

Modalidad: curso e-Learning Duración: 4 horas

Categorías: Habilidades

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

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

