

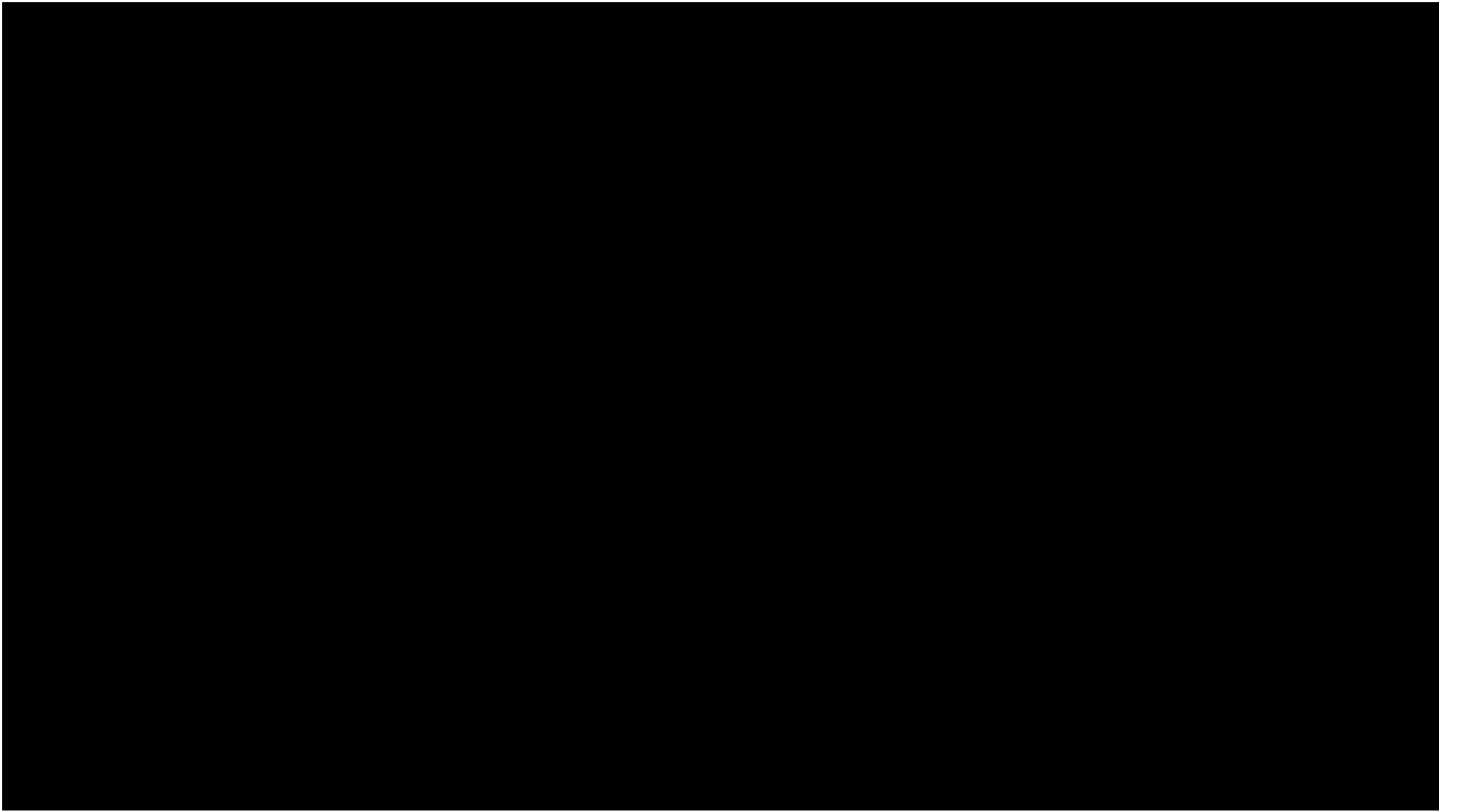
 **TrainingDay.**
2019. 17. de cember / Hétfő / 17.
Órák között
10:00

**Maider
Tomasena**

El método para escribir un mensaje que conecte







Da igual lo extraordinario que sea tu evento

si tu cliente no siente que no se lo puede perder...

...porque no lo sabes expresar

CON PALABRAS.

Este es el GRAN problema...

mãider
Tomasena

LA REALIDAD
INTERIOR
*(Lo bueno que es
tu evento)*



LA PERCEPCIÓN
EXTERIOR
*(Cómo lo perciben
los demás)*

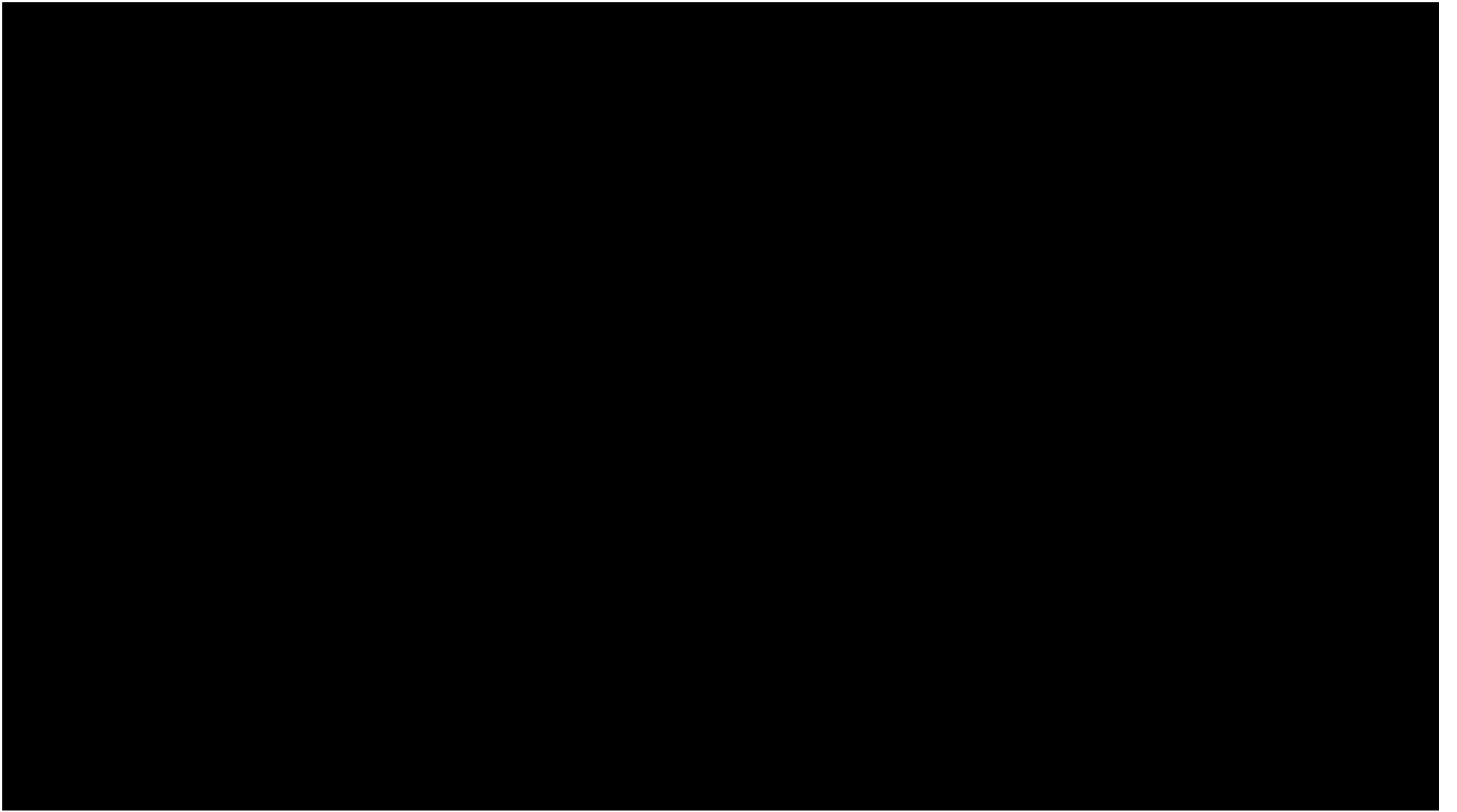


El copywriting es una técnica
de escritura persuasiva.



Se basa en avivar las emociones
de tus potenciales clientes para
activar su deseo de compra.





El copy no es inspiración.
ES MÉTODO.



PERSUASIÓN



MANIPULACIÓN

Solo debes tener esto claro
desde ahora mismo:



A tu cliente no le importas tú.

Solo piensa en sí mismo.

¿Por qué debería
importarle tu evento?



¿Qué conseguirá si te
presta atención y asiste?



¿PARA QUÉ?

- ✓ Descubrir información de valor.
- ✓ Hacer buenos contactos para su negocio.
- ✓ Encontrar nuevos clientes y abrir mercado.
- ✓ Ganar más prestigio como profesional o como marca.
- ✓ ...



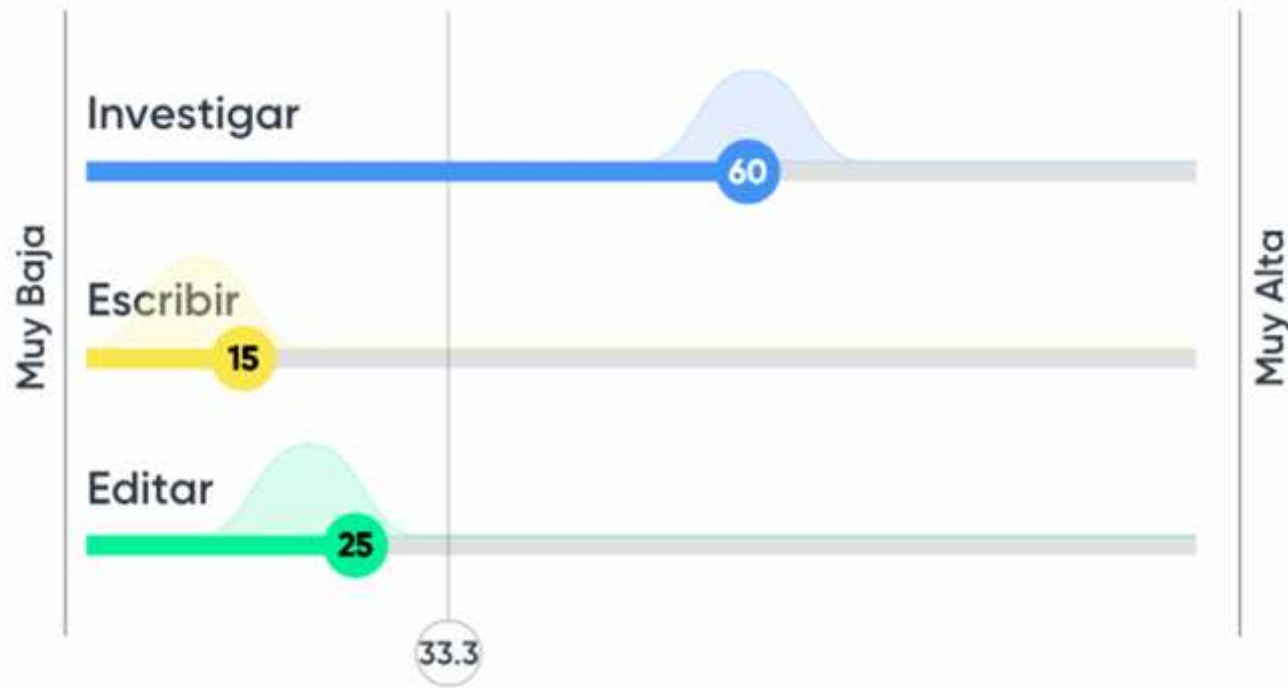
INVESTIGAR

ESCRIBIR

EDITAR

Escribir **NO** es lo más importante.

mãider
Tomasena



1 INVESTIGAR

mãider
Tomasena



IKEA HUB

INTERACTIVE DESIGN PLATFORM



Marketing



B2B



Networking



Meet the buyer



IKEA HUB

INTERACTIVE DESIGN PLATFORM





Un concepto innovador en tienda.
Un espacio de cocreación contigo con atención
personalizada por parte de nuestros especialistas en
decoración del hogar.

Concentrador

Base

Central

Estrella Polar

Foro

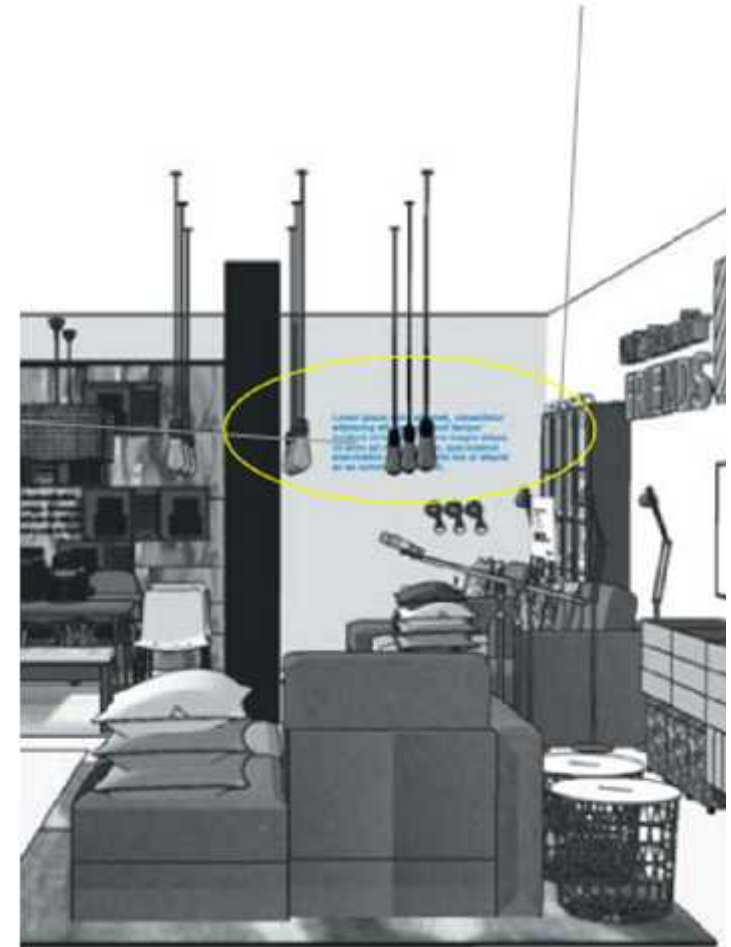
Centro de

Espacio

Brújula

Central de

- **Central de Diseño IKEA /**
- **IKEA Central de diseño**
- IKEA espacio visión
- (El) Salón IKEA
- (La) central IKEA
- (El) foro IKEA
- (El) espacio IKEA
- El rincón IKEA
- Focus área IKEA
- Área de desarrollo
- Zona creativa IKEA
- La sala IKEA
- El ideario IKEA
- El rincón del ingenio
- Sala de invenciones
- Hervidero de ideas / propuestas
- Área de proyectos IKEA
- **Espacio de creación /**
- Creación de espacios
- IKEA Deco Lab
- Centro de ideas IKEA
- Centro de imaginación / creación / planificación IKEA
- Central de recursos IKEA
- El imaginario de espacios
- Fábrica de espacios





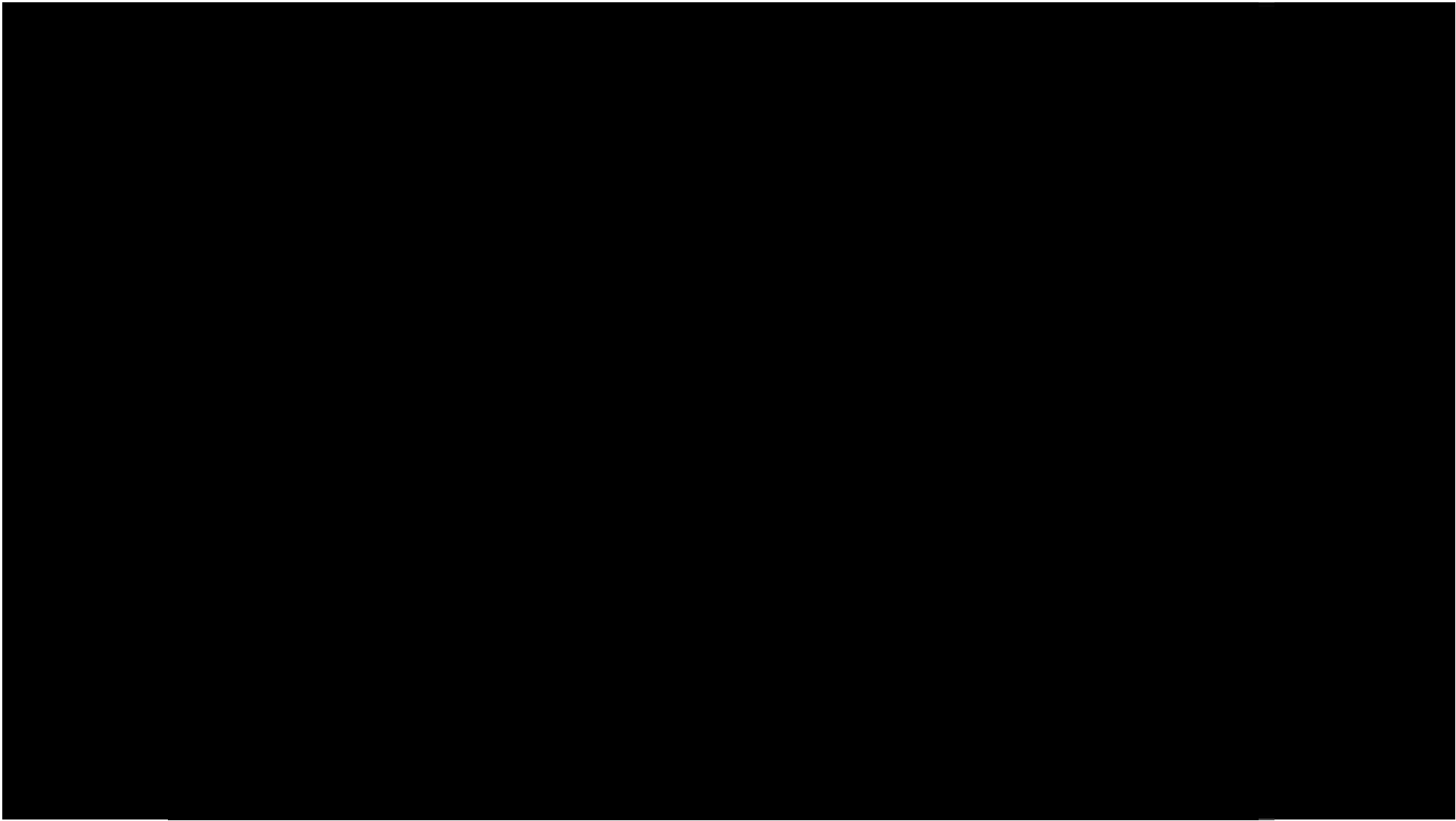
IKEA CENTRAL DE DISEÑO

PLATAFORMA DE DISEÑO INTERACTIVO

ESPACIO DE CREACIÓN

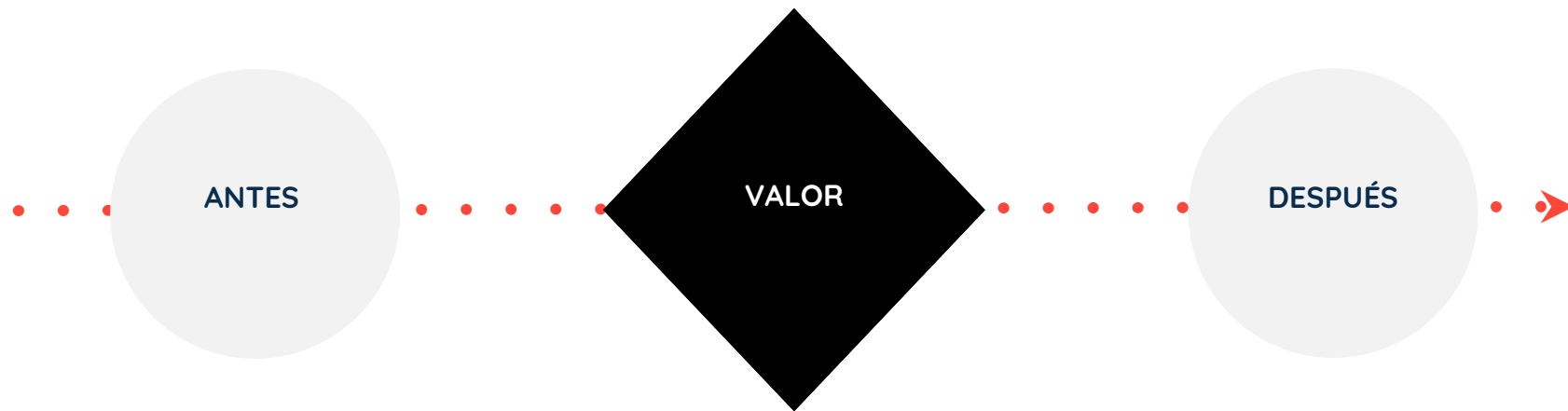
IKEA A MÍ MANERA





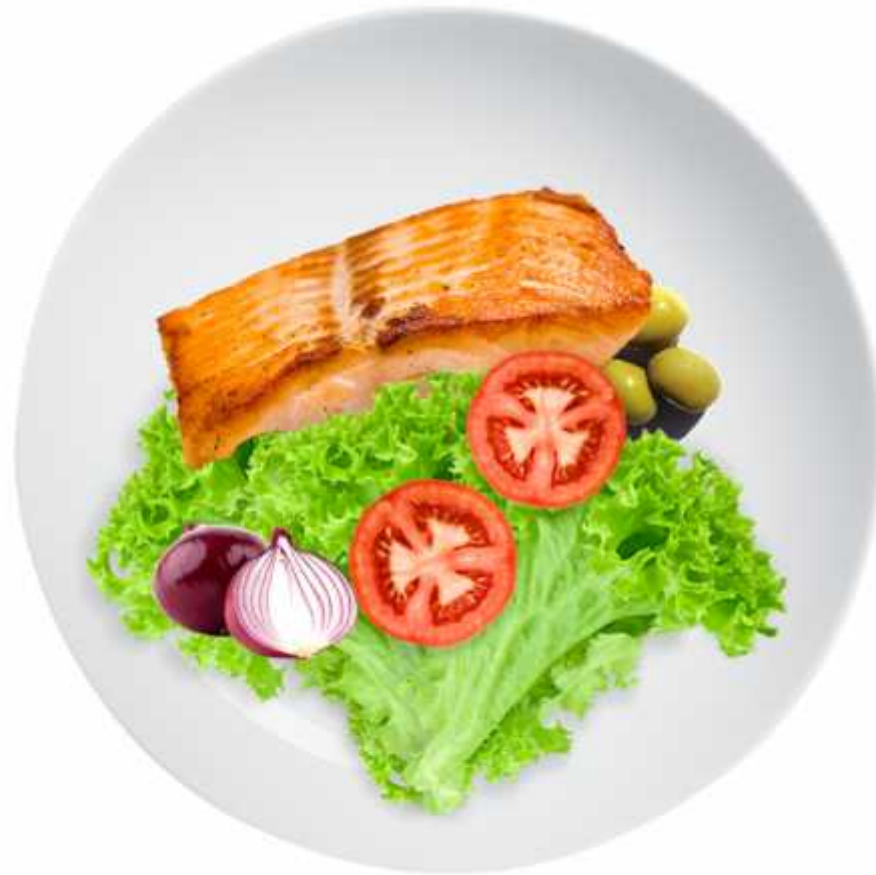
No se trata de tu evento,
sino de lo que tu cliente sacará de él.





2 **ESCRIBIR**

Mäder
Tomasena



Estamos rodeados de palabras y textos
que no dicen nada.



*¿Por qué es
interesante?*

*¿Qué
disciplinas?*

“Un interesante programa de conferencias multidisciplinares a cargo de ponentes con amplia experiencia en el sector, dirigido a ofrecer la mejor experiencia a los profesionales asistentes.

*¿Cuánta? ¿Por qué me
interesa conocerlos?*
¿En qué sentido?
¿Qué tipo de experiencia? ¿Cuántas son numerosas? ¿Todos todos?

El evento se completa con numerosas actividades para todos los gustos que abarcan gran variedad de ámbitos”.

¿Qué es un ámbito?



**NO TE LO
PUEDES
PERDER**

OTRO MÁS.

¿POR QUÉ?

**VERÁS
COMO SÍ.**



Necesitas:

- Un captador de atención:
- Valor + beneficios + prueba:
- Lo que quieres que haga después:

TITULAR - ASUNTO

CUERPO

LLAMADA A LA ACCIÓN



Delante de un escaparate nos preguntamos...

¿Qué ofrecen?

¿Es para mí?

¿Qué puedo conseguir?

¿Son de fiar?

¿Qué tengo que hacer si lo quiero?



Te la juegas con el asunto
y tu arma es la curiosidad.



Curiosidad + beneficio = INTERÉS

«Pensaba que nunca me preguntarías por esta conferencia».



Necesitas que **siga leyendo.**



AGITA EL
PROBLEMA

Sus deseos,
miedos,
frustraciones...

DA LA
SOLUCIÓN

Tu evento.

APORTA
PRUEBAS

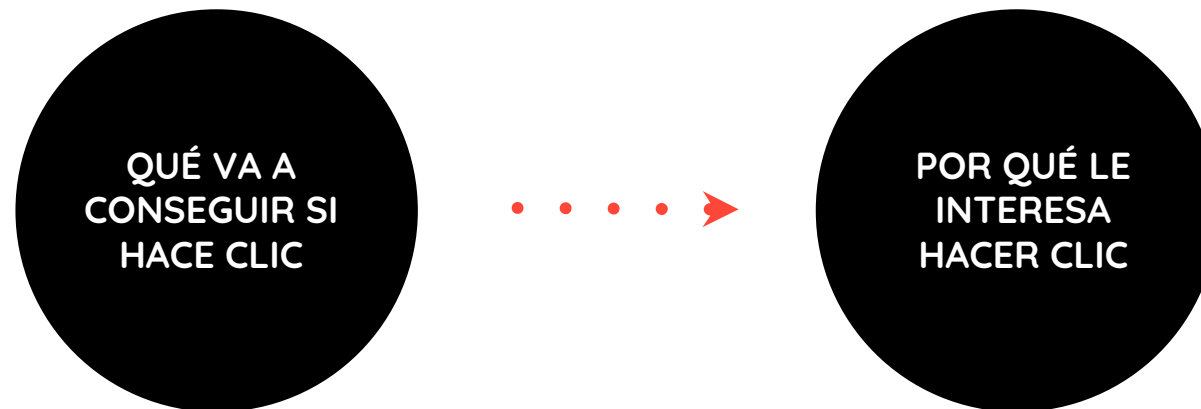
Testimonios.



¿Qué quieres que **haga ahora?**



En el botón recuérdale:



¿Cómo lo obtengo?

vs.

¿Qué obtengo?



INSCRIBIR
REGISTRAR
APUNTAR



Descubrir el nuevo sabor
Reservar mi plaza
Encontrar empleo

VALOR + RELEVANCIA = CONVERSIÓN



NOMBRE DE EVENTO / REGISTRO

¿Por qué debería asistir?

PROGRAMA

¿De qué manera le beneficia escuchar todo esto?

PONENTES

NOTICIAS

¿El objetivo no era que se registre ahora?

APÚNTATE / INSCRIPCIÓN

¿Qué conseguirá al hacer clic?

PATROCINADORES

NEWSLETTER

¿No nos desviamos de nuevo del objetivo?

NOMBRE DE EVENTO / REGISTRO

PROGRAMA

PONENTES

NOTICIAS

APÚNTATE / INSCRIPCIÓN

PATROCINADORES

NEWSLETTER

TITULAR BASADO EN BENEFICIOS

VALOR DEL PROGRAMA

RELEVANCIA DE LOS PONENTES

PRUEBA SOCIAL

VERBO DE ACCIÓN / QUÉ OBTIENE

PATROCINADORES



Escribe sin miedo,
edita sin piedad.



→ ¿Por qué razón
no debo perdérmelo?



→ *¿Por qué razón
no debo perdérmelo?*



UNA OFERTA INTEGRAL CON SOLUCIONES INDIVIDUALES, ADAPTADAS A LAS NECESIDADES DE CADA CLIENTE O PROYECTO

→ *¿Qué tipo de soluciones? ¿Qué van a solucionar?
¿Qué significa eso de que la oferta es integral?
¿A qué necesidades concretas van a adaptarse?*





Bienvenido a Más Vida Red.

Más Vida Red es una Compañía del Grupo Albenture, proveedor global de servicios enfocado en la mejora del 'employer branding' la motivación, atracción y retención del talento para las medianas y grandes empresas.

Más Vida Red es líder en diseño e implementación de planes de beneficios de calidad para la conciliación de la vida laboral y personal.



AYUDAMOS A TU EMPRESA A INCREMENTAR SU PRODUCCIÓN DE FELICIDAD

En Albenture ayudamos a las grandes compañías a mejorar la motivación de sus empleados, reducir sus preocupaciones (personales) y a aumentar el employer branding a través de soluciones efectivas que facilitan el día a día de sus trabajadores.

Disenamos planes a medida para resolver los problemas o cuestiones que les preocupan a los trabajadores sin que ello interfiera en su desarrollo laboral diario.

La acción que buscas
tiene aceleradores:



Curiosidad.

Escasez.

Exclusividad.

Urgencia.



Y las malas noticias
tienen amortiguadores:



Asumir la responsabilidad.

Centrarse en la solución.

Mostrar empatía.



Siempre se trata de él
y no de ti.





**Porque se trataba de ti
y no de ellos ♥**



maider
tomasena