



COPYWRITING

PARA MARCAS FEMENINAS

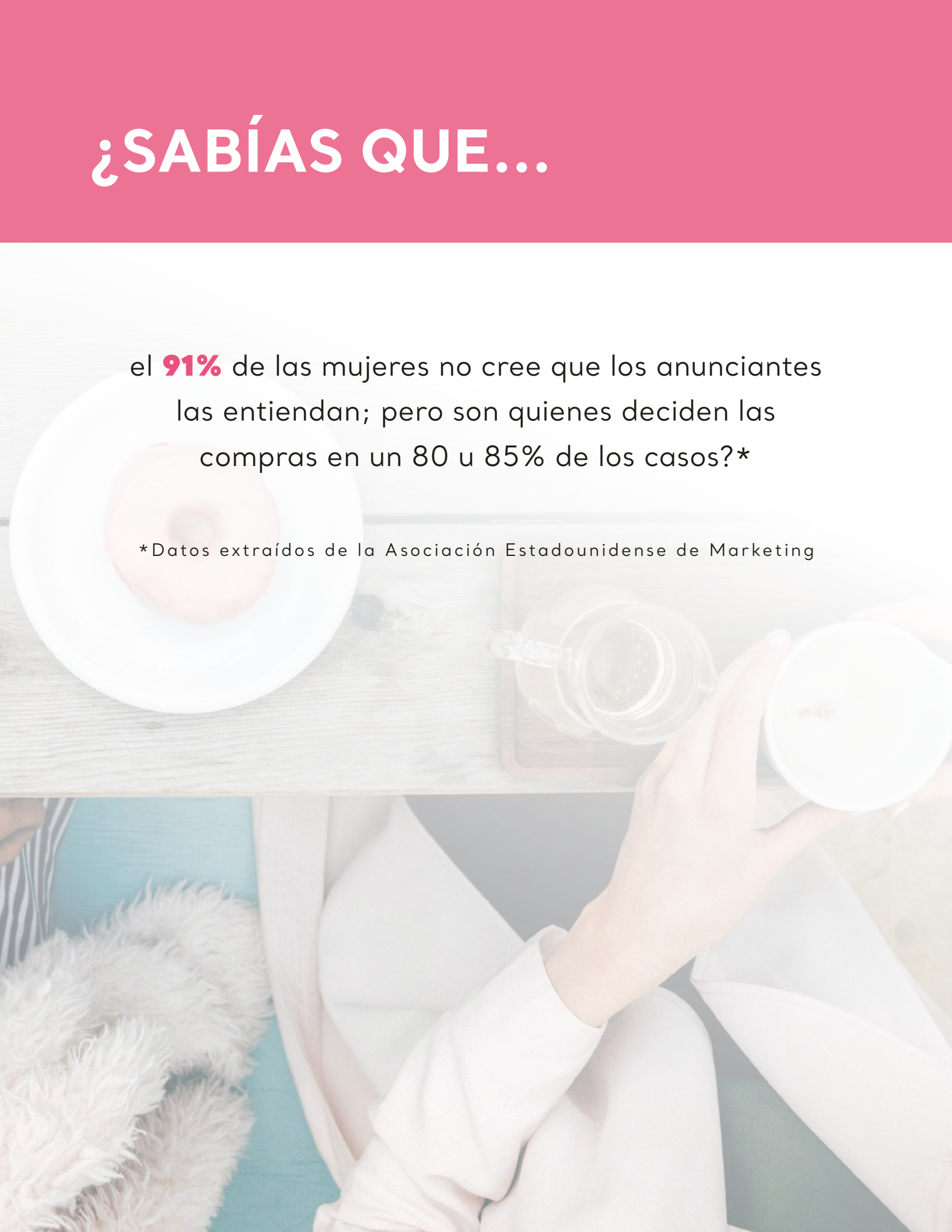
ESCRIBE PERSUASIVAMENTE PARA MARCAS PERSONALES
Y NEGOCIOS FEMENINOS

MELINA GARRIDO
PERIODISTA Y COPYWRITER

¿SABÍAS QUE...

el **91%** de las mujeres no cree que los anunciantes las entiendan; pero son quienes deciden las compras en un 80 u 85% de los casos?*

*Datos extraídos de la Asociación Estadounidense de Marketing



Las mujeres

NO SON UN NICHOS DE MERCADO, SON EL MERCADO

Y en internet, las mujeres son más activas.

Somos las principales usuarias de sitios webs de ofertas y cupones, consultamos con mayor frecuencia los productos en los que estamos interesadas en blogs y páginas de influencers.

Las mujeres realizamos más compras para nosotras mismas,
familia, pareja y los hijos que los hombres.

SIN EMBARGO...

**Escribir para mujeres en internet,
no significa que debes estar obligada a hablar de moda,
tratamientos de belleza, dieta,
y utilizar el color rosado para todo.**



De hecho, si lo crees, te invito a replanteártelo.

Por supuesto, dependiendo de la naturaleza
de tu producto no estará mal; pero no es obligatorio
ni condicionante para las marcas.



Si tienes productos dirigidos a la mujer, utiliza las palabras que te permitan ————→ **conectar mejor con ELLA** ←————

Con sus particularidades y especificaciones.

Es lo justo; pero también lo más acertado
si quieres que se conviertan en clientes de tu marca.



Hola,

Soy Melina Garrido
Copywriter & Periodista



Asesoro marcas femeninas que quieren conseguir más
clientes y diferenciarse de la competencia utilizando las
palabras, aunque crean que escribir y vender
no es su mayor habilidad.

¿LA CONSUMIDORA DE TU PRODUCTO O SERVICIO, ES MUJER Y NO SABES CÓMO PERSUADIRLA?

Aquí te comparto cinco consejos prácticos que puedes empezar a realizar ya mismo, para escribir contenido persuasivo dirigido a las mujeres.

¡Incluye estrategia y ejemplos!

1. ELIGE CLARIDAD, POR ENCIMA DE LA INTELIGENCIA

No estoy diciendo que somos tontas, o menos inteligentes. ¡Ojo! Al contrario, somos bien capaces.

Digo que si escribes muy técnico pensando impresionarnos, causará exactamente el efecto contrario.

Lo que nos interesa de los productos, es **qué beneficios nos aportan de manera sencilla, entendible y clara.**

ESTRATEGIA

Te explico con un ejemplo.

Producto: "Lavadora Candy"

SIN COPY:

Incluye tecnología NFC, y funcionalidades mediante el uso del smartphone, cuenta con display digital touch y su nivel de ruido es de 61 dBA.

CON COPY:

Desde el móvil, podrás manejar tu lavadora, y al mismo tiempo escuchar la música que te gusta.

¿Notas la diferencia?



2. APLICA STORYTELLING ASOCIADO A TU MARCA

El **storytelling** es conocido en marketing, como "el arte de contar buenas historias".

Y siendo honesta, no hay nadie que disfrute de ellas como nosotras.

Disfrutamos de las historias de amor, emociones personales y aventuras de manera particular.

Las novelas en TV, vistas por millones de televidentes femeninas, no son obra de la casualidad.

Por ello, contar una buena historia será una estrategia muy efectiva si tus clientes objetivos son mujeres.

Nuestro sistema cerebral está diseñado para captar más rápido los sentimientos y lenguaje corporal.



ESTRATEGIA

¿Cómo llegaste a tu propósito de vida?
escribe cómo aprendiste tu oficio o tal vez,
qué te motivó a compartir lo que haces.

¿Es el día de la madre y
vendes por ejemplo, pasta artesanal?

Relata cómo fue tu infancia, dónde creciste,
cuál era el plato por excelencia preparado en tu casa,
alguna anécdota y lo que representa o representó,
tu mamá en la forma en que cocinas.



3. ESCRIBE EN LENGUAJE POSITIVO Y EVITA EL BÉLICO

Las mujeres vivimos los conflictos como algo traumático y negativo.

Evita utilizar palabras como:
destruir, romper, aniquilar, exterminar.

Así mismo, incorpora lenguaje en positivo en tus textos comerciales.

No es lo mismo escribir: "No tocar el florero"
a: "¿Quieres saber qué es? ¿Te parece preguntar primero y mirarlo juntas?"

El segundo, propone una puerta abierta a comunicarte con tu potencial cliente.

El primero no.

5. ESCRIBE DESDE TU LADO "B"

Si algo sabemos hacer las mujeres,
es hablar sobre nuestros defectos y problemas.

Para nosotras, es común compartir el:
¿**Cómo** hago para sacar esa mancha de vino
en el mantel que no sale? o ¿**Cómo** maquillarme mejor
si tengo kilos demás?

No se trata de hacer hincapié en tus defectos;
pero si tienes una debilidad evidente,
compártela en tus textos comerciales
con transparencia y sinceridad.

ESTRATEGIA

¿Te costó aprender esa técnica o proceso por el cual hoy te sientes orgullosa?

Escríbelo.

¿Cuántas veces intentaste comercializar esa aplicación que diseñaste? ¿Muchas? Compártelo con tu comunidad.

Tu cliente mujer
agradecerá tu integridad.

LO ENTIENDO:

Es posible que no estés de acuerdo, o no te sientas reflejada con algunas de las estrategias que planteo.

Es normal que la regla no aplique en todos los casos.

Me baso en mi experiencia escribiendo para la mujer, además de estudios que aportan datos concretos sobre gustos y hábitos de consumo.

Así que puedes tomar lo que te sirva, y adaptarlo.

¡Un abrazo guapa!



SONRÍE
AL ESCRIBIR





Hola guapa:
¡QUIERO CONOCERTE!



Sigamos compartiendo en:



[@soymelinagarrido](#)



info@melinagarrido.com

www.melinagarrido.com