



#### **COPYWRITING**

DURACIÓN: 15 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

#### **OBJETIVOS**

- 1. Saber cuándo debe usar copywriting.
- 2. Conocer las herramientas de investigación. Saber desarrollar el perfil del lector de forma profunda. Entender lo que hay que vender más allá del producto o servicio en sí. Tener un sistema que te permita escribir piezas de copywriting con buenas ideas.
- 3. Conocer estructuras de textos persuasivos.
- 4. Saber escribir textos persuasivos para redes sociales y saber la estructura de un webinar.
- 5. Saber escribir textos persuasivos en emails de conversión.
- 6. Saber escribir textos persuasivos en una web y una página dirigida a una venta concreta.
- 7. Saber escribir textos persuasivos para anuncios

#### **PROGRAMA CONTENIDOS**

### Unidad 1. Qué es y para qué sirve el copywriting

- 1. Qué es y para qué sirve el copywriting
- 2. Tipos de copywriting
- 3. Referentes del copywriting
  - 3.1. Características de un buen copywriter

### Unidad 2. Base y método para escribir textos persuasivos

- 1. Investigar antes de escribir
  - 1.1. El mercado
  - 1.2. La marca o empresa
- 2. ¿A quién le escribes? Radiografía del cliente en 3 dimensiones
  - 2.1. Tipos de radiografía 3D del cliente
  - 2.2. Nivel de consciencia del cliente al que nos dirigimos
  - 2.3. Nicho de mercado con el que queremos empatizar
  - 2.4. Dimensiones
- 3. ¿Qué vendes?
  - 3.1. Método MLP (Mind Love Point) o Punto de Enamoramiento mental de Cliente
  - 3.2. Paso 1. Sintetizar la radiografía 3D del cliente
  - 3.3. Paso 2. Encuentra los códigos dominantes de tu cliente
  - 3.4. Paso 3. Descubre el arquetipo de marca
  - 3.5. Paso 4: Enemigo común
  - 3.6. Paso 5. Desarrollo del MLP
  - 3.6.1. Procedencia del MLP
- 4. Las grandes ideas en el copywriting

- 4.1. El cerebro y las ideas
- 4.2. Filtro de ideas
- 4.3. Método para extraer ideas
- 5. Kit del copywriter
  - 5.1. Propuesta de valor
  - 5.2. Abstracto vs concreto
  - 5.3. Tú no eres uno más
  - 5.4. El precio no debe ser un problema
  - 5.5. Adjetivos vs verbos
  - 5.6. Llamados a la acción (CTA)
  - 5.7. Tipos de edición de texto

### Unidad 3. Fórmulas de Copywriting

- 1. Las 10 fórmulas de copywriting más importantes que existen
  - 1.1. Fórmula: bucles e historias
  - 1.2. Fórmula: AIDA
  - 1.3. Fórmula: Joseph Sugarman
  - 1.4. Fórmula: PAS
  - 1.5. Fórmula: PAS-TOR
  - 1.6. Fórmula: PPP
  - 1.7. Fórmula: Start, Story, Solution
  - 1.8. Fórmula: ?Los 7 fantásticos? de Javi Pastor

- 1.9. Fórmula: Carta Abierta
- 1.10. Fórmula: Las 4Us

## Unidad 4. Copywriting en redes sociales, Blogs y webinars - live streaming

- 1. Copywriting en redes sociales, blogs y webinars
- 2. Copywriting en redes sociales y blogs
- 3. Copywriting en webinars

### Unidad 5. Copywriting en emails

- 1. Copywriting para email marketing
- 2. Tipos de títulos para el asunto del correo
  - 2.1. Ejemplos de asuntos que llaman la atención
- 3. Engagement
- 4. Secuencias de emails
  - 4.1. 4 emails para una secuencia en un lanzamiento
- 5. Consejos finales

### Unidad 6. Copywriting para web landings de venta

- 1. Copywriting para web y landings de venta
- 2. Método StoryBrand: cómo clarificar mensajes a través de historias para que te escuchen

- 2.1. Un personaje
- 2.2. Tiene un problema
- 2.3. Y conoce a un guía
- 2.4. Que le da un plan
- 2.5. Y le lanza un llamamiento a actuar
- 2.6. Para así evitar fracasar
- 2.7. Y al final triunfar
- 3. Estructura de una página de venta en 10 pasos

# Unidad 7. Copywriting para anuncios

- 1. Copywriting para anuncios
- 2. Pasos para ordenar la información y no perder el foco
  - 2.1. Qué decir en el anuncio
  - 2.2. Cómo decirlo