

LISTA DE CONTROL - Tareas a realizar

----- PASO 1: Fase de PREPARACIÓN -----

❑ 1) Módulo 1: CIMIENTOS

- ❑ Completa el ejercicio de escritura libre para empezar a soltarte.
- ❑ Rellena la plantilla nº 1 con la información que necesitas para encontrar tus argumentos más persuasivos.
- ❑ Determina el tipo de oferta que vendes: de mejora, transformación o sustitución.
- ❑ Recopila información sobre tu oferta y empieza a crear el borrador con la plantilla nº 2.
- ❑ Reúne los argumentos sobre tu oferta con la plantilla nº 3.
- ❑ (*) Descubre el bonus con mi método de investigación (te ayudará a recopilar toda la información que necesitas para esta primera fase de preparación).

❑ 2) Módulo 2: CREENCIAS

- ❑ Revisa todos los pasos para superar el bloqueo a la hora de escribir.
- ❑ Repasa tus textos actuales y si las palabras que utilizas son las correctas.

❑ 3) Módulo 3: CLIENTE

- ❑ Describe quién es tu cliente ideal con el ejercicio propuesto.



DEL COPYWRITING

- ❑ Recopila la información más importante sobre tu cliente ideal con la plantilla nº 4.
- ❑ Descubre cuánto sabe tu cliente ideal sobre ti y en qué fase del embudo está con la plantilla nº 5.
- ❑ Identifica qué es lo que motiva a tus clientes a comprar lo que vendes.
- ❑ Detalla qué es lo que te hace único y qué es lo que hace que tu producto o servicio sea único.
- ❑ Selecciona la información más importante sobre tu producto o servicio con la plantilla nº 6.
- ❑ Realiza el ejercicio propuesto compuesto de 3 fórmulas para escribir un mensaje que te ayude a conectar de forma genuina con tu cliente ideal y que le muestre que lo que vendes es aquello que necesita ahora.

❑ 4) Módulo 4: DESEO

- ❑ Convierte las características que has apuntado en la plantilla no2 en beneficios.
- ❑ Identifica si lo que vendes está asociado con un dolor o un placer.
- ❑ Define tu propuesta única de valor con mi sistema de 5 pasos y la fórmula 3 propuesta en el módulo 3.

----- Paso 2: Fase de REDACCIÓN -----

❑ 5) Módulo 5. VOZ

- ❑ Completa cada uno de los ejercicios propuestos para definir tu tono de voz.



DEL COPYWRITING

❑ 6) Módulo 6: ESTRUCTURA Y MENSAJE

- ❑ Crea tu primer borrador con la estructura AIDA para empezar a trabajar el texto de tu oferta.
- ❑ Escribe una batería de titulares siguiendo los ejemplos mostrados en la lección. No descartes los titulares que van saliendo, te servirán probablemente como subtítulos.
- ❑ Inspírate con alguna de las 8 ideas que te he dado para crear rápido el primer párrafo de tu oferta.
- ❑ Escribe una buena historia (siguiendo la estructura propuesta) sobre tu marca o lo que quieres ofrecer a tu potencial cliente.
- ❑ Recolecta testimonios de clientes satisfechos para aumentar tu credibilidad como marca y ofrecer confianza al comprador.
- ❑ Analiza qué bonus podrían completar a la perfección tu oferta para hacerla todavía más irresistible.
- ❑ Identifica cuáles podrían ser las objeciones más importantes de tu oferta y escribe un argumento para rebatir cada una de ellas.
- ❑ Piensa cómo quieres crear escasez y urgencia en el cierre de tu oferta siguiendo mis recomendaciones.
- ❑ Cierra el texto con una llamada a la acción que los clientes cliquen sin pestañear y utilizando palabras persuasivas.
- ❑ Incluye una posdata en tu oferta si ves que es necesario.
- ❑ Revisa cada una de las expresiones que puedes utilizar para generar escasez, aumentar la curiosidad en tu lector, mejorar la credibilidad de tu marca o guiar a la acción.

----- Paso 3: Fase de EDICIÓN -----



DEL COPYWRITING

❑ 7) Módulo 7: ATRACCIÓN

❑ Revisa si puedes añadir alguno de los 7 consejos propuestos para aumentar la atracción de tu oferta.

❑ Mejora tu texto analizando los siguientes puntos:

❑ El ritmo (frases largas vs frases cortas).

❑ Exclamaciones.

❑ Adjetivos.

❑ Objetivo del texto.

❑ Título (y el famoso “aunque”)

❑ Consigue que tu texto sea todavía más visual revisando:

❑ Imágenes.

❑ Subtítulos.

❑ Viñetas.

❑ Repasa la longitud de tu texto leyendo en voz alta de nuevo.

❑ ¿Está toda la información que el cliente al que te diriges necesita para realizar la acción que tú quieres?

❑ Comprueba si puedes utilizar en alguna sección la regla del tres.

