna cualidad.

Impregnación

Título 1: «Cómo hacer un **bizcochuelo** de chocolate»

Título 2: «Cómo hacer un **bizcochuelo esponjoso** de chocolate»

Las **palabras sensoriales** son palabras únicas y memorables. Hacen que tu lector pueda oler, ver, oír, probar o sentir algo sin tener el producto en cuestión entre sus manos.

Emoción

Título 1: «Conocé el nuevo **seguro para mascotas**»

Título 2: «Este es mi perro Vito, y **voy a dejar que él te cuente** sobre el nuevo seguro para mascotas»

Las historias bien contadas pueden influir en las personas que la leen e incitarles a la acción.

Reciprocidad

Cuando recibimos de manera desinteresada, se activa en nosotros el principio de reciprocidad y sentimos la necesidad de agradecer ese gesto con otro similar.



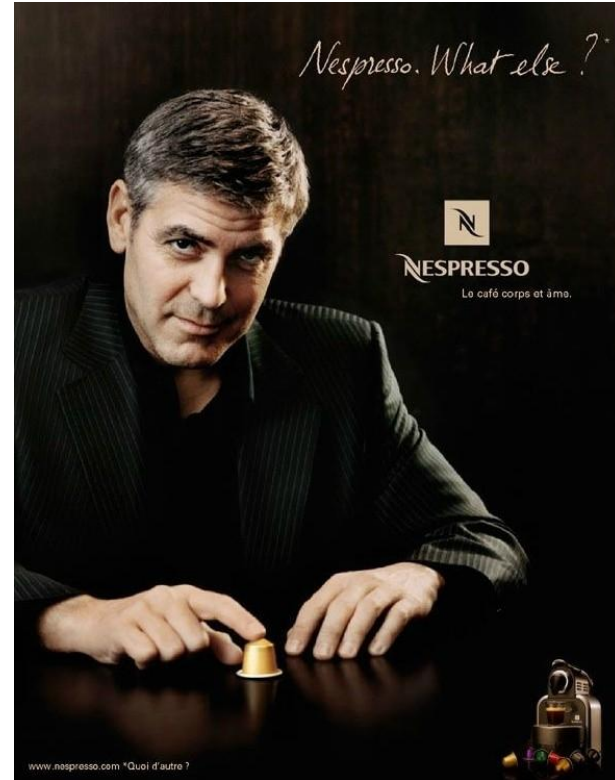
Escasez

Este principio de persuasión es muy eficaz porque nuestro cerebro prioriza el evitar perdernos algo o quedarnos fuera.



Autoridad

Cuando percibimos a alguien como una figura de autoridad, confiamos rápidamente en su palabra. Aunque aparezca en un sector que nada tenga que ver con su profesión.



COMPROMISO / COHERENCIA

La gente está más dispuesta a hacer una acción si es coherente con lo que viene haciendo. Por otro lado, si lo que prometés no coincide con la realidad, olvidate para siempre de ese compromiso.



Prueba social

La prueba social nos da tranquilidad y refuerza esa necesidad que tenemos de reafirmarnos como consumidores, de saber que el paso que estamos dando es el correcto.



Simpatía

Utilizá el mismo lenguaje que tus clientes y transmití tus ideas con naturalidad.



Ejercicio

1. Elegir un producto o servicio a vender, y redactar un texto persuasivo de INSTAGRAM para venderlo.
2. Marcar cuál de los principios de la persuasión se está utilizando para el mismo.



¡Muchas gracias!