



Cómo Crear Publicidad que Vende

Por Alejandro Pagliari

¿**QUÉ ES LO QUE HACE** que un aviso sea inolvidable y venda camiones repletos de mercadería — mientras que otros son completamente ignorados y no generan ventas suficientes para pagar, siquiera, su propio costo?

Si lo último te sucede más frecuentemente de lo que quisieras o simplemente quieres maximizar las respuestas de tus avisos ya exitosos, la información que descubrirás en este documento es esencial. Este **Reporte Especial** te va a mostrar el arte y ciencia de como multiplicar las respuestas a tus avisos, encontrar clientes nuevos y dejar a tus competidores rascándose la cabeza diciendo: “¿¡Cómo es que lo hace!!?”

Nos vamos a concentrar en aplicar estos métodos para avisos de revistas, diarios y páginas amarillas; pero todas estas técnicas se aplican a cartas de ventas, panfletos y catálogos. También para avisos de radio y televisión y — por supuesto — a toda tu publicidad en Internet.

Hay obvias diferencias entre un clasificado y un aviso de página completa — pero hay aún más similitudes. Por ejemplo, los dos tienen (o deberían siempre tener) un titular, el mensaje principal de venta y una forma de responder.

Veamos primero como escribir un titular que magnetice los ojos de sus lectores y los haga empezar a leer tu aviso...

El Titular

Ríos de tinta han sido dedicados a este tópico. ¿Por qué? Porque el titular representa un 90% de la efectividad de tu aviso. Esto es lo que un reconocido experto en publicidad dice acerca de su importancia:

“En promedio, la gente lee 5 veces más el titular que el resto del aviso. Por lo tanto si el titular no vende tu producto, has malgastado el 90% de tu dinero.”
—**David Ogilvy**

Lo que Ogilvy quiere decir es que el titular es el “aviso de tu aviso.” La gente tiende a seleccionar lo que van a leer a través del titular. Si el titular es atractivo, comienzan a leer — de lo contrario, continúan buscando. Esto es válido para avisos, artículos, editoriales, etc. — el sistema de búsqueda utilizado por cualquier lector es exactamente el mismo.

IDEA

Cuando digo titular, también me refiero a la primera cosa que dice un vendedor, el primer párrafo de una carta, el encabezamiento de tu página Web, etc. Un titular puede ser también el título de un libro (o el nombre de un producto.) Hay un sinfín de casos documentados en los cuales se muestra que tan solo cambiando el título de un libro se han duplicado o triplicado las ventas del mismo.

Cuando alguien empieza a leer tu aviso es porque está interesado en lo que vendes. Con un poco de habilidad y la oferta correcta, es casi seguro que tienes un nuevo cliente (o uno viejo comprando otra vez.)

La conclusión es garantida a fuego: **si tienes un buen titular estás prácticamente asegurando el éxito de tu aviso.**

Como hemos visto, el propósito principal del titular es “atraer” a la gente correcta para tu aviso. Tu propósito no debe ser tratar de interesar a todo el mundo, sino solamente a quienes están *predispuestos* a comprar tu producto.

Los titulares que más llaman la atención son los que responden a la pregunta que todos los lectores tienen en su cabeza, “**¿Qué hay en esto para mí?**”

Acuérdate que todos somos egocéntricos. Por lo tanto, tus clientes no están interesados en tus preocupaciones o tus ganancias, sino en las tuyas propias — y en cómo tu producto o servicio pueda ser el puente entre donde se encuentran y adonde quieren llegar. Desafortunadamente, muchos avisos malgastan dinero a baldes pues están hechos para complacer al escritor. Estos avisos no toman en cuenta lo que posibles clientes *quieren* o *necesitan*.

La mejor forma de crear un titular que responde a la pregunta “¿Qué hay en esto para mí?” es la siguiente:

1. Aprende todo lo que puedas sobre tu producto o servicio;
2. Escribe todos los beneficios que tu cliente va a ganar si compra tu producto (no cedas a la tentación de enumerar una lista interminable de las características o atributos de tu producto);
3. Selecciona el beneficio principal y úsalo en tu titular.

He descubierto que un buen titular puede ser hasta 15 veces más efectivo que uno mediocre. En el mundo de avisos “yo también” que puedes encontrar en diarios y revistas, un titular diseñado *científicamente* para atraer y vender a la mayor cantidad de gente posible — es la diferencia entre un posible cliente leyendo el resto de tu aviso o simplemente dando vuelta la página. **Tu producto podría haber sido exactamente lo que estaban buscando... pero nunca lo sabrán si el titular no se los dice.**

Es importante recordar que tu producto o servicio puede atraer a distintos tipos de personas. Por consiguiente, debes adaptar tu mensaje de acuerdo al grupo al que te estás dirigiendo. Por ejemplo, hace poco escribí un aviso para un colega para promocionar su libro de marketing. Las técnicas descritas en el libro pueden ser usadas por dueños de empresas, médicos o gente trabajando desde su casa. El libro es exactamente el mismo, pero dependiendo del medio de prensa en el que puse el aviso (revista para médicos o revista de negocios internacionales) enfatizo más o menos ciertos

beneficios u otros. En concreto, siempre debes “personalizar” el mensaje para la audiencia a la que está dirigido.

Ejemplos de titulares personalizados:

Médico: “Descubre Como Atraer Más Pacientes a tu Práctica Rápida y Fácilmente”

Empresario: “Incrementa Tus Ganancias de la Noche a la Mañana Sin Usar Más Capital Ni Vendedores”

Ambos titulares venden el mismo libro y tanto médicos como empresarios encontrarán lo que buscan en él. Sin embargo, quienes leen una revista de medicina, se verán más atraídos al primer titular. Así mismo, los que leen las páginas de negocios internacionales se interesarán altamente en la segunda propuesta. ¡La personalización del titular maximiza el número de posibles compradores!

IDEA

Cuando estés creando un titular, escribe siempre más de uno en tu cuaderno de notas (De 3 a 10 por lo menos). Luego elige el mejor para ser el titular de tu aviso, el segundo para ser un subtítular y modifica el resto para usarlo en el cuerpo de tu aviso. Más del 50% del tiempo que me lleva escribir un aviso lo paso escribiendo titulares, lo cual me simplifica el trabajo para escribir el resto del aviso.

Como Escribir un Titular Eficaz... ¡Aunque Nunca Hayas Escrito Uno en tu Vida!

- *Dile a tus lectores que es lo que tu producto/servicio va a hacer por ellos;*
- *Haz una promesa que sea creíble — se específico. Piensa quienes son tus clientes y escribe solamente para ellos;*
- *No uses palabras o frases que no usarías al hablar — usa el lenguaje que todo el mundo conoce así todos podrán entenderte. Hasta a la gente “bien educada” no le importa que utilices lenguaje simple. Sin embargo este es el único tipo de lenguaje que alguna gente puede comprender. (¡y también pueden llegar a ser buenos clientes!);*
- *Usa un subtítular — El subtítular crea un puente entre el titular y el resto de tu aviso;*
- **NO ESCRIBAS TODO TU TITULAR EN MAYÚSCULAS PORQUE ES MAS DIFÍCIL DE LEER;**
- *Usa “comillas” — Estudios han demostrado que incrementan la lectura de los avisos;*
- *Escribe siempre que sea posible en el presente — Tiene mucho más impacto; y,*
- *Usa las siguientes palabras y frases (Se ha comprobado que estas son las palabras de la lengua española que más venden. Úsalas solas*

o combínalas.) — gratis, gratuito, tú, usted, tus, anunciando, secretos de, nuevo, ahora, asombroso, descubrimiento, por fin, consejo para, la verdad acerca de, proteja, vida, acá, aquí, descubre/descubra, oferta especial, si, amor, odio/odiar, cuanto, esto/esta, solo, como, por qué, revolucionario, mejora/mejorado, rápido, fácil, 7 pasos para, como evitar, como tener, compre directo y ahorre, la forma segura de.

Ejemplos de titulares que incorporan estas palabras:

- ¡Nuevo! 15 Secretos Para Mantener La Piel Joven
- Como comprar la casa de sus sueños sin hipotecar su futuro...
- Proteja La Vida De Los Que Más Quiere Por Solo 2 Centavos Al Día
- ¡GRATIS! Reporte completo de como veranear a mitad de precio en 5 de las capitales mas famosas del mundo
- Los Mejores Consejos Para Vestirse Bien Explicados Por Una Modelo Profesional

Como Crear Tus Propios Titulares Usando Otros Titulares Exitosos

Un titular exitoso puede inspirarte a escribir uno propio. Los siguientes ejemplos muestran como hacerlo...

Como ahorrar dinero al comprar un auto

Como ahorrar dinero en la reparación de su casa

6 formas de evitar problemas con sus ingresos

7 maneras de dejar su alfombra como nueva

¿Comete usted errores gramaticales?

¿Ha elegido el seguro incorrecto?

Libro gratuito te muestra 12 secretos de como mejorar tu jardín

Reporte Especial gratuito revela 10 secretos para comer mejor y más sano

¿Entiendes la idea? Lo que siguen son 20 titulares que generaron mucho dinero para sus creadores. Úsalos cuando necesites crear tus propios titulares.

1. **Descubre la fortuna que se encuentra escondida en tu sueldo**
2. **Doctores prueban que 2 de cada 3 mujeres pueden tener piel más bonita en 14 días**
3. **Como hice una fortuna con una “idea tonta”**
4. **Con qué frecuencia te escuchas a ti mismo diciendo: “No, no lo he leído — ¡he estado tratando!”**
5. **Miles tienen esta habilidad inapreciable — ¡pero nunca la descubren!**

6. ¿De quién es la culpa cuando los hijos son desobedientes?
7. Como una nueva clase de máscara mejoró mi cutis en 30 minutos
8. 161 caminos al corazón de un hombre — en este fascinante libro para cocineras
9. ¡Mujeres en todas partes están delirando con este asombroso nuevo champú!
10. ¿Haces alguna de estas diez cosas vergonzosas?
11. Seis tipos de inversores — ¿en que grupo está usted?
12. Como eliminar manchas... use producto X y siga estas instrucciones
13. ¿Tiene usted un hogar “pobre” en cuadros?
14. Para gente que quiere escribir — pero no sabe como empezar
15. Estas lámparas casi mágicas iluminan las curvas de las autopistas antes que usted las tome
16. Los crímenes que cometemos contra nuestros estómagos
17. Se rieron cuando me senté al piano — ¡pero cuando empecé a tocar!
18. ¡Como hacer maravillas con un pequeño pedazo de tierra!
19. Pequeñas “pérdidas” que mantienen pobres a los hombres
20. Para hombres que quieren dejar de trabajar algún día

Agregar Beneficios — Una Forma Rápida y Fácil para Optimizar tus Titulares

Podemos mejorar nuestros titulares simplemente describiendo las ventajas de nuestro producto o servicio.

Por ejemplo:

Titular No. 1 — “El nuevo *EnergíaYA!* tiene más extractos naturales vigorizantes”

Titular No. 2 — “El nuevo *EnergíaYA!* tiene más extractos naturales vigorizantes, por lo tanto te hace sentir con más energía en menos tiempo y además... ¡ahorras dinero!”

El primer titular solo menciona una *característica* del producto. El lector tiene que usar su imaginación para transformar esa característica en un beneficio para si mismo. En cambio el segundo, “deletrea” los beneficios de esa característica.

Este método hará que tus titulares sean más largos — pero recuerda que es una buena idea vender tu producto en el titular o subtítular. Una regla importante en publicidad es que cuanto más dices, más vendes.

Evalúa este titular: “Un cuerpo bonito y tonificado en 14 días o te devolvemos tu dinero”

Este titular no vende un producto dietético o una máquina para hacer ejercicio (una característica o un hecho). Lo que vende es “un cuerpo bonito y tonificado” (un beneficio). La gente tiende a comprar resultados — no productos.

IDEA

Nunca dependas de la imaginación del lector para visualizar los beneficios de tu producto/servicio. Usa palabras “visuales” que describan en detalle todas las ventajas que tus clientes van a obtener cuando adquieran lo que estás vendiendo. Estas palabras visuales crearán imágenes poderosas en sus mentes que los motivarán a comprar.

35 Fórmulas Para Crear Tus Propios Súper Titulares

El titular es sin lugar a dudas la parte más importante de tu aviso o carta. Y el primer párrafo tiene que fascinar al lector... o parará de leer. Las siguientes fórmulas son inapreciables, casi mágicas. Pueden ser usadas para crear titulares y comienzos de cartas y avisos que detienen, atrapan y convencen. Son lo más cercano a una garantía de éxito...

1. “Haz pensado alguna vez...”

“¿Haz pensado alguna vez en jubilarte a la edad de 50 años?”

2. “Tenemos malas noticias... y tenemos buenas noticias”

“Las malas noticias son que *Empresas Imprimemejor* ha dejado de fabricar la impresora JPQ3000. Las buenas noticias son que la han sustituido por un modelo nuevo que imprime al doble de velocidad pero a la mitad del costo...”

3. “¿Sabías que...?”

“¿Sabías que ahora puedes comprar directo de fábrica las mejores marcas de electrodomésticos en un solo lugar?”

4. “Porque eres quien eres voy ha hacer lo siguiente...”

“Porque te suscribes a Mundo Marino te enviaremos una copia de Secretos del Mar absolutamente GRATIS”

5. “¿Por qué ellos...?”

“¿Por qué el gobierno no te muestra todas las ventajas de tener tu propia empresa... para ahorrar impuestos y tributos?”

6. “¿Que pasaría si...?”

“¿Qué pasaría si te pudiera demostrar que puedes perder peso... disfrutando de 3 deliciosas comidas por día?”

7. Te resolvemos tu problema.

“Tu búsqueda del auto perfecto termina aquí. Te presentamos el primer auto del siglo personalizado para cada conductor”

8. “Si te gusta aquello esto te va a fascinar”

“Si te gustan los viajes exóticos te va encantar nuestro club de viajes”

9. “Tanto si haces esto o aquello...”

“Tanto si eres nuevo en el mundo de la filatelia o un experto, debes leer *Mundo Filatélico Hoy*”

10. “Ahora puedes... o ¡Al fin!”

“Ahora puedes grabar tus canciones favoritas en un solo disco y agregarle efectos de sonido”

11. “Antes de que hagas eso, haz esto”

“Antes de que vendas tu casa tienes que ver nuestro video *Como vender tu casa en 2 días sin rebajar el precio*”

12. “¿No sería fantástico si...?”

“¿No sería estupendo tener dientes blancos sin tener que ir al dentista todos los meses?”

13. “Lo bueno ahora está aún mejor”

El desodorante para hombres más vendido ha sido mejorado... ¡y sigue al mismo precio de antes!

14. “Digamos la verdad”

“Digamos la verdad. El estado de la ciudad ha empeorado.”

15. “¿Te gustaría...?”

“¿Te gustaría ser promovido en tu trabajo esta semana?”

16. “Solía pensar aquello, pero ahora pienso esto”

“Solía pensar que para triunfar en la vida necesitabas “contactos” y “buena suerte” hasta que descubrí la *Universidad del Éxito...*”

17. “¿Estás buscando...?”

“¿Estás buscando una computadora veloz?”

18. “Este es el trato”

“Este es el trato: piel más suave y joven por solo 7 centavos al día”

19. “Nosotros podemos hacerlo mientras otros no pueden”

“Podemos garantizarte una póliza de seguros que te cubra en todo momento y te pague a los 5 días del incidente. Sin problemas, sin importar el caso. ¿Puede tu aseguradora hacer lo mismo?”

20. “¿Te acuerdas cuando...?”

“¿Te acuerdas cuando tener un trabajo significaba seguridad?”

21. “¡Ay!”

“¡Ay! Perderse esta oferta es como pegarse un martillazo en el dedo”

22. “En solo 2 minutos...”

“En solo dos minutos puedes descubrir como ganar unas vacaciones pagas para ti y tu pareja”

23. “Todo iba bien... después todo se fue al demonio”

“Todo iba bien con mi nueva cámara de video — hasta que la pila se agotó en el medio de mi casamiento...”

24. “¿Cuándo fue la última vez que...?”

“¿Cuándo fue la última vez que comiste una comida dietética deliciosa?”

25. “¿No es bueno saber que...?”

“¿No es bueno saber que el jabón que usa tu familia mata todos los gérmenes — sin excepción?”

26. “Aunque pienses que...”

“Aunque pienses que tu proveedor de artículos de oficina es el más conveniente... ¿no te convendría tener otro para una emergencia?”

27. Repite una palabra.

Dinero. Dinero. Dinero.

28. “Imagina lo siguiente:”

“Imagina una afeitadora que no te irrita la piel y te lubrica y perfuma la cara al mismo tiempo”

29. Toda tu vida está por cambiar.

“Todas tus creencias sobre abogados sin escrúpulos están por cambiar”

30. “Rápido: que pasaría si...”

“RÁPIDO: ¿Que pasaría si te despidieran hoy mismo?”

31. “¡Apróntate!”

“¿Estás listo para multiplicar tus ganancias?”

32. “¿Por qué necesitas esto?”

“¿Por qué necesito otro par de zapatos?”

33. “Si estoy seguro de algo, es de lo siguiente”

“Sé algo por seguro y es que no se puede tener un televisor de pantalla gigante por menos de \$500... ¿o sí?”

34. “¿Estás seguro que te están diciendo la verdad?”

“¿Estás seguro que sabes toda la verdad sobre alarmas contra incendio?”

35. “Si estás preocupado, aquí está la solución”

“Si estás preocupado por el futuro de tu empresa... entonces deberías suscribirte a *Éxito Empresarial* la publicación para el empresario de hoy”

El Cuerpo De Tu Aviso

“¿Porqué mis avisos no generan una mayor cantidad de respuestas?”

Esta es otra pregunta que mis clientes me hacen muy frecuentemente.

Puede haber muchas razones. Por ejemplo tu aviso solo habla de ti, tu compañía, etc. — algo que, como ya vimos, a tus clientes les importa muy poco (acuérdate que solo están interesados en “¿Que hay en esto para mi?”). Puede ser que tu aviso sea simplemente aburrido, que el titular sea deficiente o, como lo es en la mayoría de los casos, que sea un aviso “yo también” — un aviso que es imposible de diferenciar de los que usan tus competidores.

La mayoría de los avisos en realidad están diciendo: “Somos fabulosos. Danos todo tu dinero.”

Te puedo asegurar que esta no es la mejor manera de incentivar a tus clientes para que compren.

Decir que tu compañía es la mejor del mundo no va a funcionar (todos dicen lo mismo). Que tu compañía tiene productos del siglo 23 que pueden hacerte crecer un tercer brazo o adelgazar en tan solo una tarde tampoco va a funcionar (tus clientes van a averiguar la verdad tarde o temprano y nunca más te comprarán nada porque no pueden confiar en ti). Decir que tu negocio fue empezado en el siglo XVIII, que tu tatarabuelo tenía súper poderes, que eres “el líder de la industria,” etc., etc.... menos va a funcionar (¡a quien le importa!)

Ninguna de estas “potentes” ofertas va a hacer que tus clientes corran al teléfono con un deseo incontrolable de comprar tus productos.

Los mejores avisos ofrecen servicio. Ofrecen información valiosa e indican ventajas y beneficios para los usuarios.

Es importante mencionar las razones de tus clientes para comprar, NO las tuyas. Si dices “compra cuatro latas de arvejas así hago mas dinero” te garantizo que tu respuesta va a ser cero. En su lugar prueba, “compra cuatro latas de arvejas y participa en nuestro sorteo gigante” o “compra cuatro latas de arvejas y recibe una gratis”

El cuerpo de tu aviso debe elaborar y expandir la idea que presentaste en el titular y subtítular. Debe agregar más beneficios y revelar las razones por las cuales tus clientes deben utilizar tus servicios. También debe adelantarse a las objeciones y dudas que tus posibles compradores puedan tener. Tienes que disipar cualquier miedo que los haga postergar la compra.

Si alguien piensa que por hacer una pequeña compra van a estar mejor de lo que estaban antes (independientemente de lo que “mejor” signifique para ellos) — van a hacer lo que sea necesario para obtener esa gratificación.

Cuales son las Cosas que Motivan a la Gente a Comprar

Los grandes motivadores no cambian con el tiempo. La gente quería tener más dinero y ser más hermosa cien años atrás — hoy todavía queremos lo mismo. La forma en que *presentamos* estos motivadores es lo que realmente ha cambiado.

La siguiente es una lista de las catorce cosas que más deseamos (y no hay ninguna señal que indique que vayan a cambiar en el futuro cercano):

1. Ser rico;
2. Ser poderoso;
3. Mejorar su apariencia;
4. Ser saludable;
5. Avanzar en la vida;
6. Ahorrar dinero;
7. Avanzar socialmente;
8. Tener más amigos;
9. Reconocimiento;
10. Mejorar su educación;
11. Evitar humillaciones;
12. Lograr seguridad económica en la vejez;
13. Ser agradable; y,
14. Tener más tiempo libre.

Siempre recuerda estos motivadores cuando estés escribiendo tus avisos.

Veamos ahora dónde podemos encontrar ideas frescas para escribir avisos que rompan todos los récords de ventas...

5 Formas para “Encontrar” Ideas para tus Avisos

¿Dónde puedes conseguir ideas para escribir tu aviso? A continuación cinco respuestas a esta pregunta...

1. Tu experiencia personal

Tu propia experiencia con tu negocio y productos es un buen lugar para empezar. ¡Probablemente seas la persona que más sabe sobre ellos!

Tener conocimiento de lo que vas a escribir es fundamental. Cuando me pongo a escribir un aviso para un cliente recopilo toda la información que puedo acerca del producto o servicio. Como bien te imaginas, escribir sobre mi propia empresa es lo más fácil de todo. Si tienes una buena historia para contar — ¡úsala!

2. Usa las experiencias de otras personas

¿Tienes cartas de clientes satisfechos? Estas te pueden dar ideas para empezar a escribir tu aviso, o también puedes usar estos testimonios directamente. Las palabras de un cliente satisfecho son una de las armas más poderosas que puedes usar en tus avisos — trata siempre de incluirlos en tus promociones.

3. Estudia toda la información que tengas acerca de tu compañía, producto o servicio

Toma notas. A medida que vas leyendo escribe todas las ideas que te vengan a la mente. Escribe absolutamente todo, aunque te parezca que no tiene sentido, más tarde habrá tiempo para editar o modificar tus ideas.

4. Lee información de terceros

Estudia todo tipo de información que sea pertinente a tu producto o servicio. Por ejemplo, si vendes cosméticos, leer libros sobre el cuidado de la piel te puede dar unas cuantas buenas ideas.

5. Estudia avisos exitosos

De esta forma encontrarás ideas nuevas. Ideas que probablemente olvidaste mencionar cuando escribiste sobre los beneficios que tu compañía ofrece.

Por ejemplo, creando uno de mis primeros avisos para un cliente (que vendía un libro acerca de como empezar tu propio negocio) escribí sobre todo el dinero que puedes ganar, la satisfacción personal y las horas de trabajo flexibles. Pero olvidé mencionar las ventajas con los impuestos. Encontré este beneficio mencionado en un aviso de un colega e inmediatamente lo modifiqué (¡y mejoré! 😊) y se lo agregué al mío.

Crea el hábito de guardar cada carta y promoción que recibas en un archivo. Te servirán de referencia e inspiración cuando estés buscando como empezar o finalizar tu próxima carta o aviso.

Fundamentos...

Lo que hemos discutido previamente acerca de como escribir un buen titular también se aplica a escribir el cuerpo de tu aviso. A continuación algunas ideas más sobre como escribir un mensaje eficaz:

- **Escribe más de lo que pienses que vas a necesitar.** Concéntrate en contar toda la historia con todos los beneficios. Luego podrás editar y acortar si es necesario.
- **Utiliza una primera oración que sea lo suficientemente potente para ser un titular.** En la mayoría de los casos tu segunda o tercera elección de titular es lo que estás buscando.
- **Usa Times Roman de 8-10 puntos.** Es una fuente económica, lo que significa que puedes escribir más texto en el mismo espacio. Recuerda que cuanto más digas, más vendes.
- **Usa una 'letra capital' (caracter grande y grueso) para la primera letra de tu aviso.** Esto hará que el ojo del lector sea atraído hacia la izquierda, incrementando la posibilidad de que la primera oración, párrafo o hasta todo el aviso sea leído.
- **Usa párrafos cortos.** El texto se ve más atractivo y fácil de leer.
- **No trates de hacerte el listo o gracioso.** La gran mayoría de las pruebas muestran que esto reduce la respuesta.
- **No uses una fotografía (o elemento gráfico) solamente para "decorar".** Si usas una, asegúrate de que te ayude a vender. El único propósito de las fotografías es el de embellecer y fortalecer el texto, no el de ocupar espacio sin ningún motivo. La gente no está buscando imágenes lindas, está buscando ofertas atractivas.
- **No dejes ningún espacio desocupado, ¡llénalo con un mensaje que venda!**

6 Técnicas para Empezar a Escribir tu Aviso... ¡Aunque No se te Ocurra Nada!

Empezar siempre es la parte más difícil. Suele suceder que tan pronto como empiezas a escribir, un torrente de ideas comienza a fluir fácilmente.

A continuación he listado algunos métodos que me han ayudado a empezar a escribir cuando me enfrento con una página en blanco.

1) **Empieza con un gran beneficio.**

¿Qué es lo que quieres que el lector haga? Escríbelo en una sola oración y luego organiza tu aviso en torno a este tema. Llega al punto rápidamente y usa tu mejor beneficio primero — de esta forma tienes una mejor chance de que el lector siga leyendo.

2) Escribe como si le estuvieras hablando a un amigo.

Discute el aviso con un amigo o miembro de la familia y, mientras haces esto, graba la conversación. También puedes pensar que le estás escribiendo una carta a un amigo para contarle sobre tu producto. ¡Entusiásmate! piensa como tu producto va a beneficiar a tu amigo y las ventajas que posee. Escribe las palabras *Estimado Jorge*, (o quien sea) ¡y empieza a escribir ya!

3) Cuenta una historia.

Contar historias es probablemente el método publicitario más viejo. La Biblia tiene muchas anécdotas que son usadas para ejemplificar un concepto o enseñanza. La manera más fácil de crear una historia es usar un testimonio como base. Las historias venden mientras entretienen, son diferentes, y hacen que te distingas del resto de tus competidores.

4) Dile a tus lectores que has mejorado tu producto/servicio

Por ejemplo:

“Me da un gran placer escribirte para comunicarte que nuestra compañía ha mejorado *Súper Energía 5000...* y que tenemos una oferta muy especial para ti.”

5) Haz un esquema

Muchos publicistas hacen una sinopsis del aviso que van a escribir. Esto les da un plan no solo para empezar a escribir el aviso, sino también para escribir el medio y el final.

Por ejemplo:

Título, subtítulo, primer párrafo, lista de características y beneficios, anticipar y explicar posibles objeciones, testimonios, garantía, hacer que ordenen, obsequios si responden rápido.

6) Usa fórmulas

Usa las 35 fórmulas descritas al principio del reporte para construir el titular, subtítulo y primer párrafo de tu aviso. ¡Tu propia máquina de escritura automática e instantánea!

Como Hacer que Tus Clientes Ordenen Inmediatamente

Haz que sea fácil responder a tu aviso. Toma al lector de la mano y muéstrale *exactamente*, paso a paso como responder a tu anuncio. Incluye teléfono, cupón, fax, página Web, etc.

Ejemplos...

- 1) Solamente pruébalo. Si estoy equivocado, lo único que has perdido son un par de minutos y una estampilla de correos. ¿Pero que pasa si tengo razón?
- 2) Si estás interesado en aprender en detalle lo que este curso puede hacer por ti, ordena ya “Inglés práctico en 21 días.” No tienes nada que perder ya que estás protegido por nuestra garantía de satisfacción total.
- 3) Este plan de finanzas es simple, razonable y lógico. Tan pronto como lo leas vas a entender porqué se logran resultados tan asombrosos. No es para perdedores, ni para gente que no puede llegar a fin de mes. Es para gente trabajadora y con visión que saben lo que quieren — y están decididos a hacer planes para obtenerlo.

Y si no tienes ni idea de como concluir tu aviso, utiliza estos finales probados...

- 1) Para obtener tu reporte gratuito, llama hoy mismo al teléfono 01234 123 123.
- 2) Por favor no dejes algo tan importante como esto para después. No corras el riesgo de perder esta fantástica oportunidad que probablemente no se vuelva a repetir. ¡Llama ahora mismo y empieza a disfrutarlo a partir de mañana!
- 3) Esta es una oferta sin riesgo. Tu compra esta protegida por 30 días por nuestra garantía incondicional. Compra tu [\[LO QUE SEA\]](#) hoy mismo con tranquilidad.
- 4) No vamos a repetir esta oferta en lo que queda del año. Por favor adquiere tu cocina a control remoto (con auto lavado opcional) ya mismo.

Un Aviso Excelente

Este es un ejemplo de un aviso muy exitoso que fue repetido cientos de veces. Comienza con una historia corta seguida de cinco párrafos que venden al producto.

La fuente utilizada en todo el aviso es Times Roman. Es importante notar las comillas en el titular, los beneficios (bien explícitos) y el cierre de la venta.

Este aviso puede ser fácilmente adaptado para vender una variedad de productos y servicios. Es más, esta es tu “tarea” para los próximos días. Usa las técnicas descritas en este reporte para escribir un titular atractivo, un primer párrafo fascinante y un cierre excepcional. Luego utiliza este aviso como base para escribir el tuyo.

El aviso original tiene una foto de un hombre sonriente dándole dinero a su esposa. Lo que sigue es el aviso completo excepto el cupón de respuesta.

“Aquí tienes US\$ 50, Graciela — ¡ahora estoy haciendo buen dinero!”

“Si, lo he mantenido en secreto hasta que llegara el día en que me pagan el sueldo. He sido promovido y me han dado US\$ 50 de aumento. Y este primer dinero extra es tuyo. Solo una pequeña recompensa por alentarme a que estudiara desde casa. El jefe me ha dicho que este curso me ha convertido en un empleado valioso para la compañía y hay más dinero en camino. Estamos empezando a caminar en bajada Graciela, ¡gracias a ti y a ICS!”

Hoy más que nunca, el dinero es lo que cuenta. El costo de la vida se incrementa mes a mes. No se puede vivir con el dinero que estás ganando ahora. De alguna forma, tienes que incrementar tus ganancias.

Afortunadamente para ti, cientos de miles de personas han probado que hay una forma segura de lograrlo. Entrénate a ti mismo para obtener un mejor trabajo, aprende a hacer algo bien y tus empleadores estarán contentos de pagarte buen dinero por tus conocimientos especializados.

Puedes obtener el entrenamiento que te preparará para la posición que desees en el trabajo que más te gusta, cualquiera sea. Lo puedes hacer sin sacrificar un solo día o dólar de tu presente ocupación. Puedes hacerlo en tu casa, en tu tiempo libre, a través de *International Correspondence Schools*.

La meta de ICS es preparar personas en tus circunstancias para mejores posiciones y con mejor paga. Lo han estado haciendo durante 28 años. Han ayudado a dos millones de hombres y mujeres. Están entrenando más de 100.000 ahora mismo. Todos los días un gran número de estudiantes escriben para comunicarles de sus avances y de los incrementos salariales obtenidos.

Tú tienes la misma oportunidad que ellos tuvieron. ¿Qué es lo que vas a hacer con ella? ¿Puedes dejar pasar tan solo una hora sin por lo menos averiguar que es lo que ICS puede hacer por ti? Esto es todo lo que te pedimos — sin ningún costo, sin ninguna obligación de tu parte de ningún tipo, simplemente completa el cupón y envíalo por correo.

Alejandro Pagliari es un reconocido experto en marketing, negociación y ventas. Su especialidad es incrementar las ganancias de empresas de forma asombrosamente rápida sin aumentar su presupuesto o cantidad de empleados. Alejandro es el Presidente y fundador del ICIME (Instituto para el Crecimiento Inmediato y Masivo de Empresas). Nació en Uruguay y actualmente está radicado en la ciudad de Londres. Para leer el Reporte Especial “10 Secretos para Prosperar en la Economía Actual” absolutamente GRATIS y otros artículos valiosos, visita <http://www.icime.com>