GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cómo vivir bien del copywriting

Actualidad Empresarial | 15/01/2024 | 00:00

Este año se está viviendo una época de cambios. En lo que respecta a la comunicación, se puede ver cómo la inteligencia artificial se está imponiendo con fuerza en todas las áreas. En este punto, es necesario parar y hacerse una pregunta: ¿dónde queda la creatividad? Esa parte tan humana e incopiable que le da valor a las marcas, a los negocios.

Las personas se preguntan si los copywriters pueden verse amenazados por robots que escriben textos publicitarios. Según Elena Peinador, profesional del Branding y el Copywriting Creativo desde hace más de 20 años, la profesión de copywriter es un estilo de vida que se crea día a día. Por eso, además de ofrecer sus servicios a empresas y de ser profesora de copywriting y de creatividad en escuelas de negocio, ha creado un programa de formación de alto rendimiento para copywriters que quieren vivir bien de su profesión, sin que ningún robot le haga sombra.

Elena explica qué es lo más importante a la hora de crear un negocio de copywriting:

¿Cualquier persona puede ser copywriter?

Sí y no. Creo que cualquier persona puede formarse en técnicas de copywriting y sacarles provecho escribiendo para su marca o negocio, por ejemplo. Si se siente atraída por este tema, estoy segura de que desarrollará la habilidad y mejorará muchísimo.

Ahora bien, para ser copywriter de profesión es necesario que sientas un fuerte impulso que vaya más allá de practicar el copywriting, porque implica mucho más, como por ejemplo tener visión de negocio, saber gestionar a los clientes y tener una marca.

Antes de nada, cuéntanos: ¿qué es una marca para ti?

Para mí una marca es una manera de entender la vida. Darle un significado a lo que te dedicas, saber por qué lo haces y de qué manera. El concepto de marca, para mí, está muy relacionado con tener un propósito y un posicionamiento claro, es decir, situarte en un lugar concreto del mercado para poder diferenciarte.

Si el mundo de las marcas va de tener un propósito, tú debes tener uno, ¿es así?

La verdad es que no siempre es fácil encontrar un propósito, porque es algo tan abstracto que

cuesta sintetizarlo en una frase. A día de hoy, en mi caso, podría decir que mi propósito, o más bien lo que da sentido a lo que hago, es potenciar la capacidad creativa de las personas para que creen su marca alineada a sus valores y le den sentido a su vida, personal y profesional.

¿Para qué te sirve tu propósito?

Para poner foco en mis prioridades y también para elegir qué quiero y qué no quiero hacer. Es la brújula que me va marcando por dónde ir, qué decisiones tomar. Por ejemplo, teniendo claro mi propósito, he lanzado ARC, un programa online de Alto Rendimiento para Copywriters que quieren convertir su habilidad de copywriting en un negocio sano y rentable con el que vivan bien, protegiendo su tiempo y energía. Este programa es resultado de la importancia que yo le doy a la mentalidad, el Branding y la creatividad.

Entonces, ¿es posible crear un negocio de copywriting de alto rendimiento con el que vivir bien de verdad?

Un sí rotundo. Y añadiría que no solo es posible vivir bien, sino disfrutar de un estilo de vida propio. Pero antes debemos hacernos esta pregunta: «¿qué es vivir bien para ti?», tener claro cómo queremos vivir y hacer lo necesario para conseguirlo. La clave está en dar valor al cliente. Y resultados, claro.

Tener un negocio no es solo saber copywriting. En mi Programa ARC trabajamos todo lo que implica tener un negocio de alto rendimiento: la mentalidad, la creatividad, la estrategia, el branding, la identidad verbal, servicios de copywriting y branding de alto valor, la captación y gestión de clientes, etc. Todo lo que enseño está basado en mi trayectoria y experiencia personal.

¿Cuál dirías que es el ingrediente estrella para tener un negocio o marca que no se parezca a ningún otro (sin copiar, claro)?

Sin duda, la creatividad, donde yo pongo foco siempre. Ser capaces de plantarle cara a verdades incómodas y cuestionarnos todo lo que vemos y escuchamos.

Como profesora de copywriting veo que muchos alumnos están preocupados por descubrir la estructura de una landing page efectiva, los trucos para escribir en redes sociales, métodos para redactar titulares muy rápido o incluso plantillas para replicar textos de otros videos en los suyos.

Sin embargo, se olvidan de lo más importante: tener una voz propia, que no intente parecerse a ninguna otra, que tenga personalidad, que no mire de reojo a su competencia ni se deje llevar por tendencias. Soy muy fan de buscar nuevos caminos y maneras de decir las cosas, sin frases manidas que suenan vacías.

En resumen, la propuesta de Elena Peinador tiene un objetivo claro: desbloquear el potencial creativo de cada copywriter, redactor o creador de contenido, para que puedan crear su propio negocio de copywriting teniendo una marca que suene diferente.

Si te interesa este tema, puedes apuntarte a su newsletter, en la que cada martes Elena envía un email con contenido inspirador para que tu marca pueda posicionarse en lo más alto de su sector. También publica en Linkedin e Instagram (@elena.peinador) contenidos relacionados con el copywriting, el branding y la creatividad.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/226619-como-vivir-bien-del-copywriting.htm