

MIRA.

PUBLIQUÉ UN LIBRO EN 2022.

VENDÍ MILES Y MILES DE COPIAS

(Y SE SIGUEN VENDIENDO).

LO TITULÉ:

ESCRIBO PORQUE ME GUSTA GANAR DINERO.

Y ES VERDAD.

ESCRIBO PORQUE ME GUSTA GANAR DINERO.

PERO EN REALIDAD...

ESCRIBO PARA FOLLAR.

EL LIBRO DE COPYWRITING DE ISRA BRAVO

**P.D.: ESTE LIBRO ES SOBRE ESCRITURA
PERSUASIVA. TE SERVIRÁ PARA
GENERAR NEGOCIOS, VENTAS, ATRACCIÓN,
CARISMA, CONTACTOS Y DINERO.**

SITE ASUSTAS FÁCILMENTE, COMPRA
UN LIBRO DE AUTOAYUDA Y ACABAS ANTES.

El libro de copywriting

ISRA BRAVO



© Isra Bravo, 2023

© Centro de Libros PAF, SLU., 2023

Alienta es un sello editorial de Centro de Libros PAF, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

www.planetadelibros.com

Primera edición: abril de 2023

Depósito legal: B. 4.493-2023

ISBN: 978-84-1344-247-1

Preimpresión: María García

Impreso por Blackprint CPI

Impreso en España - *Printed in Spain*

El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como **papel ecológico** y procede de bosques gestionados de manera **sostenible**.

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor.

La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías.

Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor.

Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Sumario

Introducción. Decidí aguantar	11
1. Un enano, un borracho y un bastardo. VENDER TARADO	15
2. ¿Serás cabrón? VENDER SOBRADO	23
3. No. VENDER NEGADO	29
4. Crear visiones. VENDER FLIPADO	37
5. Segundo hasta cuando fui primero. VENDER PLATEADO	43
6. Provocación con solución	51
7. Investigación sin compasión	57
8. La importancia de decir la verdad	75
9. Obsesión por la verdadera razón	83
10. En el centro del universo	87
11. Soy mejor copywriter que tú.....	97
12. Soy peor copywriter que tú	103
13. El mejor copywriter muerto de la historia.....	119
14. Tres trucos suaves y baratos de copywriting para vender bruto y caro	135
15. Bofetada de sinceridad rentable. A veces, a la chica le gusta el tímido	141
16. Miedo al miedo	149

17. Mi suerte de ser disléxico y cómo evolucionar hacia atrás para ganar más dinero que los demás	155
18. Fijar la atención es una obligación	161
19. Lección para envidiosos, casposos, <i>haters</i> , impotentes emocionales y bebés emprendedores en pañales. Uno de los grandes anuncios de la historia	179
Epílogo. En realidad... Escribo para follar	185

Un enano, un borracho y un bastardo. VENDER TARADO

Defectos.

Me encantan los defectos, las taras, la gente rara y con obsesiones. Me gusta mirarlos, ver lo que hacen, cómo lo hacen. Me gusta beber cerveza y observar y hablar con ellos. Errores, taras, miserias... Hay una gran historia con un gran bastardo y un gran enano que nos enseña mucho de la vida y de cómo vender nuestras cosas.

Me refiero al bastardo de *Juego de Tronos*, Jon Nieve y a Tyrion, el enano.

Bien.

Tyrion Lannister y Jon Nieve se encuentran en el patio de Invernalía, no se conocen oficialmente. Jon se dirige a Tyrion y le dice:

—Tú eres Tyrion Lannister, el hermano de la reina.

—Mi mayor logro. Y tú eres el hijo bastardo de Ned Stark, ¿no?

Jon le mira dolido (es un bastardo, pero es un chico sensible), se da media vuelta y empieza a caminar para irse. Tyrion le dice:

—¿Te he ofendido? Lo siento.

Jon se gira hacia él y Tyrion sigue (el enano es muy cabronazo, pero sabe lo que hace):

—De todas formas, eres el bastardo.

—Lord Eddard Stark es mi padre.

—Y Lady Stark no es tu madre, lo que te convierte en un bastardo. Te daré un consejo, bastardo. Nunca olvides quién eres. El resto del mundo no lo hará. Úsalo como armadura y así nunca podrán usarlo para herirte.

—¿Qué sabes tú lo que significa ser un bastardo?

—Todos los enanos son bastardos a los ojos de su padre.

Entonces el enano bebe un trago de vino y se va.

Aquí hay algo muy importante para la venta y para la vida: no dejes que nadie te joda por tus defectos o taras. Sean ciertos o no. Los sientas o no. Duelan o no. Que nadie te haga daño por tus defectos. Como dice Tyrion, utilízalos como una armadura. Si no tienes estudios, dilo (ojo, no presumas, no vayas con ese rollo de la *universidad de la vida*, de algo así uno ni presume ni se avergüenza). Si tuviste un fracaso sonado empresarial o personal que alguien puede utilizar contra ti, dilo. Si no tienes soporte en alguna formación no dejes que otros digan: «Bah, no tiene soporte». Dilo. La psicología de todo esto es sencilla: no dejes que nadie utilice tus miserias contra ti. Haz que sean tu armadura, tu fortaleza, tu defensa. Todo lo que hagas en la vida a partir de ahora te irá mucho mejor si tienes claro este ángulo. No te avergüences, no dejes que te debiliten por ahí, aprópiate de lo que los demás podrían utilizar contra ti.

Te pongo un ejemplo de cómo aplicarlo al copywriting. Más de una vez he comentado el caso de un cliente al que no sólo no le hice vender más, le hice vender menos. Lo he comentado en e-mails y en entrevistas.

Una vez me contrató un cliente, le hice el trabajo y no sólo no obtuvo resultados, es que se los empeoré. Obviamente no me siento orgulloso, pero no puedo (ni quiero)

esconder eso. No puedo dejar que nadie lo utilice contra mí, así que hablo de ello y gracias a eso y en contra de lo que algunas personas puedan pensar, refuerzo mi autoridad transmitiendo seguridad, confianza y liderazgo. Este caso es un defecto feo de verdad, es empeorar resultados. No es simplemente no tener resultados, no, es ir más lejos, empeorarlos. ¿Qué sentido tiene que ahora nadie diga que empeoré resultados a un cliente? Ya lo digo yo. Soy un bastardo y soy el enano. Ya lo digo yo.

El amigo borracho

Hay que tener un amigo borracho. No ser tú el borracho, tiene que serlo tu amigo.

Cuando tratamos con personas, nos comparamos con ellas. Siempre lo hacemos, es nuestra naturaleza. Sabiendo esto, hay un ángulo psicológico muy a tener en cuenta. Por eso es importante el ángulo del amigo borracho. Cuando tú tratas con cualquier persona, y es algo que podrás observar a partir de ahora, sólo te vas a relajar si te sientes a la par o ligeramente superior. Si es así te vas a relajar. Estarás cómodo. Sin embargo, podrás observar a partir de ahora que si estás con una persona que te parezca mucho más inteligente, culta o rica que tú, no te relajas. No estás tan cómodo. Para entendernos, si alguien te hace sentir pequeño, no te relajas. Eso es malo para la venta, porque para vender no queremos a nadie a la defensiva. Les tienes que relajar.

Mira.

Tu amigo el borracho es un paria, tiene un trabajo de mierda, te da pena. Inevitablemente, te hace sentir superior. Te sientes mejor, tú te lo has montado mejor, que no eres tan idiota como él. Te relajas.

Pero hay algo mucho mejor que despreciar a un borracho: es aprender qué te hace sentir y por qué te lo hace sentir. Tenemos que entender la verdadera razón por la cual nos sentimos bien, relajados o superiores con unas personas y con otras, no. Y va mucho más allá de que alguien te caiga bien o te caiga mal. Lo que puedes aprender de tu amigo el borracho bizarro es que te está relajando a ti, precisamente porque está mostrando sus miserias. Al ser un borracho perdedor, tú te relajas, te sientes superior.

Ojo, no escribo para niños, si estás pensando que nunca te has sentido superior o inferior a nadie (lo del amigo borracho es un ejemplo extremo para entendernos), deja de leer. No hay ser humano en la tierra que no haya sentido ambas cosas alguna vez en su vida. Puede que haya tratado de corregirlo (incluso que lo haya logrado, no lo sé), pero lo ha sentido. Sentirse más guapo, más alto, más inteligente, más astuto, menos gracioso, menos poderoso... todo eso está dentro de nosotros. No vamos a discutir esto. No podemos discutir si el ser humano respira.

Sigo.

Sabiendo que el amigo borracho te relaja porque es torpe y que para la venta es muy muy importante que el otro se relaje, ¿qué conclusión podemos sacar? ¿Qué podemos aplicar? ¿Decir que somos unos borrachos? No, evidentemente. Pero lo que sí debemos hacer es mostrar ciertas torpezas, humanizarnos. Ojo, no se trata de hacer eso de cualquier manera y resultar un llorón patético, se trata de humanizarte con tus defectos, que la otra parte se pueda relajar. Ríete de ti mismo en tus e-mails, hazte el despistado cuando toque.

Puedes relajar a la gente si hablas de lo torpe que eres en determinados aspectos, ya sea con la tecnología o con las matemáticas, qué sé yo. O follando. Bueno, eso no lo diría,

mejor que lo comprueben. Reírse de uno mismo y mostrar ciertas torpezas es un poderoso estímulo para tu potencial cliente. Te humaniza. Pero no tomes a la gente por estúpida, no digas cosas tipo: «Mi mayor defecto es que soy muy cabezota». Para eso no digas nada.

Eres gordo, calvo, tienes los pies planos, cambias letras al escribir, eres medio cegata, lo que sea. Muéstralo con sentido del humor y harás de manera automática que toda tu audiencia se relaje. Que se sienta cómoda contigo. Casi nadie hace eso en su web. La gente trata de ser demasiado perfecta y eso demuestra miedo. ¿Crees que si cuentas que un día fuiste tan torpe que mandaste un *wasap* al móvil de un cliente al que habías confundido con un ligue y le invitaste a repetir *la escena del ascensor*, la gente pensará que no merece la pena trabajar contigo? ¿De verdad lo crees? Muy mal. No es una mentalidad adecuada para vender. La mentalidad adecuada es pensar: «Ya quisiera estar mi cliente encerrado conmigo en un ascensor». Bueno, haz con esa información lo que quieras.

Yo he utilizado para vender mis servicios de copywriting una historia de una borrachera tan grande que acabé con los zapatos de otro tío y fue uno de los e-mails que más contactos me proporcionó. Soy un ser humano. ¿Nunca has bebido? ¿Nunca has dicho ninguna tontería? ¿Eres perfecto? Eso aburre. No es real.

Muchas personas no quieren mostrar su lado torpe o bizarro por miedo a que no las tomen en serio, a que no las respeten, pero eso es absurdo. Si de vez en cuando te ríes de tus defectos y lo haces con sentido del humor pasan dos cosas:

1. Te humanizas. —Vendes más—.
2. Pareces más seguro de ti mismo. —Vendes más—.

¿Cuál es el defecto de lo que vendes? No lo escondas, debes enseñarlo. Hacer eso, mostrar tu defecto, tu rareza, resulta muy atractivo. Quitale presión. Relaja. Vende. No olvides a tu amigo borracho.

Mira.

Yo una vez tuve que vender camisetas que eran muy baratas. Eran unas camisetas muy cutres. Lo utilicé en los e-mails, en los anuncios. Aproveché que eran cutres. Ponía mensajes del tipo: «Dicen que lo barato sale caro y que merece la pena comprarse ropa buena que dura más. No lo niego. Pero tener camisetas cutres de esas que lanzarías al fuego de una barbacoa mientras te ríes tomando cervezas con amigos, hace la vida más relajada».

¿Ves a qué me refiero? Tus defectos pueden ser tus fortalezas.

Vale, esto es cuando tú tratas de vender, pero ¿se puede aplicar si alguien te trata de convencer de algo? Claro, y te da una información muy muy poderosa.

Fíjate. Vas a necesitar una gran seguridad en ti mismo porque para esto lo mejor es que te hagas el tonto. Ahora te toca a ti ser el tonto del pueblo. No es fácil, ahora... ¿sabes lo rentable que es? Te lo voy a explicar con un caso práctico. Cuando la situación me interesa mucho, siempre hago pensar al otro que soy muy novato, que necesito que me orienten. Siempre, siempre lo hago. Una vez estaba hablando con un asesor financiero.

—¿Qué sabes de inversiones? —me preguntó.

Le podría haber dicho que, sin ser un profesional en la materia, llevaba años leyendo foros, libros, acudiendo a charlas de inversión. Que sabía distinguir perfectamente los fondos indexados de las acciones sueltas, la renta variable de la fija, los bonos del Estado de los planes de pensiones... Le podría haber dicho que no me gustaban los fondos ges-

tionados por sus altas comisiones y porque rara vez logran batir al mercado... No quiero enrollarme, este no es un libro de inversiones, pero lo que te quiero comentar es que sin ser ningún experto mi cultura financiera es más alta que la media. Soy un gran ignorante en casi todo, en esto también, pero menos ignorante de lo que suele ser habitual sobre cultura financiera en la media. Pero ¿sabes lo que le respondí?

—La verdad es que no tengo ni idea, tengo la Cuenta Naranja de ING y poco más. El único fondo que conozco es el del armario.

Al responder eso, al mostrarme torpe y perdido, podría sacar mucha mejor información sobre qué clase de persona era y qué trataba de venderme. Me daba igual que este tipo pensara que yo era un pardillo y que él y su máster de Economía en Nueva York me daban mil vueltas. También me daba igual que pensara que me podría *sacar hasta la camisa*, todo eso da igual. Cuando tú te muestras torpe y despistado, el otro se relaja y habla más de la cuenta.

Este es un caso práctico de cómo no sólo mostrar tus defectos, sino de reforzarlos. Para entendernos, de que el otro piense que eres medio gilipollas. Hazme caso, a veces esto es muy bueno en la venta y en la vida, que es lo mismo. Entonces este asesor, pensando que yo era otro gilipollas más que iba por su oficina, sacó su verdadera naturaleza. Que era tratar de engañarme. No pasa nada, no me lo tomo como algo personal. Pero me intentó colar unos productos con comisiones muy bestias y con promesas de revalorización que nadie puede prever. No trató de asesorarme honestamente, trató de sacarme algo de dinero. Repito, no me importa, no me enfado por eso, sé cuál es el juego, juguemos. Pero sabiendo que a veces tendrás que parecer gilipollas.

Con esto no te estoy diciendo que de cara a un cliente parezcas tonto, no digo eso. Debes entender los contextos. Esto es muy bueno para cuando te traten de vender a ti. Cuando trates de vender tú, simplemente, haz lo que te conté un poco más arriba. Muestra tus defectos. Sé un bastardo o sé un enano.

O mejor, sé un enano bastardo.