

Redacción (Copywriting)

Descripción



Un redactor o “copywriter” es una persona que escribe textos como contratista o en base a un proyecto para una empresa u organización. Un “copy” es cualquier texto utilizado para comercializar y vender un producto, servicio o marca (puede incluir páginas de ventas, medios digitales, entradas de blog, páginas de aterrizaje, entradas en redes sociales, libros electrónicos, estudios de caso y libros blancos). El objetivo del texto es persuadir, informar, posicionarse bien en los motores de búsqueda (sobre todo en Google) y motivar al lector para que actúe inmediatamente.

La redacción de textos publicitarios es una cuestión de ideas, propuestas de valor y habilidades de comunicación.



CONSTRUYE TU PORTAFOLIO

TOMA ENCARGOS NO REMUNERADOS PARA OBTENER EXPERIENCIA

PRUÉBATE A TI MISMO

SER CREATIVO E IMAGINATIVO

NUNCA DEJES DE APRENDER

ESTABLECER LA CREDIBILIDAD

APRENDER LOS FUNDAMENTOS DEL MARKETING Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

GESTIONA TU TIEMPO

CUIDA TU RED DE CLIENTES





Inversión y costos de entrada

Para empezar a aportar servicios como redactor, se requiere la siguiente inversión:

- Lápiz y papel (opcional) (€)
- PC de sobremesa o portátil, monitor + periféricos pertinentes (€€)
- Programas informáticos como Office y los de tratamiento de textos (€€)
- Cuenta de teléfono (€)
- Formación y certificación, por ejemplo, cursos, libros, vídeos de YouTube. La formación es vital para convertirse en un redactor de éxito (€)
- Crear marketing de contenidos para promocionar tu trabajo (€)
- Crear una red de clientes y/o socios potenciales (€)
- Crea un sitio web y/o empieza a crear un portafolio para mostrar tu trabajo (€)



Impacto medioambiental

El impacto medioambiental:

- El trabajo a distancia. El consumo continuo de energía (calefacción de las casas, uso de agua y uso de electricidad) sigue siendo una preocupación (🍂🍂🍂)
- Creación de papel, uso y residuos de impresión (🍂)
- Consumo de energía de tu ordenador (🍂🍂🍂)

- Almacenamiento de datos en la nube (🍁🍁🍁)

Entre las formas de reducirlo se encuentran:

- El trabajo a distancia reduce la huella de carbono por:
 - El menor tráfico diario de viajeros reduce las emisiones de CO2 y mejora la calidad del aire en las zonas urbanizadas.
 - Menos uso de plásticos de un solo uso, ya que los trabajadores suelen comer y beber desde casa.
 - Menos desperdicio de energía debido a que los ordenadores, las luces, las impresoras, etc. se dejan encendidos innecesariamente durante períodos prolongados del día.
 - Menos impresión y desperdicio de papel, ya que los archivos electrónicos y los PDF se utilizan como norma.
- El papel se puede reciclar
- Apaga los dispositivos cuando no estén funcionando para evitar la "electricidad fantasma".



- Intenta optimizar los archivos almacenados. Elimina todos los archivos, aplicaciones, fotos y vídeos innecesarios.
- Prevé soluciones digitales (por ejemplo, tomar notas en los portátiles y/o aplicaciones para tomar notas en los smartphones, contenidos accesibles digitalmente en la nube)



Buenas prácticas

- **Ser curioso:** Inspirarse en cualquier lugar y en todas partes
- **Respetar al cliente/consumidor:** Tenlo siempre presente y haz buenas preguntas para obtener información clave.
- **Conozca a su público:** Es vital saber quién es tu público y cómo comunicarte con él. Una vez que hayas hecho este trabajo, podrás utilizar el lenguaje correcto para que resuene con él.
- **Sea metódico:** Elija el esquema de redacción adecuado; planifique cada sección del texto, obtenga la opinión de las partes interesadas y pase por varias rondas de edición.

- **Sea claro y conciso:** Comience con titulares claros y convincentes, utilice un lenguaje sencillo y vaya al grano, haga hincapié en su propuesta de valor.
- **Redacción publicitaria y sostenibilidad:** Conectar emocionalmente con los clientes y otras partes interesadas transmitiendo una posición crítica, ética y ecológica se está convirtiendo en algo esencial para potenciar un medio de vida más sostenible.



Elegir la estructura adecuada

Elegir la estructura adecuada

1. Describir un problema y situar el producto como solución al mismo
2. Contar una historia en la que el producto esté implicado y sea el protagonista
3. Pregúntate y responde a las posibles preguntas del lector relacionadas con el producto
4. Divide tu contenido en secciones
5. Describe la misma situación desde múltiples perspectivas
6. Comienza en un nivel general y luego desarrolla niveles de detalle más profundos

Elige la estructura adecuada y lleva al lector a actuar.





Retos

- **Escribir sin tener un portafolio**
- **No entender el marketing:** Promocionarse a sí mismo y a sus servicios es fundamental para tener éxito como redactor freelance. Por ello, un plan de marketing puede ayudarte a mejorar tu negocio.
- **El alcance de las cosas** (dificultades para gestionar el alcance del proyecto)
- **Gestión del tiempo** (Conseguir trabajo, hacer marketing, construir tu portafolios, manejar las tareas administrativas, establecer contactos, entre otros)
- **Negociación y cobro de trabajos**
- **Mantener a los clientes**



Consejos generales/soluciones

- **Construye tu portafolio**, busca un trabajo, establece tu credibilidad
- **Infórmate sobre los fundamentos del marketing y la gestión empresarial**

- **Evita sobrepasarte:** haz por adelantado las preguntas necesarias y detalladas que te ayuden a entender la cantidad de trabajo que hay que hacer, el programa de actividades, tus responsabilidades precisas y las expectativas de tu cliente)
- **Gestiona tu tiempo:** puedes hacerlo estableciendo un horario de trabajo, creando un calendario semanal y diario a seguir.
- **Investiga:** es más fácil negociar si tienes buena información. Averigua sobre el valor estándar del mercado antes de tomar cualquier decisión.
- **Establecer una conexión con tu cliente:** Puedes asegurarte encargos constantes, remisiones y más dinero.

¿A quién va dirigida esta herramienta/actividad?

- Cualquiera que sepa escribir y satisfacer la necesidad de su empleo o cliente.
- Los redactores publicitarios son una mezcla de creativos publicitarios, psicólogos del comportamiento y vendedores.
- Un buen redactor publicitario es culto, curioso, creativo, reflexivo y tiene disciplina.
- Son personas con una gran capacidad de comunicación: Deben ser capaces de escribir bien y elaborar contenidos persuasivos, sabiendo



cómo captar la atención del lector. Deben comunicar las ideas de forma concisa y eficaz, haciendo que los diferentes temas sean fáciles de entender.

- Personas con gran capacidad de organización.

Conclusiones

- **La redacción o “copywriting” es una escritura con propósito.** El objetivo del redactor o “copywriter” es aconsejar al lector y animarle a pasar a la acción.
- **El copywriting tiene que ver con las ideas, las propuestas de valor y las habilidades de comunicación:** se trata de la capacidad de convertir un concepto en un lenguaje creativo, eficaz y persuasivo que inspire al lector.
- **No necesita ninguna inversión ni costes de entrada elevados,** pero lleva tiempo consolidar una base sólida de confianza, una red de clientes y credibilidad.
- **El impacto medioambiental es bastante bajo** y está relacionado principalmente con el uso de la energía necesaria para realizar las tareas



informáticas y en línea. Hay formas de reducirlo o compensarlo.

- **Un redactor publicitario tiene que ser empático y saber cómo dirigirse a los clientes.** También tiene que conocer al público y adecuar su lenguaje a sus lectores potenciales. Tiene que ser un gran creador de historias y un escritor técnico.

Referencias

- 9 problems every freelance writer faces when starting out. (2021, mayo 6). Wave Freelance Hub. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.waveapps.com/freelancing/writing/freelance-writing-challenges>
- CopyPress. (2022a, mayo 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- CopyPress. (2022b, mayo 2). Freelance Copywriters: Your Best Content Solution? Content Marketing Agency | Content Marketing Services by CopyPress. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.copypress.com/kb/copy/what-is-a-freelance-copywriter/>
- Copywriting, A. (2013, enero 28). Copywriter | Copywriting | Copywriters in Norwich, Norfolk, UK. ABC Copywriting. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.abccopywriting.com/>
- Copywriting challenges you will have to face. (2021, agosto 3). GigLeads. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://gigleads.uk/copywriting-challenges-you-will-have-to-face/>



- DIGITAL CLEANUP DAY. (s.f.). DIGITAL CLEANUP DAY – Digital Cleanup Day. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.digitalcleanupday.org>
- Greene, S. (2020, febrero 14). Want to Be a Freelance Copywriter? Consider These Challenges First. Susan Greene Copywriter. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.susangreenecopywriter.com/articles/freelance-copywriter-challenges.html>
- H. (2017, october 1). Top tips from a freelance copywriter. Honchō. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/top-tips-freelance-copywriter/>
- Halstead, J. (2022, febrero 21). A Beginner’s Guide to Freelance Copywriting. Honchō. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.honchosearch.com/blog/digital-content/beginners-guide-freelance-copywriting/#:%7E:text=A%20freelance%20copywriter%20is%20someone,%2C%20convert%20customers%20and%20more.>
- How To Become a Freelance Copywriter (With FAQ). (s.f.). Indeed Career Guide. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/how-to-become-freelance-copywriter>
- Kardos-Latif, D. (2022, mayo 19). 16 Copywriting Tools For More Effective Writing You Should Start Using Today. UX Studio. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://uxstudioteam.com/ux-blog/copywriting-tools/>
- Kreimer, I. (2021a, junio 22). How to Become a Freelance Copywriter: A Beginner’s Roadmap. Foundr. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://foundr.com/articles/marketing/how-to-become-a-freelance-copywriter>
- McCoy, J. (2020, noviembre 6). What Does a Copywriter Do? (Infographic). Entrepreneur. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.entrepreneur.com/article/355287>



- McMillen, J. (2021, diciembre 19). What Does A Copywriter Do? Successful Writers Do These 4 Things. Jacob McMillen. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://jacobmcmillen.com/what-does-a-copywriter-do/>
- McMillen, J. (2022, enero 10). How To Become A Copywriter & Earn Six Figures+ In 2022. Jacob McMillen. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://jacobmcmillen.com/how-to-become-a-copywriter/>
- Morollo, M. K. (2021, diciembre 9). The Challenges of Being a Freelance Writer - The Startup. Medium. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://medium.com/swlh/the-challenges-of-being-a-freelance-writer-967d24386c01>
- Patel, S. (2022, junio 8). Best practices for effective copywriting. Olivine — A Product Marketing Agency. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.olivinemarketing.com/articles/best-practices-for-copywriting>
- Reducing the Environmental Impact of an Online Business. (s.f.). Alice Writes Copy. Recuperado el 14 de junio de 2022, de <https://www.alicewritescopy.com/sustainability-online-business>
- The copywriting infographic. Abc copywriting. Recuperado el 14 de junio de 2022, de https://www.mdgadvertising.com/wp-content/uploads/2012/12/copywriting_infographic_full.jpg



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea (código de proyecto: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.



Esta obra está autorizada bajo la licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).



