

Saiba o que é o Copywriting e como ele pode trazer ótimos resultados para a sua empresa

O **Copywriting** está cada vez mais presente nos dias atuais, seja no conteúdo de e-mails, sites, catálogos, anúncios, redes sociais, vídeos e cartas de venda. Ele é uma das estratégias de marketing mais utilizadas que, com seu alto poder persuasivo, consegue conquistar um cliente na compra de um produto ou serviço.

O empresário pode utilizar o Copywriting na produção de conteúdo de seus **sites, blogs, redes sociais, lojas virtuais** para aumentar exponencialmente o engajamento de seus consumidores, seu público alvo, e, dessa maneira, fortalecer a sua marca na internet ou até mesmo em produtos de marketing fora da web.

Todavia, Ao se utilizar do Copywriting em sua estratégia de marketing da maneira correta, o gestor corporativo também garante um aumento expressivo em seu **volume de vendas**, já que através desse tipo de conteúdo, ele consegue levar seus clientes a realizar uma ação, que vai desde informar seu e-mail a uma compra.

Dessa maneira, através de uma escrita persuasiva, é possível conquistar novos consumidores e convencer seu público alvo de que seus produtos e serviços conseguem ajudá-lo de alguma forma. Isso quer dizer que esse conteúdo especializado pode realmente apresentar inúmeros benefícios ao empresário.

Como funciona o Copywriting

A princípio, o Copywriting é considerado um tipo de estratégia persuasiva presente no **marketing digital**, que procura convencer o leitor e possível cliente, a realizar uma determinada ação. Por conta desse tipo de convencimento ele vem sendo utilizado há muitos anos, décadas, antes mesmo da criação da internet.

O Copywriting utiliza inúmeras técnicas para conquistar seus leitores. Podemos destacar, por exemplo, a empatia, legibilidade, construção de relacionamentos, apresentação de benefícios e de soluções para os problemas de seus consumidores. Aliás, ele também é chamado de **Copy**.

Podemos observar que existe um conteúdo específico relacionado a essa estratégia, chamado de **Copy de Vendas**. Ele possui o objetivo principal de aumentar as conversões do público alvo de seu produto ou serviço na internet. Sendo assim há um aumento dos resultados, das vendas e do **lucro do negócio**.

Como o Copywriting é utilizado para que o receptor do conteúdo produzido, que pode ser um leitor ou uma pessoa que esteja assistindo a um vídeo, por exemplo,

realize uma determinada ação, sendo persuadido a isso, ele é bastante importante na criação de campanhas publicitárias.

Importância do Copywriting

O Copywriting está presente em diversas situações para que traga o resultado esperado. Neste sentido, podemos dizer que ele é necessário para aumentar o engajamento de seus consumidores na internet, nos sites, redes sociais e blogs da empresa. Eles auxiliam os clientes a conhecerem os seus **produtos e serviços**.

Em relação às ações relacionadas à empresa, o Copywriting pode levar ao seus receptores a baixarem, fazerem um download de outros conteúdos do negócio, como um e-book apresentando maiores informações sobre os produtos e serviços. O maior benefício dessa estratégia é levar o leitor a realizar uma compra.

É importante dizer que o Copywriting não é uma redação publicitária, visto que são conceitos diferentes. Porém, ambos são importantes para o desenvolvimento pleno do negócio. A redação publicitária é informativa, que apresenta um determinado produto ou serviço. O Copywriting busca levar o leitor a realizar uma ação.

Técnicas utilizadas no Copywriting

Como o Copywriting procura persuadir seu receptor (consumidor de produtos midiáticos como artigos para blogs, vídeos, e-mails, podcasts, etc), ele utiliza de determinadas técnicas para acionar os chamados **gatilhos mentais**. Eles acabam estimulando a pessoa a realizar a ação desejada de diversas maneiras.

Os gatilhos mentais mais utilizados são:

- Autoridade
- Escassez
- Reciprocidade
- Compromisso e coerência
- Afinidade
- Prova social

Autoridade

A **Autoridade** é a utilização de dados, informações e referências de especialistas sobre o que está escrito na Copy. Ele tem como objetivo aumentar a confiança do consumidor sobre as soluções apresentadas. Utiliza-se a opinião de especialistas em conteúdos referenciais como outros artigos, vídeos, reportagens, etc.

Escassez

A **Escassez** é bastante utilizada no Copywriting por ser uma técnica que faz com que o receptor da mensagem tenha a sensação de perda de algo. Seu cérebro ao consumir o conteúdo apresentado reage de forma emocional, para que ele não passe novamente por essa sensação de perda. Podemos citar como exemplo: “Compre hoje, existem poucos produtos no estoque”.

Reciprocidade

Esse é um gatilho mental presente no Copywriting que apresenta resultados satisfatórios. A **Reciprocidade** se baseia no fato de que uma pessoa responde uma ação positiva com outra positiva. Neste caso, pode-se oferecer um material gratuito ao cliente, como um e-book, para que no final ele adquira o produto ou serviço.

Compromisso e Coerência

O Copy que apresenta o gatilho mental de **Compromisso e Coerência**, se baseia no fato de que o cérebro humano tende a ser mais coerente através de situações assumidas. O receptor, ao consumir o conteúdo produzido, acaba por aceitar um compromisso menor, que pode melhorar o seu relacionamento com a empresa.

Afinidade

A **Afinidade** é um gatilho mental utilizado na Copy bastante importante. Dessa forma, observa-se que as pessoas costumam se conectar a outras que vivenciam as mesmas situações em seu dia a dia. É uma maneira de se conectar com seu público alvo, fortalecendo seu relacionamento com ele e aumentando o engajamento.

Prova Social

A **Prova Social** é uma estratégia importante para a produção de uma Copy de sucesso. Esse gatilho mental se baseia no comportamento das pessoas para a tomada de decisão. Podemos citar como exemplo, mostrar o número de clientes que adquiriram um produto ou serviço, seus depoimentos e os cases de sucesso da empresa.

Copywriting para anúncios

Para que se produza uma Copy para anúncios qualificada, é preciso **conhecer bem seus consumidores**, ter uma grande empatia por seus problemas, utilizar histórias que fortaleça seu relacionamento, comprovar os dados e informações apresentadas,

entregar algo a mais do que a pessoa deseja, oferecer algo exclusivo, e fazer com que o consumidor concorde com o que está sendo dito.

Copy de sucesso

A Copy de sucesso é aquela que consegue fazer com que o receptor realize alguma ação, seja adquirir um produto ou serviço, entrar em um outro site, cadastrar seu e-mail, baixar um e-book, e muito mais. Esses são os anúncios que vendem, ou seja, o resultado esperado de uma campanha feita pela empresa.

Para que o empresário tenha o resultado esperado, é necessário que se foque em uma pessoa, um público alvo. Deve-se apresentar títulos chamativos, relacionados ao conteúdo. A utilização de imagens de qualidade é fundamental, para chamar a atenção das pessoas, levando-as a continuarem a consumir o conteúdo.

Para que ela realize a ação desejada, é preciso que a Copy apresente uma **Call to Action (CTA)**, uma chamada para a ação. Ela deve ser simples, direta, clara e objetiva. Não se deve apresentar expectativas sobre o produto e serviço que não existem. Os anúncios devem ser feitos de acordo com a mídia utilizada.

É importante realizar vários testes para ver se a Copy está realmente funcionando, garantindo assim os melhores resultados. Outra questão importante é o acompanhamento regular e a evolução dos anúncios, das Copys produzidas, para ter uma maior noção sobre as estatísticas de sua campanha e o engajamento dos clientes.

Em conclusão, para fortalecer sua marca e a presença de sua empresa na internet é preciso que se desenvolva uma **Copy Qualificada**. Caso tenha interesse em conversar mais e realizar parcerias, envie-nos um e-mail de contato. **Boas vendas!**

Contato: pauloalmeidabr@gmail.com

