

Bienvenido a Escribir Para Vender

1. ¿Cuáles son los objetivos principales de tu negocio a la hora de cambiar tus nuevos textos?

Es el momento de definir qué es lo que quieres conseguir. Marca con una "x" donde corresponda. He incluido ejemplos para que sea más fácil definir esta parte.

- ¿Quieres conseguir más suscriptores? *Ejemplo → 300 suscriptores más en un mes, 1000 adicionales en los próximos seis meses.*
- ¿Quieres vender más del producto Y? *Ejemplo → Subir las ventas un 25% del producto o servicio X en los próximos tres meses.*
- ¿Quieres aumentar el tráfico en tu web? *Ejemplo → Un 70% en 6 meses.*
- ¿Quieres mejorar el conocimiento del producto? *Ejemplo → Quiero que el producto X sea más conocido para aumentar un 30% más las compras en las tiendas durante el próximo trimestre.*
- ¿Quieres alcanzar más fans en redes sociales? *Ejemplo → Conectar con 25 personas más por semana en Facebook.*

	Específicos	Medibles	Alcanzables	Relevantes	Tiempo

En relación al tema de los objetivos, quiero que tengas en cuenta cuáles son las tres únicas formas de hacer crecer tu negocio porque esta parte está muy relacionada con los textos de tu web:

1. Incrementando el número de ventas por cliente.
2. Incrementando el número de clientes.
3. Incrementando el número de veces que un cliente repite.

Elijas la opción que elijas, tendrás que redactar contenidos estratégicos para atraer a esos clientes.

2. Define los objetivos específicos que tienes que fijarte antes de escribir.

Esta parte te servirá para no perder la perspectiva cada vez que redactas algo.

Antes de ponerte a redactar y a editar cualquier texto de tu página quiero que te detengas un momento y reflexiones sobre cuál es el objetivo del texto que estás a punto de escribir.

Este es el objetivo principal del buen copywriting. El copy que se escribe para lograr un objetivo específico. Una meta clara y que siempre tienes en mente.

De la misma forma, para escribir y persuadir a un público específico lo primero que necesitas saber es cuál es su objetivo. No es lo mismo conseguir más ventas que reposicionar tu imagen de marca porque estás percibiendo que estás atrayendo al cliente erróneo.

Quizás estés pensando en cambiar los textos de tu página principal o simplemente quieres seguir esta guía para escribir un post de forma estratégica. Aquí va entonces mi pregunta: **¿cuál es tu objetivo?**

Cómo consigues alcanzar ese objetivo a través de la escritura es de lo que hablaré a lo largo de todo el curso.

Cada vez que te plantees empezar a escribir algo nuevo detente unos 10 segundos y piensa bien qué es lo que quieres conseguir:

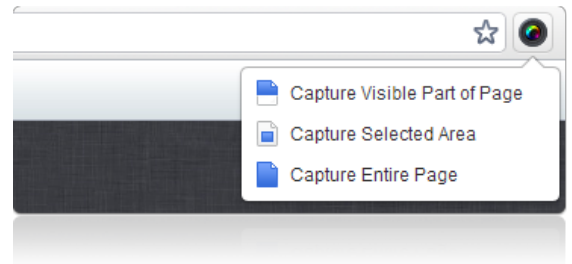
- ☐ ¿Incrementar las ventas?
- ☐ ¿Responder a dudas?
- ☐ ¿Generar tráfico a tu tienda online?
- ☐ ¿Conseguir más suscriptores?
- ☐ ¿Mejorar tu imagen de marca o tu reputación?
- ☐ ¿Informar de un nuevo producto o servicio?
- ☐ ¿Estar en contacto con potenciales clientes?
- ☐ ¿Aumentar el número de consultas?

Esto es básico para conseguir lo que quieres.

En este curso te aseguro que no vamos a escribir por escribir.

3. Crea una carpeta con las capturas de pantalla de tu página web.

A través de la extensión de [Google Chrome Awesome Screenshot](#), la página [Snapito](#) o las herramientas que tienes por defecto en tu ordenador realiza una captura de pantalla de todas las páginas de tu web.



Mi herramienta favorita es Screenshot porque puedo apuntar y señalar algunos elementos con colores.

Quiero que tengas un antes y un después de los textos de tu página.

Te aseguro que te arrepentirás si no haces estas capturas (más adelante verás por qué te lo digo).

4. Crea una segunda carpeta con capturas de pantalla de mensajes que te gustan. (Tu repositorio de ideas de copywriting)

A partir de ahora quiero que empieces a guardar capturas de pantalla de mensajes que te gustan y llaman tu atención. Pueden ser de tu competencia o de cualquier otro sector.

- Páginas de ventas.
- Campañas de email marketing.
- Títulos de post.
- Mensajes principales.
- Propuestas de valor.
- Llamadas a la acción.
- Garantías.



Quiero que lo guardes todo y que comiences a descubrir de qué forma las palabras que lees generan una respuesta en ti y te hacen reaccionar.

5. Checklist para descubrir si tu página necesita un lavado de imagen.



En este módulo o quiero que revises si tu página necesita o no un lavado de imagen. No es la primera vez que pasarás por alto ciertos temas que a tus ojos creerás que no son importantes pero que para tus potenciales clientes sí lo son.

Recuerda que la imagen atrae a los usuarios y les ayuda a hacerse una primera impresión de quién eres. Tus textos seguidamente serán los que ayudarán a retener a esa persona.

Por tanto, el diseño y el contenido irán de la mano. En ese sentido no quiero que te quedes sin revisar varios elementos de tu página:

- ☐ ¿Tu página dispone de llamadas a la acción?
- ☐ ¿Se carga rápidamente?
- ☐ ¿Tu web tiene un look desfasado si la comparas con la de tu competencia?
- ☐ ¿Cómo es la versión móvil?
- ☐ ¿Los motores de búsqueda encuentran tu página?
- ☐ ¿Dispone de contenido dinámico (blog)?
- ☐ ¿Está creada con una tecnología obsoleta estilo flash?
- ☐ ¿Sigue una línea de colores acorde a tu personalidad de marca?

Sé objetivo con tu propia web y verifica esta parte visual de tu página porque también es muy importante.

6. Crea una carpeta con un documento por cada página que vas a revisar durante este curso.

Si tu página tiene en el menú la siguiente jerarquía:

- Home.
- Conoce el equipo.
- Servicios.
- Blog.
- Eventos.
- Contacto.

Mi unidad > Escribir Para Vender > 4. Copywriting ▾	
Nombre ↑	
	1. Home
	2. Conoce el Equipo
	3. Servicios
	4. Eventos
	5. Blog
	6. Contacto

Crea una carpeta con estas seis páginas.

Probablemente en Servicios tendrás varias páginas, o si tienes una tienda tendrás una carpeta por cada producto o por cada categoría (lo que sea más fácil para ti).

Esta carpeta a lo largo del curso la iremos ampliando con otras páginas importantes como la 404 o las páginas legales que podrás ver en uno de los materiales extra del programa.

La última carpeta se refiere a la auditoría de contenido que te propongo que hagas en el otro documento que he incluido en este módulo.

Gráficamente estas son las carpetas que te pido que crees antes de comenzar con el módulo 1 la próxima semana.

