

Copywriting, técnicas para comunicar

Copywriting, técnicas para comunicar

Copywriting, técnicas para comunicar, es una mini guía para explicar esta técnica tan esencial si queremos llamar la atención de nuestros futuros clientes.



Hemos añadido un término nuevo en el blog. Ya sabes que trato de no tener que incluir mucho estas nuevas *palabrejas*. Pero te lo voy a explicar, claro está.

El [Copywriting](#) es la técnica mediante la cual se convierte un texto simple, en una invitación a compartir una idea o adquirir un producto o servicio.

Por eso hoy quiero hablarte de la compatibilidad que tienen estas dos funciones, tuvimos un contacto con el **Storytelling** anteriormente, puedes encontrarlo en este [post](#).

Copywriting, algunas técnicas para iniciarse.

Segmenta, lo primero será averiguar quien es tu [target, público objetivo](#), no es lo mismo dirigirse a un tipo de persona que a otro.

Estudia a tu prospecto o **lead**, escúchale. No vendemos igual una idea a todo el mundo. Esto forma parte del pasado, cuando los comerciales se aprendían un discurso y lo único que hacían era recitarlo.

No importaba si les escuchaban, ni el interés, en esos tiempos la mayoría eran, prácticamente, robots, estudiaban un discurso y te lo largaban sin escuchar, el *charlatán* se le llamaba.

El producto se colocaba con calzador. El cliente se tenía que adaptar a nuestro artículo sí o sí.

[El antiguo vendedor introducía un artículo fuera como fuera, el cliente se tenía que adaptar al producto. Hoy buscamos soluciones para nuestros clientes #coaching #marketing #emprender Clic para tuitear](#)

Debemos aprender de nuestros clientes, habrá que saber cual son sus necesidades, adaptar nuestros productos para resolver los problemas que tengan nuestros clientes o [leads](#).

La idea es identificar su problema aunque ni ellos mismos lo sepan, nosotros estamos ahí para encontrar la solución, nos buscan cuando nos necesitan.

Si le cuidas, puede que no le vendas nada pero independientemente harás un amigo y un embajador de tu [Marca Personal](#).

Copywriting, aplicando una técnica.

Hay distintas técnicas que podemos emplear para vender nuestra idea o producto. Si te fijas en algunos anuncios, tanto en los grandes medios como en Internet, todas las palabras que se emplean están orientadas a captar la atención de nuestros hipotéticos clientes, siempre intentando llegar desde las emociones. Lo que se conoce por [Neuromarketing](#).

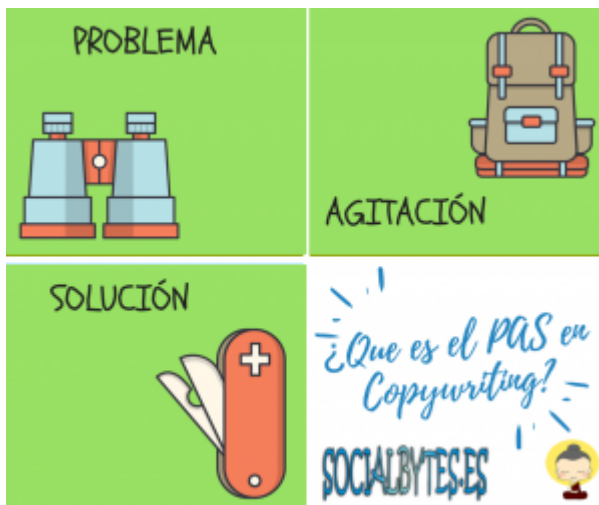
Una de las técnicas más usadas en **Copywriting** es la conocida

como **PAS**. Esta no solo es empleada en los anuncios, también en una película o una serie y en muchas otras partes, siempre buscando llegar a las personas a través de sus necesidades.

Obviamente a la hora de contar historias, [Storytelling](#) también la aplicamos.

El **PAS** se compone de tres partes:

- **Problema**, se trata de explicar una situación problemática, la cual es la fuente para la que tenemos el producto o servicio adecuado. Te voy a poner un ejemplo, en una película, nos cuentan como un personaje se encuentra viviendo una situación determinada. Nos lo presentan, empatizamos con él, nos explican un poco su vida, le conocemos, crean una sinergia entre él y nosotros.
- **Agitación**, es el siguiente paso, se produce el



nudo, la fuente del problema, se amplifica la historia, probablemente muy enrevesada, nuestro personaje se enfrenta a una delicada situación. En el caso de una película, como el protagonista de ella ya nos resulta conocido, nos sentimos solidarios con él, deseamos que encuentre la solución.

- **Solución**, el último paso, nosotros vamos a conseguir una solución al problema de nuestro cliente. Si hablamos de la película, deseamos una solución feliz para ese personaje con el cual ya nos hemos sentido

identificados.

Conclusiones

¿Por qué digo todo esto?.

Porque todavía existen muchas empresas que siguen en el pasado, más de las que puedas imaginar, siguen intentando colocar sus productos, no les importa el como ni el porqué.

[Busca una solución al problema de tu cliente, si no la encuentras, tal vez en otra ocasión, esta persona recordará que le ayudaste y se convertirá en un amigo. #coaching #marketing #marcapersonal #proyectosocialbytes Clic para tuitear](#)

¿Qué significa esto para ti?.

Si llegaste hasta aquí, ¡Enhorabuena!, has decidido entrar en un mundo nuevo, el **Marketing online**. Con el tiempo me lo agradecerás, ¡despierta!, estamos en el siglo XXI.

¿Por qué debería preocuparte no saberlo?.

Porque si no entiendes lo que esto significa, estás perdiendo la oportunidad de entrar en un nueva dimensión.

Busca la empatía y el **engadgement** con tu audiencia, el que no te compren hoy no significa que no lo hagan mañana.

Hay muchas personas que aunque no adquieran tus productos, te recomiendan y ahí está una de las opciones más interesantes, personalmente yo lo llamo: *el boca a boca electrónico*.

En la mayoría de los casos debemos emplear **Neuromarketing**, como dije anteriormente.

Debemos encontrar el cliente específico, el que tiene una

necesidad, habrá que adaptar nuestro producto o servicio, y encontrar solución al problema de nuestro **lead**.

Gracias a [Pixabay](#) por las imágenes.

Se agradecen muchísimo los comentarios.

Si te gusta lo que hago y deseas saber más, considera [invitarme a un café](#), podemos charlar un rato.

También puedes darme soporte, si compras en Amazon, pinchando



en la imagen de abajo.