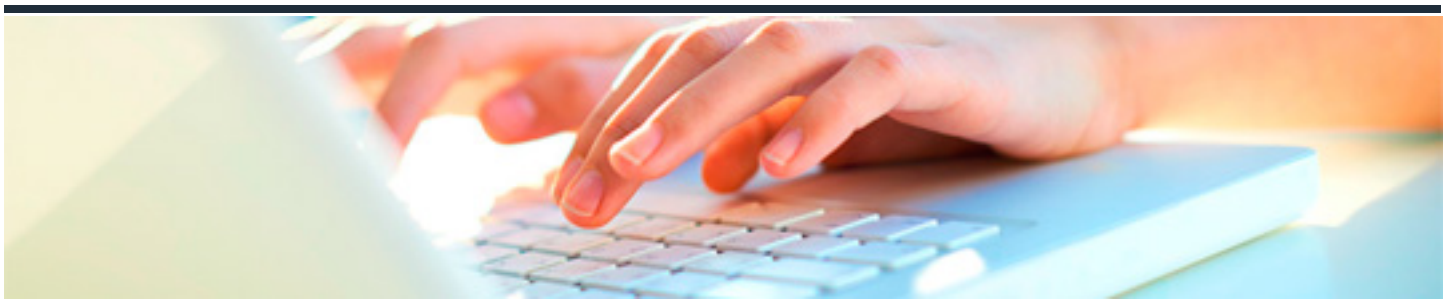
ideados FORMACIÓN



COPYWRITING

DURACIÓN: 15 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

OBJETIVOS

1. Reconocer cuando escribir como un/a copywriter para saber en qué textos deben ser persuasivos y cuáles no.

2. Conocer y aprender la base y el método para escribir textos persuasivos y ser un gran copywriter.

3. Aplicar fórmulas de copywriting para escribir titulares impactantes y efectivos de forma rápida y sencilla.

4. Saber cómo escribir para enamorar, vender o el objetivo que sea mediante redes sociales o un live stream.

5. Saber cómo escribir para enamorar, vender o el objetivo que sea mediante emails.

6. Saber cómo escribir para enamorar, vender o el objetivo que sea en una página web.

7. Saber cómo escribir para enamorar, vender o el objetivo que sea mediante anuncios online

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