

TIPS DE COPYWRITING PARA TU CARTA DE VENTA

by Teresa Alba



INDICE DE CONTENIDO

»» INTRODUCCIÓN

»» PARTES DE UNA CARTA DE VENTA

»» TÍTULO

»» GANCHO

»» ARGUMENTARIO

»» CIERRES

»» GARANTÍAS

INTRODUCCIÓN

Las cartas de venta son un elemento indispensable en tu estrategia de marketing para alcanzar tus objetivos de ventas.

Sirven para mostrar a los usuarios las ventajas y características de los productos y servicios que ofreces, y para persuadirles e instarles a cerrar la compra.

Además de hablar del producto también hablan de ti y de tu marca, por lo que deben respetar el tono y estilo que habitualmente utilizas en el resto de tus canales de comunicación.

PARTES DE UNA CARTA DE VENTA

Una carta de venta está compuesta por:

Título

Gancho

Argumentario

Cierre

Falso cierre

Garantías

TÍTULO

Se trata del primer elemento que va a leer el usuario, y por tanto uno de los más importantes de toda la carta de venta.

Este título es el que va a determinar que el usuario dedique tiempo a leer el resto del contenido o pase de largo y siga buscando entre la competencia.

Es probable que si el usuario llega a tu carta de venta es porque ya tiene un interés claro en realizar una compra, pero no hay que dar la venta por cerrada. El título debe impulsar al usuario un paso más cerca de cerrar la venta.

Algunos tips de copywriting para escribir un buen copy para tu título son:

- Sé original.
- Destaca una característica o ventaja importante.
- Transmite urgencia en tus palabras.
- Sé conciso.
- Empatiza con el usuario y dale el papel protagonista.
- Destaca de la competencia dando un mensaje diferente.
- Muéstrate útil.

GANCHO

El subtítulo es lo que se denomina gancho. Con el título ya has atraído al usuario hacia tu carta de venta, con el subtítulo vas a hacer que “pique el anzuelo” y tenga ganas de comprar tu producto o servicio.

El gancho va a impulsar la venta de manera irracional: ya sea de manera emotiva, impulsiva, etc. Con el argumentario se llegará a esa parte racional del usuario.

En este gancho vas a ofrecer la gran promesa de tu producto: esperanza ante el miedo, confianza frente a la inseguridad, etc.

Algunos tips de copywriting para escribir un buen copy para tu gancho son:

- Incluye una llamada a la acción.
- Escribe de manera clara y concisa.
- Date más espacio que en el título, aquí vas a terminar de atraer al usuario, dedica el espacio que necesites sin ser demasiado largo.
- Genera expectativas en el argumentario.
- Plasma en este texto el hilo conductor de toda la carta de venta.

ARGUMENTARIO

Esta es la parte central de la carta de ventas y la que debe ser más extensa, ya que se dirige a la parte racional del usuario y aquí es más difícil de convencerle.

Ya tienes su interés después del título y del gancho. Es el momento de ofrecer información y datos fiables para terminar de convencerle.

Vas a demostrar al usuario que tu producto o servicio es el mejor entre todos los de la competencia. Para ello debes seleccionar todas las características y beneficios que puedes ofrecer. Jerarquízalos y distribúyelos a través del texto para mantener siempre interesado al usuario.

Algunos tips de copywriting para escribir un buen copy para tu argumentario son:

- ▶▶ Presenta el texto de manera atractiva: listados, frases destacadas, subtítulos, etc.
- ▶▶ Ofrece datos verídicos y reales sin caer en lo aburrido.
- ▶▶ Utiliza las emociones para transmitir la información más objetiva.
- ▶▶ Habla de las ventajas y los beneficios antes que de las características.
- ▶▶ Extiéndete todo lo necesario, pero no te enrolles.

CIERRES

En las cartas de ventas se suelen utilizar dos tipos de cierres. El primer cierre, en el que se podría acabar el texto y ya contaría con toda la información importante, y el segundo cierre o falso cierre en el que se ofrece una promoción o regalo extra de última hora.

A pesar de incluir un falso cierre no debes enseñar tus cartas antes de tiempo, redacta el cierre como si realmente fuera a serlo.

El falso cierre debe parecer ocasional y por sorpresa, no debe parecer premeditado a pesar de serlo. Guarda tu mejor oferta o promoción para ello.

Algunos tips de copywriting para escribir un buen copy para tus cierres son:

- Haz un resumen de las cosas más importantes.
- Define un plazo limitado para el falso cierre.
- Deja clara tu diferencia respecto a la competencia.
- Empatiza con el usuario y sus necesidades.

GARANTÍAS

Un apartado dentro de tu carta de venta que suele ser muy útil para los usuarios es la sección de garantías. Le da información aportada por otras fuentes.

Aquí se incluyen premios y galardones recibidos por tus productos o servicios, testimonios de otros usuarios, reviews de personalidades importantes del sector, etc.

Algunos tips de copywriting para escribir un buen copy para tus garantías son:

- ▶▶ Tu introducción debe ser breve, lo importante son las garantías que ofreces.
- ▶▶ Incluye las fuentes para dar veracidad a las garantías.
- ▶▶ Da importancia a las garantías más importantes.