

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO

Ejemplos y tips para escribirlas

EMPRENDIMIENTO
Y VIRTUALIDAD



david.londono@comunidad.iush.edu.co



David Londoño R.



Si has llegado hasta aquí es porque las descripciones de producto son un aspecto clave de cualquier tienda en línea. A continuación te mostraremos como hacer una gran descripción de producto con ejemplos.

Además, veremos cuáles son las buenas y las malas prácticas a la hora de escribirlas y cómo se puede complementar las descripciones de producto con imágenes de alta calidad.



¿Qué es una descripción de producto?

En palabras simples, una descripción de producto es una breve explicación escrita de las características, beneficios y cualidades de un producto o servicio.

A menudo esta descripción suele incluir detalles como el tamaño, el peso, los materiales utilizados, el uso previsto y las ventajas que ofrece el producto.

Esta clase de descripción es necesaria en catálogos de productos, sitios web de comercio electrónico y anuncios publicitarios para informar a los clientes potenciales sobre los productos o servicios que están disponibles.



La función de las descripciones de producto

El objetivo principal de una descripción de producto es proporcionar información detallada y precisa sobre un producto o servicio para ayudar a la clientela a tomar una decisión de compra informada.

Por ello, una buena descripción de producto debe incluir información sobre los rasgos principales del producto, así como imágenes de alta calidad.



Además de ayudar a los clientes a tomar una decisión de compra, una descripción de producto también puede ayudar a mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda al incluir palabras clave relevantes.

También puede ayudar a persuadir a los clientes a elegir un producto en particular, destacando sus beneficios, diferenciándose de la competencia y generando una sensación de urgencia para comprar.



Tips para escribir una buena descripción de producto

Ahora te daremos los nueve mejores consejos para que redactes tus propias descripciones de producto en tu tienda online. Una vez que los implementes, podrás tener tu espacio virtual completo y listo para vender.



Haz que sea detallada y precisa

Para comenzar, asegúrate de incluir todas las especificaciones relevantes y detalles sobre el producto. Por ejemplo:

- Tamaño
- Peso
- Materiales
- Color
- Capacidad

Ejemplo: Los zapatos son de cuero genuino, con suela de goma antideslizante. Miden 10.5 en talla estadounidense y pesan 1.2 libras.



Haz hincapié en los beneficios

Es decir, destaca los beneficios del producto y cómo puede mejorar la vida del cliente.

Ejemplo: si estás describiendo un champú podrías decir: Este champú utiliza aceites esenciales de lavanda y menta para dejar tu cabello suave, sedoso y con un aroma fresco durante todo el día.



Utiliza un lenguaje sencillo

No te compliques con palabras difíciles! Punto fundamental: asegúrate de que la descripción sea fácil de entender para todos los clientes potenciales.

Ejemplo: Veamos el caso de una cartera, cuenta con un compartimento principal con cierre de cremallera y dos bolsillos laterales para tarjetas.



Utiliza imágenes de alta calidad

El texto no es todo. Muchas veces, las personas necesitan ver lo que van a comprar. Por ello, acompaña las descripciones con imágenes de alta resolución que muestren el producto desde diferentes ángulos.

Relación entre la descripción de producto y fotografía de producto.

En la actualidad, la descripción de producto y las fotografías de producto se complementan entre sí para proporcionar una visión completa y detallada del producto o servicio que se ofrece.



Como dijimos, la descripción de producto proporciona información detallada sobre las características, especificaciones, beneficios y cualidades del producto, mientras que las fotografías de producto proporcionan una representación visual del producto.

Al combinar ambos elementos, los clientes potenciales pueden obtener una comprensión completa del producto, lo que les ayuda a tomar una decisión de compra informada.

Es importante utilizar imágenes de alta calidad que muestren el producto desde diferentes ángulos y en diferentes escenarios, para que los clientes puedan ver el producto en su contexto real. También es importante incluir imágenes de detalle para mostrar características específicas del producto.



Incorpora palabras clave

Te recomendamos utilizar algunas palabras clave relevantes para cada producto. De este modo, ayudarás a los clientes a encontrarlo en motores de búsqueda.



Haz que sea atractiva

No importa cuál sea el rubro de venta, siempre deberás procurar un buen estilo de escritura.

Para lograrlo, utiliza un tono de voz atractivo y persuasivo: así atraerás a más clientes potenciales!

Ejemplo: Los lentes de sol con revestimiento de polarización reducen el deslumbramiento y mejoran la claridad en días soleados.



Utiliza las reseñas de clientes

Nada mejor para añadir credibilidad sobre tus productos o servicios que citar a tu clientela. Por eso, pide una devolución luego de la compra, para luego poder utilizarla en tus descripciones.

Ejemplo: así puedes añadir un testimonio: Marta. Este interruptor es de fácil instalación. Me encantó



Haz que sea única

Importante: asegúrate de que tu descripción sea única y no copiada de otras fuentes.

La mejor forma para lograrlo, en este caso, es ocuparte por tu cuenta de la redacción (y no tomar, por ejemplo, textualmente, los datos de la caja del producto).

De este modo, te diferenciarás de la competencia.

¿Quieres tener tu tienda online a un bajo costo, sin pagar comisiones por ventas? Entonces tienes que conocer la plataforma de Tienda Neolo.



Sigue una estructura

La estructura de una descripción de producto puede variar ligeramente dependiendo del tipo de producto y de la información que se desea incluir, pero en general, una buena estructura debe incluir los siguientes elementos:

Título: conciso y descriptivo, que resuma el producto.
Imágenes: Fotografías de alta calidad que muestren el producto.

Características: Una lista detallada de los rasgos del servicio o producto



Especificaciones: Información detallada sobre las especificaciones del producto, como el modelo o el número de serie.

Beneficios: Una lista de los puntos fuertes del producto y cómo puede mejorar la vida del cliente.

Información de envío: Datos sobre el tiempo de envío y los costos de envío.

Información de garantía: Información sobre la garantía del producto y cualquier política de devolución.



Reseñas: Comentarios de las personas que han comprado previamente el producto.

Palabras clave: Inclusión de palabras clave relevantes para el producto para mejorar el posicionamiento en motores de búsqueda.

Además, es importante también tener en cuenta que la estructura de la descripción debe ser clara y fácil de seguir, con una jerarquía visual y una tipografía legible.

[Ver ejemplos en Falabella y Mercado Libre.](#)



Malas prácticas en descripción de producto

Ahora es momento de revisar esas cosas que nunca tienes que hacer en una descripción de producto.

¡Evita estos errores para optimizar tu tienda online!



Copiar y pegar descripciones de otras fuentes

Atención: utilizar descripciones de productos tomadas de otras fuentes, como sitios web de fabricantes o competidores, puede resultar en contenido duplicado y puede ser considerado como plagio.



Incluir información engañosa o inexacta

Por otro lado, proporcionar información engañosa o inexacta sobre un producto puede dañar la reputación de la empresa y desconfiar a los clientes potenciales.

Un ejemplo clásico: «Este champú hace que tu cabello crezca 4 veces más rápido de lo normal en solo una semana.»



Falta de detalles

No proporcionar detalles específicos sobre un producto puede dejar a los clientes inseguros y llenos de interrogantes sin respuestas (lo que hará más improbable que se concrete una compra).

Si reducimos una descripción de este modo, por ejemplo, mencionando: «Esta cartera es hermosa.», las personas se quedarán con ganas de saber qué la hace hermosa: ¿sus materiales, su color o su diseño?



Utilizar un lenguaje técnico

Desde luego, emplear un lenguaje técnico o jerga puede ser difícil de entender para algunos clientes y puede alejarlos de la compra.

Veamos un caso. Si simplemente mencionamos: «Este teléfono inteligente cuenta con un procesador octa-core y 6GB de RAM.», sin explicar qué significa eso, probablemente muchas personas se queden sin entender los beneficios de ese tipo de procesador y de la potencialidad de esa RAM.



Falta de imágenes

¿Quién quiere comprar algo que no vio? Recuerda siempre que no incluir imágenes de alta calidad del producto puede dificultar a los clientes visualizar el producto y puede disuadirlos de realizar una compra.



Obviar los beneficios

Si no destacas los beneficios del producto o servicio y cómo puede mejorar la vida del cliente, harás que lo que vendes parezca menos atractivo.



¿Qué pasa si no incluyo descripción de producto?

Puede que te dé pereza describir cada producto y te preguntes si realmente te perjudicaría la decisión de no hacerlo.

Debes saber que, si no describes un producto en su tienda en línea, los clientes potenciales estarán inseguros a la hora de tomar una decisión de compra.



Como no sabrán las especificaciones, características, beneficios o cualidades del producto, tendrán muchas preguntas sin respuesta y dudas sobre si el producto es adecuado para sus necesidades.

Además, una falta de descripción también puede afectar negativamente el rendimiento de su tienda en línea en los motores de búsqueda.

Por ende, no te recomendamos obviar este paso. Si sientes que no es para ti, puedes delegarlo en otras personas.

ACTIVIDAD

Desarrollar la descripción del Producto o servicio para el plan de negocios

