

Cómo escribir el copy de tu web para vender más

PATRICIO FERNÁNDEZ



WORDCAMP
PONTEVEDRA
2022

¿Qué vamos a ver?

1. El mantra
2. Las herramientas
3. El «gran esquema»
4. El copywriteo
 - Del inicio
 - De los servicios
 - Del about
 - Del contacto



Por el interés, te quiero Andrés

1. Compramos la transformación
2. Nos cautivan los beneficios
3. Decidimos por la emoción,
confirmamos con la razón

Afila tu hacha

1. La propuesta de valor
2. El avatar del cliente
3. Los beneficios del servicio

Afila tu hacha

1. La propuesta de valor

¿Qué problema solucionas?

¿Qué resultados consigues?

¿Para quién lo haces?

¿Qué sistema sigues?

¿Qué te diferencia?



**Ayudo a X a conseguir Y
haciendo Z**

Afila tu hacha

2. El avatar del cliente ideal

¿Quién es?

- Perfil socio-demográfico y académico
- Hábitos de consumo
- Metas, objetivos
- Retos y dificultades
- Puntos de dolor
- Etc.

PERFIL
<ul style="list-style-type: none">- Auxiliar de producción- Graduada en Comunicación Audiovisual.- Madre primeriza de un bebé de un año. Vive en pareja pero no está casada.
DATOS DEMOGRÁFICOS
<ul style="list-style-type: none">- Mujer, 34 años.- Vive de alquiler en Chamartín (Madrid)- Autónoma con ingresos mensuales de alrededor de 1.500€
HÁBITOS
<ul style="list-style-type: none">- Compra mucho online, pero no le gusta Amazon.- Última compra: Ropa para su

ANITA
FERNÁNDEZ



INTERESES

- Va dos veces al mes al cine.
- Practica yoga y corre maratones.
- Abonada a Netflix y HBO.
- Pasa una media de dos horas diarias en Instagram

RETOS
<ul style="list-style-type: none">- Incrementar sus ahorros en un 30% durante los próximos 3 años.- Combinar estabilidad laboral y familiar.
FRUSTRACIONES
<ul style="list-style-type: none">- No obtener el suficiente reconocimiento laboral. Quedarse estancada profesionalmente.- Pasar poco tiempo con la familia.- Atravesar problemas económicos.
OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none">- Montar su propia productora en 4 años

Afila tu hacha

3. Los beneficios del servicio

¿Qué características (atributos) tiene y qué beneficios (valor) salen de ahí?

¿Por qué importa? ¿Por qué es útil?

¿Por qué te diferencia? ¿Qué añade?

¿Cómo ayuda?

¿Dónde está la transformación?

**[Característica X]
permite/aporta/consigue
[beneficio Y]**

El gran esquema



Aporrea el teclado

1. La página de inicio
2. La página de servicio
3. La página de *about*
4. La página de registro



Aporrea el teclado... para la página de inicio

Objetivo

- Presentar tu marca
- Declarar la propuesta de valor
- Generar confianza
- Distribuir el tráfico

Aporrea el teclado... para la página de inicio

Estructura

- Cabecera: titular (pv) + desarrollo + CTA
 - *Leit motiv* de la marca + CTA (*about*)
 - Servicios + CTA (distribución)
 - Ventajas diferenciadoras
 - CTA (contacto)

Aporrea el teclado... para la página de servicio

Objetivo

- Presentar y explicar el servicio
- Hacer una oferta
- Aportar método de conversión
- Distribuir el tráfico

Aporrea el teclado... para la página de servicio

Estructura

- Cabecera: titular (pv) + desarrollo + CTA
 - Explicación del problema o la solución
- Desarrollo de características + beneficios
 - Desarrollo del proceso
 - CTA

Aporrea el teclado... para tu *Sobre mí*

Objetivo

- Diferenciar a la marca
- Generar confianza
- Demostrar valía
- No aburrir a las ovejas

Aporrea el teclado... para tu *Sobre Mí*

Estructura

- Cabecera: titular (presentación pv) + desarrollo marca
 - Quién soy (para ti)
 - Trayectoria y galones
 - CTA

Aporrea el teclado... para la página de registro

Objetivo

- Mostrar el valor del *lead magnet*
- Facilitar el registro
- Abrir la puerta del *funnel*

Aporrea el teclado... para página de registro

Estructura

- Cabecera: titular + resumen del *lead magnet* + CTA
 - Desgranado del *lead magnet*
 - *Mockup*

¡Gracias!

Quiero preguntarte
algo



PATRICIO FERNÁNDEZ

B2B copywriter

<https://www.linkedin.com/in/patricio-fernandez-b2b-copywriter/>

@PatricioFS_

<https://prodestcopy.com/>

