



# Copywriting para Emails

**Sku:** PH03B16C04

**Horas:** 8

**Formato:** HTML

## OBJETIVOS

1. Saber cuándo debe usar copywriting.
2. Conocer las herramientas de investigación. Saber desarrollar el perfil del lector de forma profunda. Entender lo que hay que vender más allá del producto o servicio en sí. Tener un sistema que te permita escribir piezas de copywriting con buenas ideas.
3. Saber escribir textos persuasivos en emails de conversión.

## CONTENIDOS

- **Unidad 1. Qué es y para qué sirve el copywriting**
  - Qué es y para qué sirve el copywriting
  - Tipos de copywriting
  - Referentes del copywriting
    - Características de un buen copywriter
- **Unidad 2. Base y método para escribir textos persuasivos**
  - Investigar antes de escribir
    - El mercado
    - La marca o empresa
  - ¿A quién le escribes? Radiografía del cliente en 3 dimensiones
    - Tipos de radiografía 3D del cliente
    - Nivel de consciencia del cliente al que nos dirigimos
    - Nicho de mercado con el que queremos empatizar
    - Dimensiones
  - ¿Qué vendes?
    - Método MLP (Mind Love Point) o Punto de Enamoramiento mental de Cliente
    - Paso 1. Sintetizar la radiografía 3D del cliente

- Paso 2. Encuentra los códigos dominantes de tu cliente
- Paso 3. Descubre el arquetipo de marca
- Paso 4: Enemigo común
- Paso 5. Desarrollo del MLP
  - Procedencia del MLP
- Las grandes ideas en el copywriting
  - El cerebro y las ideas
  - Filtro de ideas
  - Método para extraer ideas
- Kit del copywriter
  - Propuesta de valor
  - Abstracto vs concreto
  - Tú no eres uno más
  - El precio no debe ser un problema
  - Adjetivos vs verbos
  - Llamados a la acción (CTA)
  - Tipos de edición de texto
- **Unidad 3. Copywriting en emails**
  - Copywriting para email marketing
  - Tipos de títulos para el asunto del correo
    - Ejemplos de asuntos que llaman la atención
  - Engagement
  - Secuencias de emails
    - 4 emails para una secuencia en un lanzamiento
  - Consejos finales