



Cómo escribir mejor

Inma Jiménez

www.inmajimena.com

Como sabes, yo me gano la vida escribiendo. Llevo escribiendo mucho tiempo, pero, ¿sabes? Después de 15 años escribiendo creo que **todavía puedo escribir mejor.**

Pero esto no es algo que me pase a mí solamente. Te pongo un ejemplo. J.K Rowling tardó en planificar toda la historia de Harry Potter cinco años. Y después de esos cinco años, empezó a escribir.

Seguro que, ya sea que te dedicas a escribir en internet o estés pensando en hacerlo, **seguro que buscas la forma de escribir mejor siempre.** ¿A que sí?

No se aprende a escribir así, de repente y de un día pa otro. Requiere **mucho estudio, mucha lectura y mucha práctica.** Y equivocarse un montón.

Lees todos los artículos que caen en tus manos, los libros acerca de escribir mejor más vendidos y escuchas todos los podcast que encuentras. Pues aún así no es suficiente. Puede que no lo veas, pero **todo lo que escribes, aunque sea muy malo, te ayuda a escribir mejor.**

Es muy posible que pienses que el **copywriting** es distinto, pero no lo es. Se trata de escribir **piezas con un objetivo cien por cien comercial, que persigan la realización de la acción** que tu cliente requiere.

Aprender a escribir mejor tus copys puede ayudarte a vender más, o hacer que tu lector se registre en tu newsletter, o incluso a que comparta más y mejor tu contenido en redes sociales. Como escritor en internet, hay muchas oportunidades de empleo disponibles. Desde escribir publicaciones de blog en cada nicho imaginable, hasta crear textos para anuncios para Facebook (y todos los demás canales de redes sociales), guiones de cartas de ventas de video, diapositivas de seminarios web y campañas de correo electrónico, solo por señalar algunos.

¿Y sabes qué es **lo mejor del copywriting**? Que hay mogollón de fórmulas concretas que cualquier copywriter puede usar.

No importa si lo que estás buscando es aumentar tus ventas o las de tu cliente, conseguir más clientes potenciales a través del email o crear una gran comunidad, **para todo hay una fórmula de redacción.**

¿Qué necesitas?

¿Necesitas redactar una carta de ventas? Hay una fórmula, y si lo que quieres es que la gente lea tu post hasta el final también. Si lo que quieres es escribir un texto corto y efectivo para un anuncio, también hay forma de hacerlo.

Podría dedicarme a repetir como un papagayo los trucos y consejos que puedes leer **para escribir mejor** (o escuchar, dependiendo de si estás leyendo este post o escuchando el vídeo) en cualquier lado, **pero precisamente por eso no te los voy a contar**. Prefiero zambullirme en algunas tácticas de escritura que puedes poner en práctica en cuanto acabes de leer o escuchar este post. Con ellas **vas a escribir mejor**. Seguro.

Entonces, qué, ¿te apetece?

Cómo escribir mejor

La **clave para aprender a escribir mejor es practicar todos los días**. Si vas a ser un copywriter o un redactor freelance y aún no tienes clientes, tu trabajo será encontrar trabajo y escribir de una forma mucho más efectiva. Y créeme, esa no es tarea fácil.

A mí, personalmente, me sirvió mucho abrir un blog y un ecosistema social. Ese fue el principio. De hecho, yo me abrí no solo el blog, sino que creé una de las primeras revistas digitales sobre tecnología, Techpuntozero.

De esta manera, practicaba a diario para escribir mejor, aprendía muchas cosas de mi sector y mejoraba mi proceso creativo.

Veamos estos principios básicos para escribir, y siéntete completamente libre para usarlos tú mismo y conseguir que tus clientes (posibles) vean lo que les puedes ofrecer.

Bucket Brigade

Este método consiste en escribir mejor manteniendo una conversación con tu usuario que sea fluida mientras **adoptas un tono conversacional** adaptado a él. Básicamente se trata de mantener al usuario enganchado a lo que dices. Para ello, puedes usar algunas frases como:

“A lo mejor te mosquea, pero escucha lo que te voy a decir...”

Esto hace que el lector piense “¿qué leche me va a contar esta criatura?”, y más tratándose de mi caso, que te puedo salir por peteneras en cualquier momento.

Pero hay otra cosa importante que te tengo que decir...

(Cuidaíto, ¿has visto lo que he hecho?)

Ten en cuenta que esta técnica de **Bucket Brigade funciona mu bien pa enganchar a tus lectores**, pero fidelizarlos y que, no solo se queden contigo, sino que vuelvan a ti, como el turrón por Navidad, depende del valor que les proporcionas.

Si somos realistas, **debes escribir mejor para que puedas dar ese valor a los lectores y aportar una solución a su problema**, o por lo menos, para que los guíes en la dirección adecuada.

Por si tó esto fuera poco, **hay dos ventajas más** en el uso de esta técnica. Te las cuento right now:

- Hace que la tasa de rebote en tu página web se minimice mucho, ya que los visitantes se queden más tiempo leyendo tu contenido de calidad brutal.
- A Google (y a tós los buscadores del mundo mundial) le encanta que la gente se quede a vivir en tu web, y por lo tanto, te llevará más arriba en sus rankings.

Y es que así no solamente lo estarás petando con tus copys, sino que también le estarás haciendo un sacrificio a los terribles dioses del SEO, y si lo que buscas es entrar de cabeza en la escritura B2B, esto es exactamente lo que buscan los clientes.

Fin de la cita.

El método APP

Es muy posible que no hayas escuchado hablar de él. Po ná, yo te cuento cositas molonas.

Si el Bucket Brigade te ha conquistado como me sedujo a mi en su día, el **método APP te va a flipar porque te va a ayudar a escribir mejor.**

Por si no lo sabes, **APP**, además de ser las aplicaciones móviles, es el acrónimo para **Agree, Promise y Preview** (acuerdo, promesa y vista previa). De hecho, cada vez que visitas una página web lo ves siempre, en todo momento.

Cuando usas este método para escribir mejor, lo que intentas es comenzar con algo simpático y agradable **con lo que tus lectores se identifiquen y digan “leche, está hablando de mi”**. Si lo consigues, inmediatamente les estás diciendo sin decírselo que entiendes cuál es el problema o la duda que tienen. Para hacer esto, puedes hacer algo tan simple como:

“Creo que estarás de acuerdo conmigo cuando te diga que (el Betis es el mejor equipo del mundo)”

Vale, puede que con esta afirmación concreta no estés de acuerdo, pero sí te garantizo algo, que ser del Betis no es fácil. De hecho, es tan complicado, que después de ver cuatro partidos seguidos, tu carácter se ve fortalecido hasta límites que ni siquiera te podrías imaginar.

La cosa es que con esa apertura es con lo que enganchas al usuario, y luego, **es cuando le cascas la Promise (promesa)**. Esto no es otra cosa que decirles implícitamente que si siguen leyendo van a encontrar la solución a lo que están buscando.

Y esto, directamente te lleva igual que fluye un río a la etapa del **Acuerdo (Agree)**.

Cuando haces la promesa, estás comprometéndote con el usuario, y le darás una idea de cómo será la vida cuando hayan resuelto su problema. No puedes dejar de lado lo que los americanos llaman Power Words, o palabras poderosas. Pero eso lo vemos un poco más pa'lante.

Por resumir: la promesa es lo que hace que el usuario se quede en tu blog y acabe de leer tu artículo.

Y al final, le das la **vista previa**.

Con esto le estás diciendo a tu usuario qué es lo que va a conseguir al final, cuando acabe de leer tu artículo. Los tres elementos que te digo deben colocarse en la introducción del artículo, y, sin duda, **es una herramienta que te va a ayudar a escribir mejor**.

Ten en cuenta que el **APP también te va a permitir crear un esquema sólido y potente para escribir**, y deja al lector saber qué puede esperar de ti.

El secreto está en hacer que el usuario deje de pensar que es un artículo o una publicación que está bien, que se puede leer, a que piense "ostras, esto lo tengo que compartir por todos sitios". Y sobre todo, piensa que estás adquiriendo un compromiso, es una promesa que tienes que cumplir. Pa esto, lo mejor es que des a tu usuario tres cosas muy importantes: valor, valor y más valor.

Power words o palabras con poder

Yeah, baby!

Hay palabras que tienen un poder brutal, y esas son las que como copywriters o redactores no podemos olvidar ni usar mal. **Te hablo de las llamadas en inglés Power Words**.

Las palabras poderosas son ... bueno, poderosas y pueden ayudarlo instantáneamente a aprender a escribir mejor.

De forma muy somera, te puedo decir que las Power Words son palabras o frases que te evocan una emoción y que te ayudan a escribir mejor.

Piensa un momento en un libro que hayas leído, en un artículo o en una noticia, seguro que hay palabras de estas a porrillo.

¿Me dices que te dé un ejemplo de este tipo de palabras? Bueno, vale. ¡Al loro!

- Asombroso
- Provocativo
- Bárbaro
- Legendario
- Infalible
- Loco
- Impresionante

Estas palabras **proporcionan energía y evocan sentimientos y emociones**. Es por ese motivo por el que usarlas es una habilidad muy simple que puedes utilizar para escribir mejor, por muy novato que seas en este sector.

Si no estás seguro de por dónde empezar con esto, contacta conmigo y hablamos... O igual hago un vídeo de esos que tanto me gustan pa ponerlo en mi canal de YouTube...

Comprender (y utilizar) el SEO

Venga, no me digas que no sabes lo que es el SEO porque no te creo.

A lo mejor estás pensando, *“venga ya, Inma, el SEO no es mi campo y no tengo ni idea... y ni quiero”*.

En ese caso tengo malas noticias para ti: un redactor - copywriter tiene que tener, al menos, nociones de posicionamiento web. Y una vez tengas esos conocimientos, todo lo que tienes que hacer es escribir con el SEO en mente. Ya está.

En cualquier tipo de texto online, copy y SEO van de la mano.

Pero antes de hablarte del cómo, déjame enseñarte el porqué.

En el momento en el que entiendas cómo puedes escribir con el posicionamiento en mente, será cuando puedas hablar directamente con tu lector y responder a sus preguntas.

Escribir implica utilizar palabras clave, sin abusar, ya que esto hace que tus piezas de contenidos sean correctamente indexadas por los motores de búsqueda, pero también encontradas por tu usuario objetivo.

Además, **implantar buenas tácticas de SEO también hará que los lectores se queden en tu web más tiempo** (lo que te he contado antes del Bucket Brigade). Cuanto más tiempo esté el lector en tu página mayores serán las posibilidades de que se registren en tu lista de correo y / o vuelvan a su sitio una y otra vez.

¿Qué conceptos básicos de SEO tengo que conocer para escribir en internet?

1. Piensa en títulos en los que el usuario pueda hacer click, sin que sea **clickbaiting**, claro.
2. Busca **palabras clave** que sepas que pueden ser interesantes para tu usuario. Hay un montón de herramientas que te pueden servir, como, sin ir más lejos, la herramienta **Keyword Planner** de Google.
3. Usa plataformas para responder a tus usuarios y así ganar relevancia, como AnswerthePublic o Quora.
4. Un truco: si no sabes sobre qué escribir, busca los cursos más populares o los libros más vendidos acerca de tu sector y saca ideas de ahí para escribir.
5. Usa palabras clave de **indexación semánticas** cuando escribas, estas son palabras clave estrechamente relacionadas.

6. Utiliza las llamadas a la acción para compartir tu contenido en las redes sociales y aumentar tu base de suscriptores.
7. Usa encabezados, subtítulos, listas, citas, etc. para dividir el texto y facilitar la lectura.
8. Los números en los títulos molan

Si quieres aprender a escribir **texto orientado a SEO** de manera efectiva echa un ojo a mi [web](#).

No lo hagas en solitario

Ya he perdido la cuenta de cuántos años hace que trabajo desde casa, creo que solamente, en los 15 años que llevo en esto, he trabajado en oficina durante dos periodos cortos de tiempo.

La cosa es que **el hecho de que trabajes escribiendo en internet y no tengas oficina, no significa que tengas que hacerlo en solitario.**

Por suerte, hay formas de trabajar con gente. Basta con meterte en un grupo de Facebook o LinkedIn o tratar de conectar a través de las distintas plataformas con otros profesionales con los que puedes charlar.

Un consejo que siempre me gusta dar y que me habría encantado recibir es que no escatimes en tu formación. Pregunta todo lo que puedas, y trata de aportar a otros tu punto de vista. **Todo suma en el proceso de aprendizaje que te llevará a escribir mejor.**

Si eres novato en esto, a lo mejor todo lo que te cuento te puede resultar muy abrumador, pero lo mejor que puedes hacer es agarrar el toro por los cuernos y hacer algo mucho más práctico que dejarte superar por el Copywriting:

Crea un checklist de las cosas que quieres hacer para escribir mejor. Así te resultará un proceso mucho más visual y palpable.

Venga, que te pongo un ejemplo de checklist:

- Utilizar el método APP
- Usar en mi texto 5 Power Words
- Usar AnswerthePublic para encontrar más temas de los que escribir.

Una vez controles pocas cosas que ayudarán a mejorar tu escritura, añade algunas más a la lista. Pero empieza poco a poco.

Deja que termine este pequeño ebook repitiendo algo que he dicho al principio... No se nace redactor o copy. Hace falta mucho trabajo, preparación y práctica. Lleva tiempo mejorar las habilidades y conseguir una buena audiencia.