

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.