

15 CLAVES DE REDACCIÓN DIGITAL

Escribe mejor, detén el scroll y consigue que la gente lea tus contenidos hasta el final.

15 claves de redacción digital

copywritingdeincognito.com

© 2023 Copy de Incógnito

Todos los derechos reservados.

tipo@copywritingdeincognito.com

ÍNDICE

1/ Empieza con una frase corta	2
2/ Divide en bullet points	2
3/ Dale ritmo a tu texto	3
4/ Usa un estilo conversacional	4
5/ Elimina el 20%	4
6/ Usa números	5
7/ Sé específico	6
8/ Di algo diferente	7
9/ Haz preguntas	7
10/ Cambia adverbios por verbos	8
11/ Habla directamente al lector	9
12/ Prioriza la claridad	9
13/ Usa la técnica del “aunque”	10
14/ Usa metáforas	10
15/ Habla con franjas temporales	11

1/ EMPIEZA CON UNA FRASE CORTA

Leer requiere un esfuerzo.

Pero el mayor esfuerzo es siempre empezar. Así que intenta ponérselo fácil al lector. Dale un empujón.

Haz que empezar a leer sea casi inevitable.

Igual que he hecho yo aquí.

Usa una frase corta.

2/ DIVIDE EN BULLET POINTS

Dicen que si no eres capaz de dividir tu mensaje en bullet points significa que no tienes claro lo que quieres comunicar.

Los bullet points te ayudan a:

- Facilitar la comprensión de tu texto
- Aligerar la carga cognitiva de tu mensaje
- Mejorar la legibilidad de lo que has escrito

Tus lectores te lo agradecerán.

Y tus métricas también.

3/ DALE RITMO A TU TEXTO

Si leer requiere un esfuerzo y tú quieres que la gente lea lo que escribes... Tienes que minimizar ese esfuerzo.

Cuando escribas:

- Usa párrafos cortos (2 o 3 frases máximo)
- Combina frases cortas y largas para dar ritmo
- Empieza frases con conjunciones como “y” u “o”

→ **MAL:**

“Nadie quiere leer un párrafo como este en Internet porque es agotador, aburre y hace que pierdas la atención a los pocos segundos, que es lo peor que te puede pasar cuando creas contenido porque si la gente no lee lo que publicas en redes sociales no van a llegar a conocerte, confiar en ti y comprar tus productos o servicios”.

→ **BIEN:**

“Nadie quiere leer parrafadas.

Tus textos deben ser ligeros, concisos y entretenidos.

Dales ritmo. Mezcla frases cortas con frases más largas. Crea música con las palabras.

Créeme. Así conseguirás que la gente te lea.

Y que confié en ti para solucionar sus problemas”.

4/ USA UN ESTILO CONVERSACIONAL

Cuando comunicas, debes intentar que el lector te perciba como una persona cercana y parecida a él. Los tiempos de las grandes corporaciones hablando desde arriba han terminado.

Las personas quieren hablar con personas. Y quieren HABLAR, no que les suelten el speech de turno.

Para que la comunicación sea efectiva:

- Escribe como si hablases con un amigo
- Evita el lenguaje corporativo
- Involucra al lector

→ **MAL:**

“Nos complace anunciar que...”

→ **BIEN:**

“Todavía no nos lo acabamos de creer, pero...”

5/ ELIMINA EL 20%

La mayoría de la gente escribe demasiado y llena sus textos de palabras innecesarias que solo generan ruido y dificultan la lectura.

¿El problema?

Que no dedican un momento a editar el borrador.

Antes de publicar, lee lo que has escrito en voz alta y elimina todas las palabras que no aporten nada al texto. Es muy simple: si no suma o cambia el significado de la frase, sobra.

Esto suele ser alrededor de un 20% del texto.

→ **EJEMPLO:**

La ~~mayoría de la~~ gente escribe demasiado y llena sus textos de palabras innecesarias que ~~solo generan ruido y~~ dificultan la lectura.

¿El problema?

Que no dedican un momento a editar el borrador.

Antes de publicar, lee ~~lo que has escrito~~ en voz alta y elimina ~~todas~~ las palabras que no aporten nada ~~al texto~~. ~~Es muy simple~~: si no suma o cambia el significado ~~de la frase~~, sobra.

Esto suele ser ~~alrededor de~~ un 20% del texto.

6/ USA NÚMEROS

Los números son tus amigos.

Acostúmbrate a utilizarlos porque tienen muchas ventajas a la hora de captar y retener la atención en Internet.

Cuando utilizas números, consigues varias cosas:

- El lector sabe qué esperar
- Tu contenido se organiza mejor

- La información se retiene más fácilmente

→ **MAL:**

“Qué tipos de titulares captan la atención del lector”

→ **BIEN:**

“7 tipos de titulares que captan la atención del lector”

7/ SÉ ESPECÍFICO

Cuanto más específico es un texto...

- Más interesante resulta
- Más creíble parece
- Más gusta

Y puedes ser específico de varias maneras diferentes.

→ **MAL:**

“5 ejercicios para perder peso”

→ **BIEN:**

“5 ejercicios para directivos de grandes empresas que quieren perder peso sin dedicar más de 30 minutos al día a hacer deporte”

→ **MAL:**

“Desde que empecé, mi audiencia en redes sociales ha crecido mucho”.

→ BIEN:

“En 18 meses, he pasado de 0 a 67.000 seguidores en redes sociales”.

8/ DI ALGO DIFERENTE

Todo el mundo está diciendo lo mismo de la misma manera.

Si quieras que la gente te preste atención...

Sorprende al lector.

→ EJEMPLO:

“Todo el mundo habla de crear marca personal en LinkedIn.

Pero lo que no te dicen es que la marca personal no es algo que tú puedas diseñar y crear como a ti te guste.

Tu marca personal es lo que la gente interpreta... de lo que proyectas.

En tus manos solo está una parte de tu marca personal”.

9/ HAZ PREGUNTAS

Las preguntas son un toque de atención.

Funcionan especialmente bien para señalar un problema en una primera frase. O en mitad del texto para evitar que la gente se despiste.

Al hacer preguntas, conviertes tu texto en un diálogo.

Es decir, involucras al lector.

→ **EJEMPLO 1:**

“*¿Publicas en LinkedIn y es como hablar con una pared?*”

→ **EJEMPLO 2:**

“[...]”

“*¿Te ha pasado algo parecido?*”

[...]

10/ CAMBIA ADVERBIOS POR VERBOS

Las palabras más poderosas que puedes utilizar son los verbos.

Los verbos hacen que pasen cosas. Mantienen la historia en movimiento y generan interés. Son gasolina para la imaginación.

Los adverbios son vagos y casi siempre innecesarios.

Si puedes, sustitúyelos por un verbo:

→ **MAL:**

“*Se acercó lentamente hasta mi mesa*”.

→ **BIEN:**

“*Se arrastró hasta mi mesa*”.

11/ HABLA DIRECTAMENTE AL LECTOR

En Internet, el lector no es un sujeto pasivo.

La persona que consume tu contenido se repite constantemente la siguiente pregunta: *¿Qué hay aquí para mí?*

Si quieres su atención, dirígete a él.

Habla de los temas que le interesan, de sus preocupaciones, de los problemas que afronta, de sus frustraciones, de sus sueños...

Y habla siempre en 2^a persona del singular.

Igual que yo me dirijo a ti aquí.

12/ PRIORIZA LA CLARIDAD

Me da igual que te dediques al lead generation utilizando técnicas de neuromarketing, storytelling y data analysis con el foco en la direct response... si tu cliente se dedica a vender colchones.

Porque no va a entender nada de lo que le has dicho. Y lo que no se entiende no se valora.

RECUERDA: No es inteligente intentar parecer inteligente.

→ **MAL:**

“Lead generation basado en storytelling y data analysis”.

→ BIEN:

“Te generamos hasta 20 reuniones mensuales con prospectos de calidad”.

13/ USA LA TÉCNICA DEL “AUNQUE”

Esta técnica la enseñan siempre en Copyhackers, una de las escuelas de copywriting más importantes del mundo.

Gracias a ella, puedes derribar objeciones de tu lector en el mismo titular. Y conseguir que te lea quien ni siquiera creía posible que pudiese interesarle lo que vas a contar.

Y lo mejor es que es tan sencilla de utilizar como efectiva.

→ EJEMPLO 1:

“Cómo conseguir que los clientes te paguen más”.

→ EJEMPLO 2:

“Cómo conseguir que los clientes te paguen más aunque no tengas experiencia, recomendaciones ni portfolio”.

14/ USA METÁFORAS

La vida es aburrida, pero puedes hacerla mucho más interesante si utilizas metáforas para expresar las cosas.

Las metáfora hacen que tu mensaje se entienda mejor y se recuerde.

→ **MAL:**

“El azúcar es adictivo y tiene muchos efectos negativos para la salud”.

→ **BIEN:**

“El azúcar es la heroína del siglo XXI”.

15/ HABLA CON FRANJAS TEMPORALES

Poner límites temporales a lo que dices tiene un efecto calmante en el lector, además de hacerlo más interesante.

La gente quiere vivir mejor, pero lo quiere ya.

No caigas en falsas promesas, pero limita la franja temporal para hacer tu mensaje mucho más persuasivo.

→ **EJEMPLO:**

“Me ha costado 2 años desarrollar mi sistema de creación de contenidos.

Pero puedo resumirte los puntos clave en 3 minutos.

Te lo explico aquí”.

QUÉ HACER CON ESTAS CLAVES

Ahora que sabes esto...

¿Cuál es el siguiente paso que debes dar?

Muy simple: tienes que ponerlo en práctica y escribir todos los días.

Si quieras llegar a escribir contenido de buena calidad algún día, antes tienes que escribir mucho contenido de dudosa calidad.

Y no solo eso, sino que tienes que publicarlo.

¿Por qué?

- Para coger el hábito y mejorar un poco cada día
- Para perder el miedo a lo que opinen de ti
- Para tener *feedback* y detectar mejoras

Si no escribes todos los días, da igual cuántas guías sobre redacción digital leas: nunca llegarás a ser un buen creador de contenidos.

Hazlo y verás cómo en unos meses tus resultados se disparan.

Abrazo,

Luis