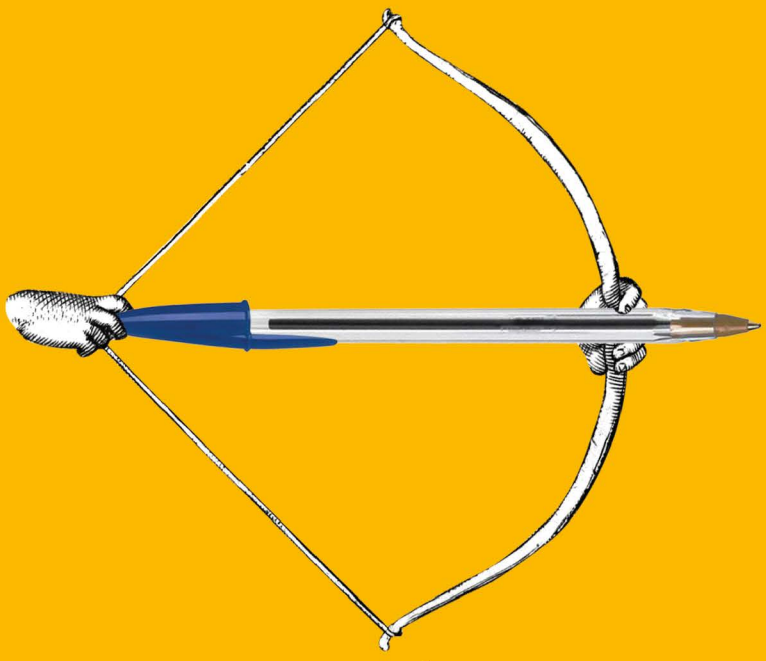
El libro del *copywriting*

Manual de escritura publicitaria



Román **Bello**

Pie de Página

Índice

Capítulo 1. Es sencillo: comprar lo soluciona todo 11
Un pequeño viaje a la mente del consumidor 17
Todos estos anuncios algún día serán arte 25
Tengo menos cosas claras que hace veinte minutos 29

Capítulo 2. Aquí hemos venido a hablar de las marcas 31
Alguien tiene que leer todas estas tonterías 32
Cómo hacer para no pensar parecido 35
A partir de ahora, todo esto es mío 40
El que no sonría no sale en la foto 41
¿Me puedes apuntar todo esto en alguna parte? 44
Algo me dice que hay más peces en este estanque 46
¿Qué voy a tener que escribir exactamente? 47

Capítulo 3. *Start with fire* 51
Esto habrá que ver cómo lo contamos 52
¿Qué me quieres decir con todo esto? 55
Escrito para ser leído por todo el mundo 59
Este no es el momento de ver más memes 62
Me has convencido, aquí tienes mi dinero 65

Capítulo 4. Grandes frases en pocos caracteres 67
Una de esas cosas que lees en internet 68
El cambiante mundo de las redes sociales 75
Voy a pegar y copiar esta frase en todas las redes sociales 78
Vídeos, los vídeos son la solución 84

Capítulo 5. Lo más complejo de explicar del negocio 91
Esta página web será mi casa 92
¿Cómo planear correctamente la redacción de una página web? 93
El primer paso, la *home* 94
Empresas pequeñas e historias grandes 100
La imprescindible página de contacto 107

Capítulo 6. Cómo tener tiempo para pensar como un *copy* 109
Utiliza todas las referencias que puedas 109
La hora de releerlo todo 113
Seguro que hay otra forma de contar todo esto 119

Capítulo 7. Una cuestión de creatividad 125
Qué bien, pero no vale para nada 126
Yo también quisiera ser creativo, por favor 129
¿Cuándo es un buen momento para llevarte la mano al pecho? 134

Capítulo 8. En búsqueda del cierre perfecto 141
¿Hay algún LinkedIn especial para estas cosas? 142
Y tú, exactamente, ¿a qué te dedicas? 145
¿Qué te espera en este trabajo? 149

Agradecimientos 153