

## 7 claves para escribir textos irresistibles

Escribir una oferta, desarrollar una carta de ventas o redactar un landing page vendedor, son acciones imprescindibles para que nuestra estrategia digital sea 100% efectiva. Pero no siempre es sencillo escribir un texto con todo lo mencionado y llegar al corazón de nuestro público meta.

### **Un título corto y abstracto es un título exitoso**

El título de tu evento o la denominación de tu producto son una de las acciones decisivas para triunfar con tu estrategia de marketing.

Por este motivo, un error de principiante suele ser desarrollar títulos descriptivos largos, pensando que cuanto más descriptivo sean, mejor funcionarán. Esto es un error.

El título de tu email, de tu carta de ventas o del texto de tu landing page debe ser lo más corto posible. Con 3 palabras debería ser suficiente.

Un título excelente no lo es porque sea descriptivo sino porque llama la atención. Así de sencillo.

La labor del título es -principalmente- generar en el prospecto una curiosidad para leer el subtítulo.

Un título para un curso de azafata de vuelo podría ser "Curso de Azafatas", pero no estaríamos consiguiendo emocionar, seducir ni diferenciarnos.

En cambio, si un curso de azafatas lo vendieras con un título que fuera "Tu Destino a 15.000 Pies", estaría realizando una acción única y diferenciadora.

### **El subtítulo debe ser explicativo y descriptivo, y centrarse en el beneficio**

Por este motivo, no importa que el subtítulo sea extenso. Ya hemos adelantado que la labor del subtítulo es explicar el título.

Por otra parte, en el subtítulo deberá incluirse el principal beneficio de lo que estamos vendiendo.

Si se trata, por ejemplo, de la invitación a un evento gratuito, en el subtítulo aparecerán las claves o secretos que el asistente desea obtener por la asistencia al evento.

En la cabeza de toda persona que va a comprar un producto o servicio, se encuentra de manera inconsciente la necesidad de obtener un beneficio por la adquisición.

Es, por tanto, imprescindible dejar claro a nuestro prospecto qué va a conseguir con lo que le estamos ofreciendo.

### **Olvídate de usar palabras tóxicas**

Una cosa es que tratemos de influir en los estados emocionales del prospecto de cara a asegurar una venta, y otra muy distinta es utilizar palabras prohibidas o que deberían estarlo en cualquier discurso de ventas.

Palabras como “trato”, “difícil”, “frustración” o “problema”, no deberían formar parte del arsenal de persuasión de un buen redactor de textos vendedores.

### **Utiliza palabras gancho**

Así como las palabras tóxicas no deben utilizarse, las palabras gancho poseen efectos increíbles a la hora de enganchar a nuestro prospecto.

Por ejemplo, el término “rápido” utilizado acertadamente puede transmitir al prospecto el beneficio de que nuestro producto o servicio estará disponible para él en un tiempo récord.

Otros términos como “importante” o “seguridad” poseen también resultados increíbles.

Por último, la utilización de “sencillo” al hablar de medios de pago está demostrado que transmite seguridad a compradores que no cuenten con un alto nivel de competencias digitales.

A todo esto, hemos de añadir que expresiones como “te garantizo”, etc, ayudan también a eliminar los frenos de la compra, o al menos a minimizarlos.

### **Capitaliza algunas palabras**

Está demostrado que atendemos más a las palabras que comienzan con mayúscula que a las demás.

Por este motivo, te animo a que en tus títulos vendedores capitalices las palabras.

Es cierto que desde el punto de vista ortográfico esta acción tiene sus dudas, pero a nivel de marketing tus resultados se multiplicarán.

No es lo mismo leer un título que diga “Sal de tu rutina ahora” que otro que diga “¡Sal de tu Rutina Ahora!”

### **Ni frases ni párrafos largos**

En la era digital cada vez leemos menos, de hecho, está demostrado que la mayoría de las personas “escaneamos”, por lo que parece que tiene poco sentido extenderse para que nadie nos lea.

En ocasiones, he comprobado que realizar frases de 5 palabras máximo, me han servido para tener mejor conversión en mis acciones de email marketing.

Esta técnica es de Roberto Cerrada, y la señala en su “manual de Copyrighting”. 100% recomendable su lectura.

### **Olvídate de la redacción SPAM**

Quizás pienses que redactar textos abusando de subrayado, negrita o mayúsculas va a reportarte algún beneficio.

Al contrario, recuerda que los filtros antispam reconocen los textos con demasiados símbolos y los envían directamente a la papelera de correo no deseado.

Por otro lado, quizá antes se utilizaba el subrayado en un color brillante, etc. Ahora, estas prácticas están 100% superadas y se recomienda una mezcla de texto y fotografía a la hora de componer emails vendedores.

Fuente: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/claves-escribir-textos-irresistibles/>