



Programa

1. Introducción: del copy en marketing tradicional al copy en Medios Sociales

- 1.1. Evolución del copy desde su origen en el mundo de la publicidad hasta la aparición de los Medios Sociales
- 1.2. El papel del copy en el entorno 2.0
- 1.3. Adaptarse a cada Medio Social

2. La función de copywriter en el Community Manager

- 2.1. Necesidades y ventajas de su dominio
- 2.2. Estrategia y contenido
 - Diseño de estrategia
 - El content curator
 - Del content al copy
- 2.3. Qué debemos tener en cuenta para escribir en MS
- 2.4. El ecosistema digital
- 2.5. Conocer a tu audiencia.
 - Audiencia B2B
 - Audiencia B2C

3. Técnicas y objetivos.

1. El proceso creativo
 - Introducción al proceso creativo
 - Crear un bagaje para la inspiración
 - ¿Cómo ejercitar la creatividad?
2. La buena escritura y ortografía.
3. Adecuar el mensaje al tono y al relato de la marca.
 - La importancia del tono elegido
 - Storytelling
 - Vincular las emociones al mensaje de la marca.

4. Amplificar tu contenido: Paid social

- 4.1 Paid social, una nueva forma de crear contenido.
- 4.2 Paid social para formatos nuevos
 - Instagram Stories
 - Fb Canvas

5. Herramientas / Técnicas para ser un buen copy.

- 5.1 A quién quieres vender tu producto
 - El buyer persona
 - Cuál es la necesidad de tu comprador ideal
- 5.2 Escribe, escribe y no dejes de escribir
 - Trucos para escribir un buen título.
 - La regla de los 60 caracteres
 - Utiliza palabras clave
- 5.3 La fórmula de las 4 U's
 - Escribe contenido aplicando la fórmula
- 5.4 Pruebas A/B
 - Dónde se realizan los tests A/B
 - Consejos
 - Elementos a considerar
 - Mejores prácticas

6. El copy en marcas personales y de nicho

- 6.1 ¿Qué debe perseguir una marca personal?
 - Mejores prácticas
- 6.2 Encontrar una personalidad de marca para las PYMES
 - Mejores prácticas
- 6.3 Los programas de televisión y la aparición de los Medios Sociales
 - Mejores prácticas
- 6.4 Los partidos políticos y la nueva forma de comunicarse
 - Mejores prácticas