

## Copywriting. Palabras persuasivas que puedes utilizar en tus contenidos

23/01/2021



**Existen palabras que te llevan a la acción**, a realizar algo en concreto. Como copywriter mi trabajo consiste en crear textos persuasivos que ayuden a mis clientes a vender más, o a conseguir el objetivo que se han propuesto: que los usuarios descarguen un contenido determinado, se suscriban a un blog, realicen una compra, o posicionar sus artículos utilizando palabras clave, y otra serie de técnicas.

Dentro del mundo del copy, **cada palabra puede generar un sentimiento**, y tener una función concreta. Algunas son de carácter más general, y otras se utilizan para despertar curiosidad, sensación de privilegio en el usuario, calma, seguridad, o sorpresa.

Ahora bien, ¿dónde podemos usar esas palabras? Tenemos varias opciones: en los párrafos que componen

nuestros textos, en los **titulares**, o en las llamadas a la acción. Todo ello con el objetivo de que al final podamos conseguir que el lector haga lo que deseamos.

## Descubre las palabras más persuasivas que se utilizan en el copywriting

Estas son las más destacadas:

- **Gratis.** Seguramente cuando leas esta palabra repares en el texto global que la incluye, ¿me equivoco? Y es que se trata de un término muy recurrente que se suele utilizar para despertar el interés y la curiosidad de cualquier persona. Aunque muchos dicen que nada es gratis, es muy habitual crear un **lead magnet**, u obsequios, con el objetivo de ganar suscriptores, por ejemplo.
- **Exclusiva.** Un término que se utiliza mucho para generar una sensación de exclusividad, de privilegio. Se suele utilizar cuando se lanzan productos, y se añade algo exclusivo para darles más valor, o por ejemplo cuando se lanza un curso y en exclusiva se dan unos bonus para los primeros que se suscriban. Único, oferta limitada, precios exclusivos, son algunas de las palabras que generan este tipo de sentimientos.
- **Ahora.** Esta palabra incita a la urgencia, a lo inmediato. Lo que se pretende conseguir con ella es incentivar a los usuarios a que hagan algo lo antes posible, o perderán su oportunidad. Por ejemplo: Si compras ahora el curso, conseguirás

tres bonus de regalo por valor de 560 euros.

- **Descubre.** Se utiliza mucho para generar curiosidad, llamar la atención, incentivar a que alguien sienta esa necesidad de investigar para descubrir algo nuevo.
- **Miedo.** Palabras como miedo, fracaso, o rechazo son muy utilizadas para empatizar con la audiencia cuando se tratan determinados temas con la pretensión de que los usuarios se sientan identificados, y tengan interés en la información que se les está ofreciendo. Por ejemplo: ¿Tú también tienes miedo a emprender? Si escribimos un artículo sobre ello, y alguien está en esa situación, seguramente haga clic en el titular para leerlo.
- **Superación.** Las palabras motivadoras que generan sentimientos positivos, y de confianza, también se suelen utilizar con frecuencia para transmitir esas emociones a los lectores, y generar sentimientos positivos.

Como verás, en el **copywriting** es muy importante el uso de este tipo de palabras para elaborar textos que impacten en la audiencia y que generen sentimientos y emociones con el objetivo de pasar a la acción.

Si necesitas ayuda para crear tus textos, ¡no lo dudes! **Ponte en contacto conmigo** ahora, y te ayudaré a crear el mensaje que mejor transmita la esencia de tu marca.

Hasta la próxima.