

EL CÍRCULO DORADO

DE JAVIER VALENCIA



Video
#5

PRESENTA A:



Almy Lara

*Profesional en
Marketing Digital*



COMO SER UN ESTRATEGA EN TRAFICO ORGÁNICO

EL CÍRCULO DORADO

DE JAVIER VALENCIA



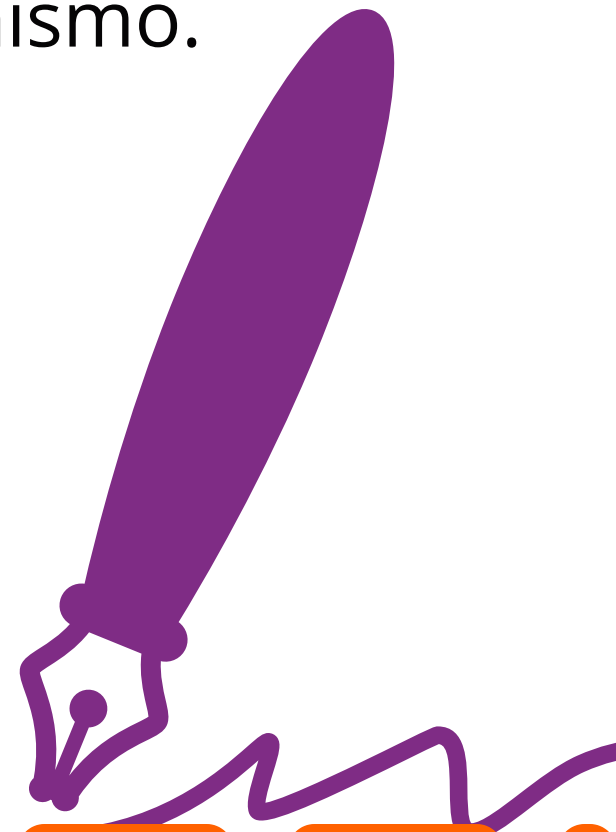
6



Copywriting y storytelling
(Estrategias para descripciones)

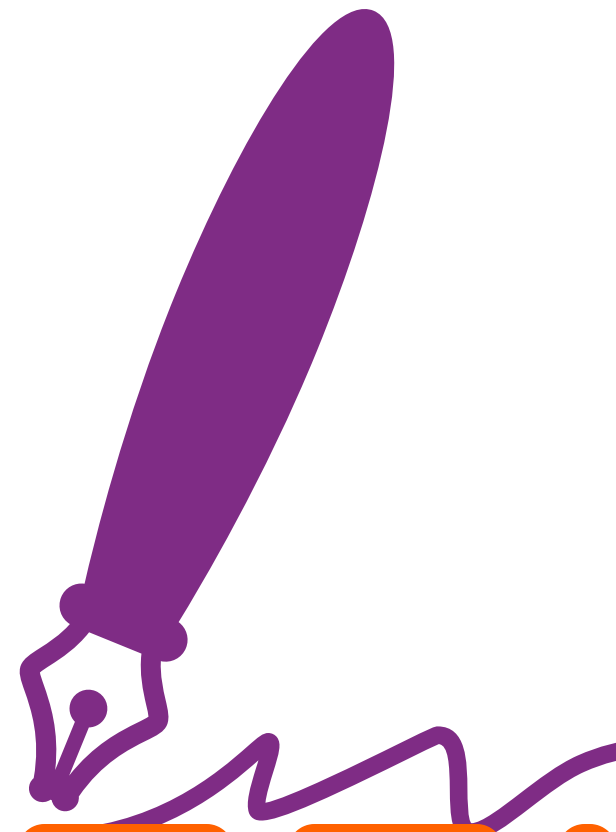
COPYWRITING: ENTENDIENDO SU CONCEPTO Y SIGNIFICADO

El copywriting, más conocido por copy, es una técnica usada para producción de textos persuasivos con el objetivo de atrapar al lector. Aparte de este objetivo, los textos copy buscan generar en las personas la necesidad de compra de un producto o contratación de un servicio. Como consecuencia, se aumentan las ventas del mismo.



COPYWRITING: ENTENDIENDO SU CONCEPTO Y SIGNIFICADO

Esta tecnica te lleva a crear desde pequeñas frases para publicar en redes sociales como Facebook y Twitter hasta largos textos usados en una carta de ventas, reportes de PDF, embudos etc.

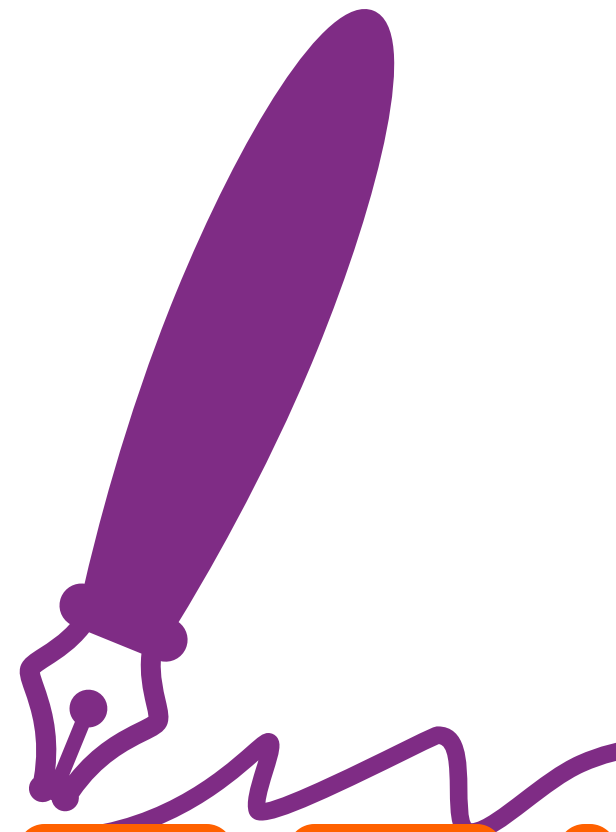


MUCHA ATENCION A ESTO



La redacción publicitaria no sirve solo para vender productos.

- Influir en los pensamientos de las personas
- Cambiar las perspectivas sobre ciertos temas
- Posicionarte como el centro de atención
- Dar cierta relevancia a unos temas y ocultar otros
- Comunicar ciertos mensajes y dirigirlos
- Mostrarte como un profesional sin necesidad de serlo



FUNDAMENTOS DE LA REDACCION PUBLICITARIA

Este es el patrón de importancia por el que pasa tu cerebro al momento de considerar una compra:

- Lo beneficios al ser usado 60%
- La calidad de tu producto 20%
- Las características 5%
- La marca 10%

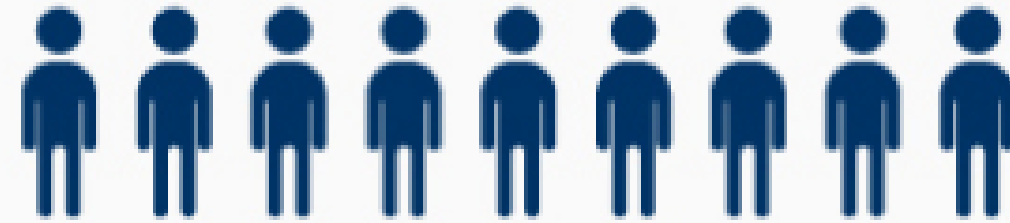


Técnica AIDA permite transformar más personas en prospectos y luego clientes y/o socios.

EL MODELO AIDA SIGNIFICA: ATENCIÓN, INTERÉS, DESEO Y ACCIÓN.

Este es uno de los mejores métodos para hacer que las personas pasen de un determinado punto a otro.

De esta manera, el método AIDA conducirá a las personas a hacer determinada acción. En este caso, la descarga del PDF y posterior compra de un producto o contratación de un servicio, afiliación y/o inversión.



Crear conciencia de marca o afiliación con su producto o servicio. Ya sea por redes sociales, publicidad o un blog.

A

Generar interés en los beneficios de su producto o servicio, y suficiente interés para alentar al comprador a comenzar a investigar más.

I

Producir un deseo por su producto o servicio a través de una 'conexión emocional', mostrando la personalidad de su marca. Mover al consumidor de "me gusta" a "quererlo".

D

A

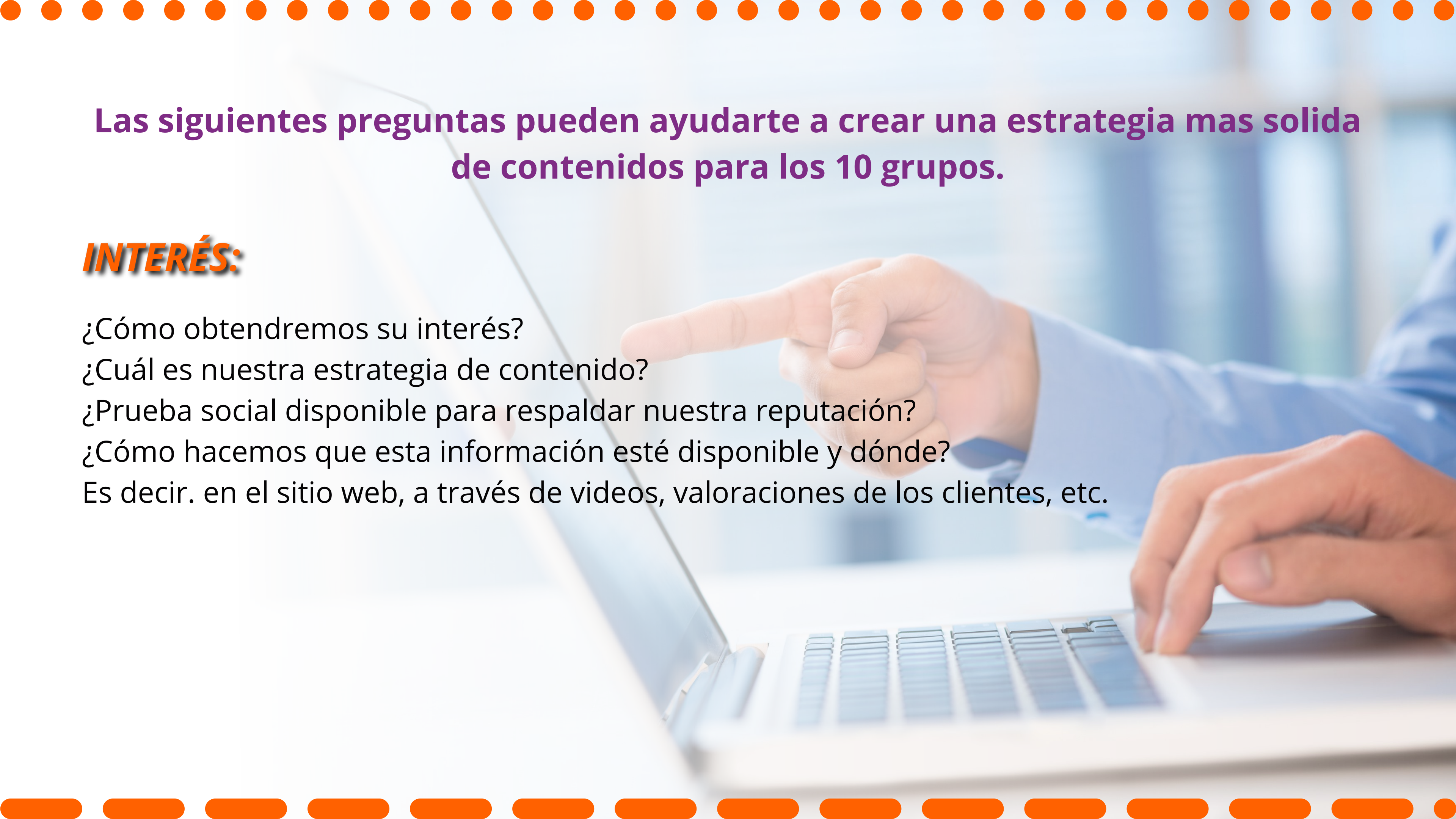
Mueva al comprador para interactuar con su empresa y dar el siguiente paso, es decir, descargando un folleto, hacer una llamada, suscribirse a su newsletter, etc.

Las siguientes preguntas pueden ayudarte a crear una estrategia mas solida de contenidos para los 10 grupos.

ATENCIÓN:

- ¿Cómo informamos a los compradores y/o prospectos sobre nuestros productos o servicios?
- ¿Cuál es nuestra estrategia de alcance?
- ¿Cuál es nuestra campaña de concientización de marca?
(IMPORTANTE)
- ¿Qué herramientas o plataformas usamos? FACEBOOK (GRUPOS)
- ¿Cuáles deberían ser los mensajes?.





Las siguientes preguntas pueden ayudarte a crear una estrategia mas solida de contenidos para los 10 grupos.

INTERÉS:

¿Cómo obtendremos su interés?

¿Cuál es nuestra estrategia de contenido?

¿Prueba social disponible para respaldar nuestra reputación?

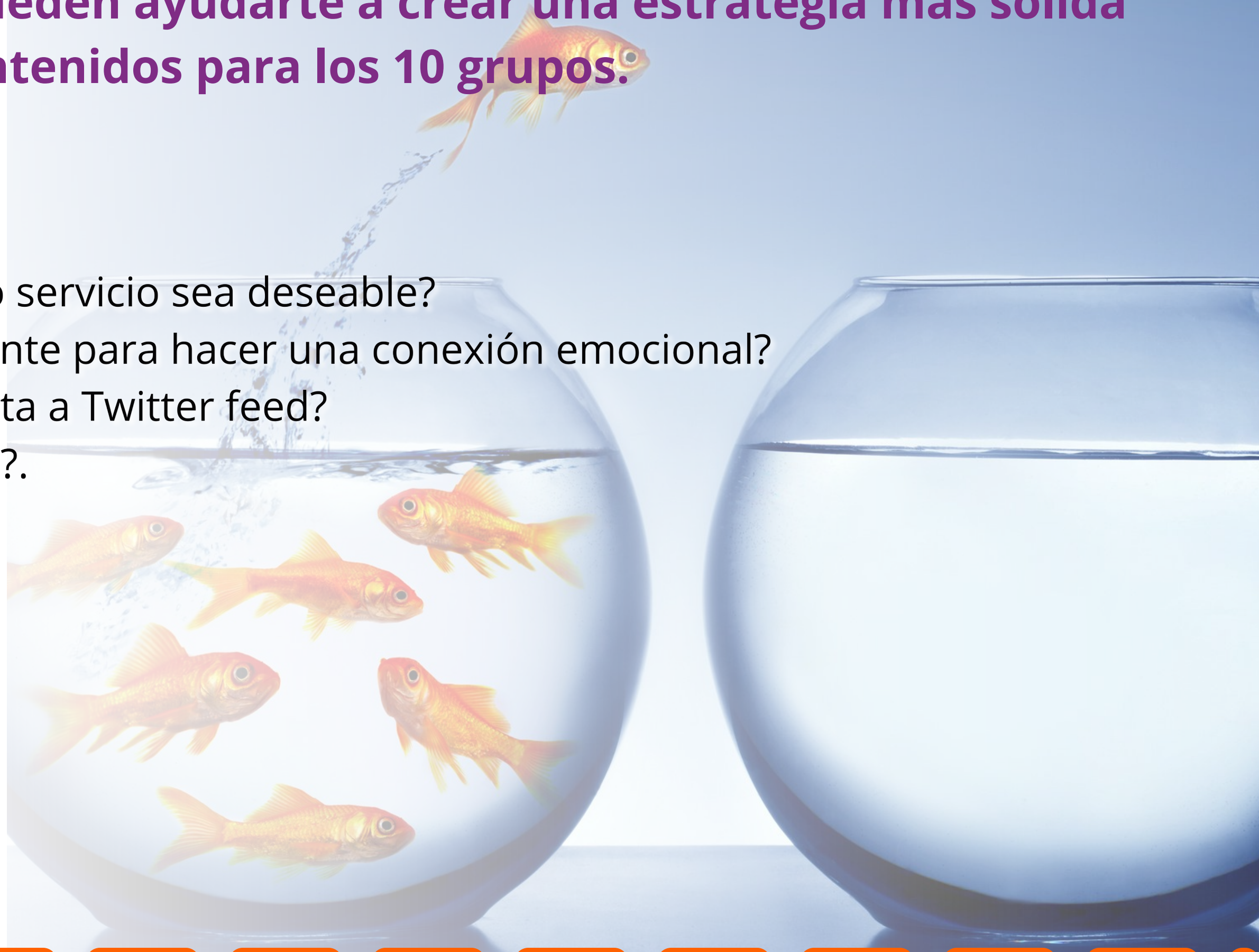
¿Cómo hacemos que esta información esté disponible y dónde?

Es decir. en el sitio web, a través de videos, valoraciones de los clientes, etc.

Las siguientes preguntas pueden ayudarte a crear una estrategia mas solida de contenidos para los 10 grupos.

DESEO:

- ¿Qué hace que nuestro producto o servicio sea deseable?
- ¿Cómo interactuamos personalmente para hacer una conexión emocional?
- ¿Chat en línea? Respuesta inmediata a Twitter feed?
- ¿Compartir sugerencias y consejos?.



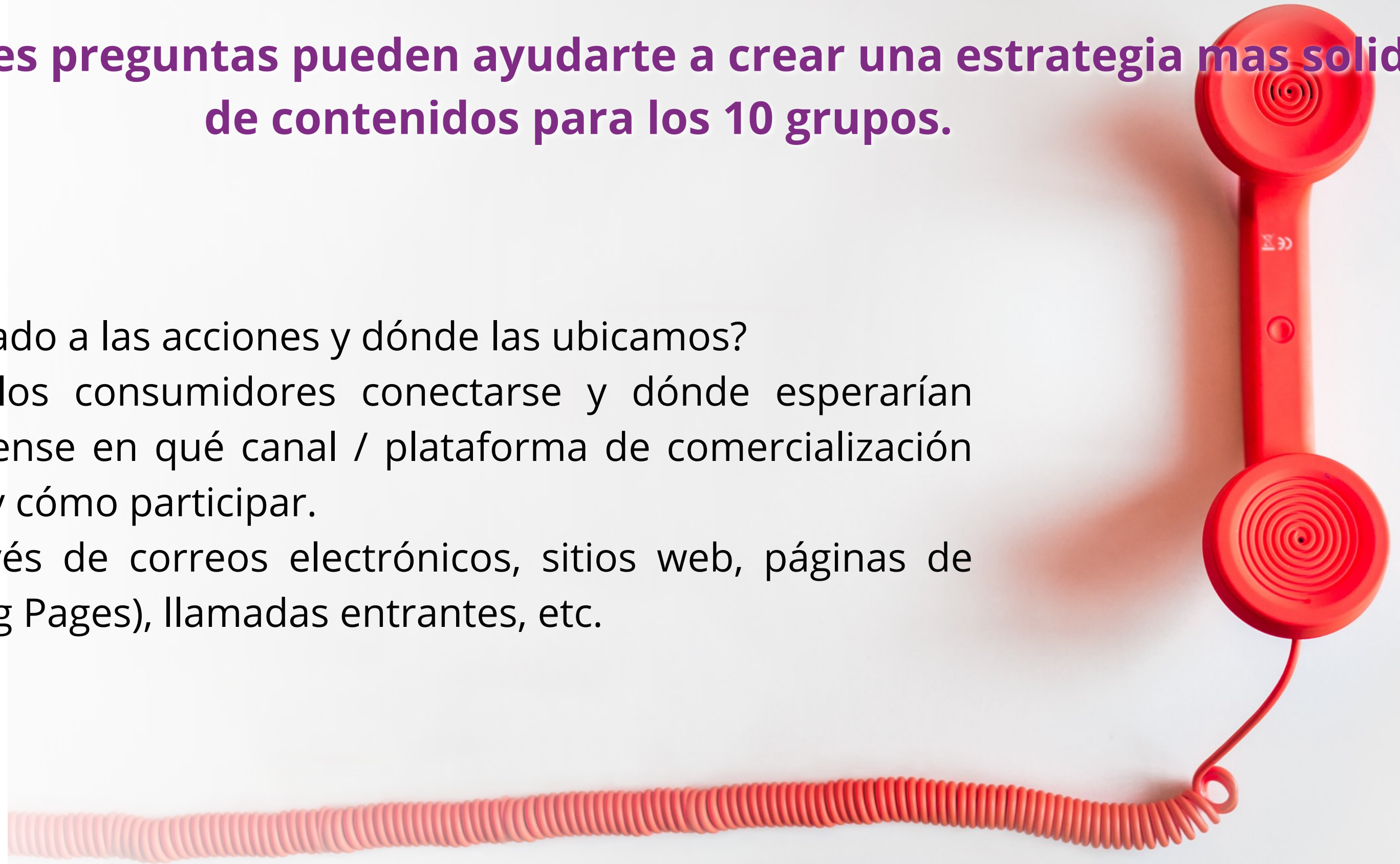
Las siguientes preguntas pueden ayudarte a crear una estrategia mas solida de contenidos para los 10 grupos.

ACCIÓN:

¿Cuál es el llamado a las acciones y dónde las ubicamos?

¿Es fácil para los consumidores conectarse y dónde esperarían encontrarlo? Piense en qué canal / plataforma de comercialización está utilizando y cómo participar.

Es decir, a través de correos electrónicos, sitios web, páginas de destino (Landing Pages), llamadas entrantes, etc.



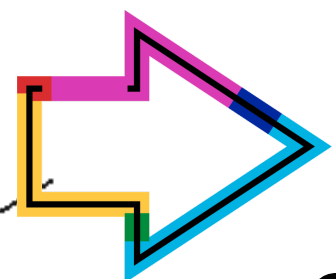
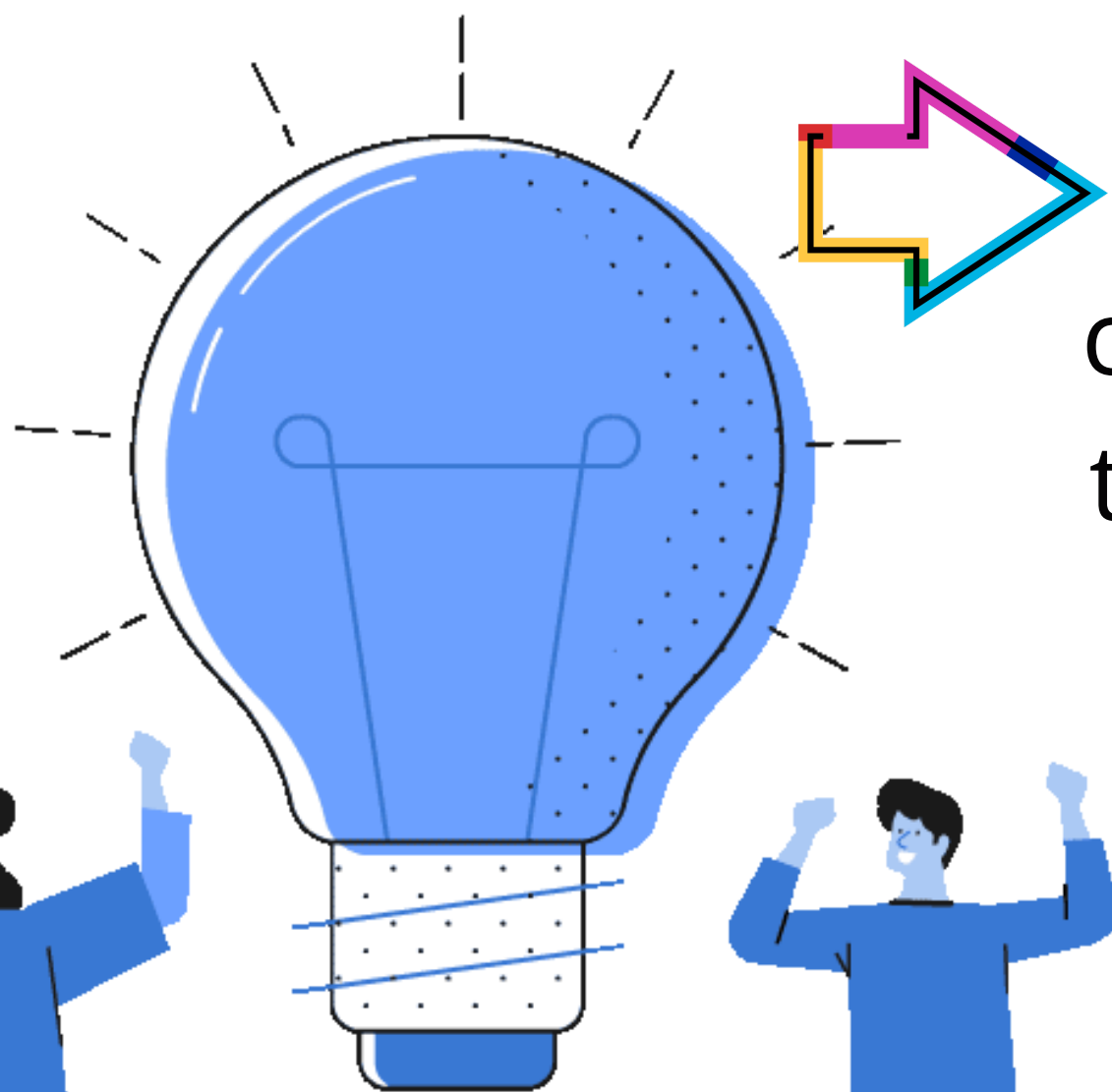
Cuando escribas, enfocate en tocar estos puntos emocionales:

- Sentimiento de supervivencia
- Comida y bebidas
- Libertad, no tener miedo, dolor, ni enojo y frustración
- Vida sexual
- Vivir una vida comoda
- Ser superior y ganar dinero
- Ser aprecido por sus seres queridos
- Ser acaptado en una sociedad



**CADA SER HUMANO ESTA BIOLÓGICAMENTE
"PROGRAMADO" CON ESTOS DESEOS**





En el momento que aprendas a conectar con el lado emocional, vas a poder ofrecer tus productos de una manera mucho más optima



Si una ves que hagas esto, se forma ese momento en el que cualquier persona quiera contactar contigo