

Cómo redactar los textos para tu escuela online

Hola!

En este documento te explicaré qué textos te recomiendo colocar en cada sección de tu escuela online.

Nota: Si tú ya sabes que textos quieres colocar, puedes simplemente mirar el tutorial “Cómo editar una página de tu web con Elementor” y ponerlos. No es necesario que sigas mis indicaciones.

Pero si no estás segura de cómo redactar los textos para cada sección, entonces este documento te ayudará a escribir textos mucho más atractivos y persuasivos para conseguir los objetivos de tu negocio.

Si estás lista, ¡empecemos!

Lo primero: tu estrategia

Tu escuela online forma parte de tu estrategia de marketing online, y a partir de hoy puede convertirse en una pieza clave para conseguir más clientes potenciales y cerrar más ventas.

De manera que siempre, siempre vamos a buscar:

- Captar la atención del público adecuado (para eso debes usar palabras que identifiquen, que estén “en su idioma” y que hablen de problemas o deseos que quieren resolver).
- Que lean la página en vez de irse. Para esto, los textos deben ser entretenidos, coloquiales y útiles.
- Ayudar a las personas a identificar que han llegado al lugar correcto. De un solo vistazo, deben poder ver indicios de que están en el lugar adecuado. Para eso podemos poner: tu logo, el nombre de tus servicios o un preencabezado que mencione para qué perfil de cliente es la página.

No te preocupes si no sabes cómo lograr todo esto, porque es precisamente lo que te explicaré en este documento.

La voz de tu cliente

Es súper importante que siempre estés actualizando un documento donde coloques la “voz de tu cliente”. Si no lo tienes, empiézalo. Puede ser un archivo de Word donde vayas “pegando” cualquier texto que te dejen tus clientes y que hable sobre: sus problemas, sus motivaciones de compra, sus objeciones, los resultados que quieren conseguir o ya han conseguido, qué les gusta y qué no de tus servicios...

En caso de que aún no tengas clientes, puedes buscar reseñas de servicios o cursos similares a los tuyos, o incluso de libros (en Amazon, por ejemplo) de tu mismo tema. Familiarizarte con la “voz del cliente” te permitirá escribir textos más atractivos y persuasivos, no solo para tu web, sino para tus anuncios, posts en redes sociales, emails o cualquier forma de comunicación con tus clientes. Es una manera sencilla de “aprender el idioma que habla el cliente” para poder conectar con él.

Cómo funciona esta guía

Tienes en color naranja los diferentes textos que debes redactar.

Y, debajo, las diferentes opciones de texto que te propongo usar. Así:

ENCABEZADO DE TU ESCUELA ONLINE



A) Soy [NOMBRE], [PROFESIÓN]

Soy Clari Santos, médico y asesora de lactancia

B) [TU TEMA] para [PERFIL DE CLIENTE]

Coaching + Inteligencia Emocional para profesionales sanitarios

Mi sugerencia: lee todas las opciones y elige rápido la que creas que te parezca más sencilla de escribir.

No te atasques. Todas las opciones pueden funcionar bien, así que elige la que puedas crear más rápidamente.

Recuerda que estamos creando la primera versión de los textos de tu web. Más adelante podrás editarlos conforme tu negocio vaya evolucionando. Una web es un lugar vivo (no estático) y la decisión que tomes hoy no es definitiva.

Así que elige rápido y avanza a lo siguiente.

HOME

La página “Home” o página de inicio es la presentación de tu proyecto, negocio o escuela. Vamos a usarla a lo largo de este documento para explicar cómo escribir los textos de cada apartado, pero en realidad esta info te servirá para cualquier página que quieras escribir, incluyendo las páginas “Sobre mí” y “Contacto”.

En cada página queremos captar fuertemente la atención del cliente y lograr:

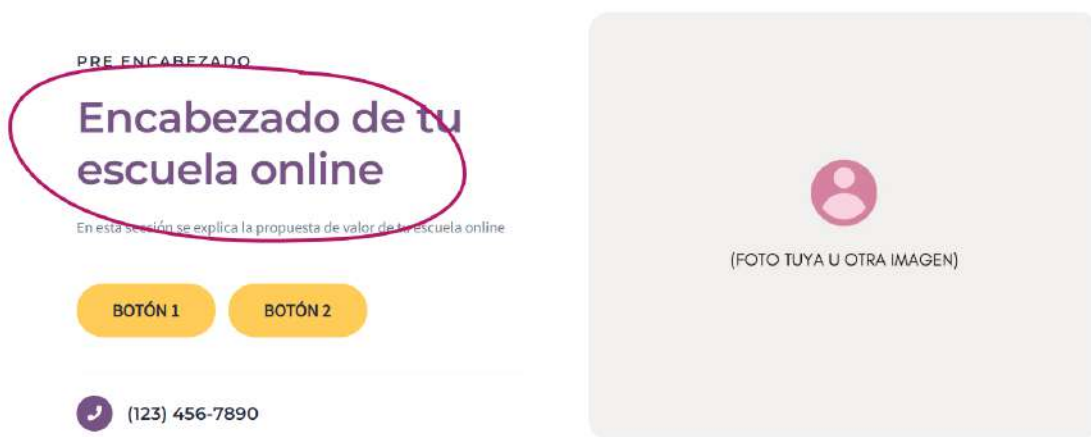
1) que siga leyendo, y

2) que haga lo que queremos que haga (que te envíe un mensaje, que se una a tu grupo de Telegram, que se suscriba a algo, que descargue algo, que se apunte a un curso gratuito...)

Así que primero piensa qué es eso que quieres que hagan tus clientes al llegar a tu página. Si no lo tienes claro, puedes pedirme ayuda para diseñar tu estrategia online.

Y aquí tienes algunas opciones para redactar el...

ENCABEZADO DE TU ESCUELA ONLINE



A) Soy [NOMBRE], [PROFESIÓN]

Ejemplo: Soy Clari Santos, médico y asesora de lactancia



B) [TU TEMA] para [PERFIL DE CLIENTE]

Ejemplo: Coaching + Inteligencia Emocional para profesionales sanitarios

The screenshot shows the top navigation bar of a website. On the left is the logo 'CHESAN' with a red heart icon. The navigation menu includes 'SOBRE MÍ', 'RECURSOS PARA TI', 'BLOG', and 'CONTACTO'. On the right, there are buttons for 'INICIAR SESIÓN' and 'CURSOS'. Below the navigation is a hero section featuring a smiling woman with short brown hair. The text reads: 'Coaching + Inteligencia Emocional' in large blue font, followed by 'PARA PROFESIONALES SANITARIOS' in smaller orange font. Below this, two lines of text state: 'Hoy puedes empezar a ejercer la medicina desde un nuevo paradigma.' and 'Vuelve a disfrutar de tu profesión y ejercerla desde la serenidad y la calma.' At the bottom right of the hero section is a blue button with the text '¡COMIENZA POR AQUÍ!'.

Variante: añadir lugar

Ejemplo: Terapia holística y meditación para mujeres en Ibiza

The screenshot shows a hero section on a light blue background. On the left is a photo of a smiling woman with curly blonde hair and red glasses, wearing a striped shirt and orange pants. On the right, the text reads: 'Terapeuta Holística y Meditación para Mujeres en Ibiza y online' in large blue font. Below this, a paragraph of text says: 'Soy Marta Loperena, te acompaño a tener más energía, a vivir desde la Calma la incertidumbre y los cambios y a que te mantengas en tu centro pase lo que pase.' At the bottom right of the text area is an orange button with the text 'RESERVA UNA LLAMADA CONMIGO Y HABLEMOS'. The top navigation bar includes 'Felicidad de bolsillo', 'Home', 'Sobre mí', 'Servicios', 'Club de la Calma', 'Escuela Vida Slow', 'Blog', and 'Alumnas'. A small circular icon is visible in the bottom right corner of the hero section.

C) Te ayudo a [RESULTADO]

Ejemplo: Te ayudo a consolidar tu carrera como profe de inglés



D) Cómo [RESULTADO] en [TIEMPO]

Ejemplo: Cómo preparar un lunch nutritivo para toda la semana en 30 minutos

E) Cómo [RESULTADO] sin [OBJECCIÓN]

Ejemplo: Cómo crear el branding de tu negocio sin contratar a un diseñador

F) Nosotros hacemos X, pero la diferencia es...

Ejemplo: Vendemos comida rápida. Pero saludable.

G) [Perfil de cliente] (Preencabezado)

La [adjetivo] forma de [hacer algo], para conseguir [beneficio/resultado]

Ejemplo:

Para creadores digitales

La forma más fácil de investigar a tu audiencia para crear contenido clickeable y entretenido

H) [Superlativo] [Categoría] [Perfil de cliente]

Ejemplo:

El entrenamiento más completo en email marketing para empresas restauranteras

I) Cómo [Problema - Solución]

Ejemplo:

Cómo dejar la vida Godínez y emprender un negocio digital que te convierta en dueña de tu tiempo

PREENCABEZADO



El preencabezado sirve para afinar aún más el público objetivo, si consideras que no queda claro con el encabezado. De manera que en el preencabezado puedes poner, por ejemplo:

A) Para [PERFIL CLIENTE]

Ejemplos:

Para mamás emprendedoras muy ocupadas

Para nutriólogas que quieren emprender

B) Si necesitas/quieres/te urge/no puedes más con... lee esto:

Si necesitas aprender inglés rápido, lee esto:

Si te urge encontrar empleo, lee esto:

El preencabezado no es necesario (en los ejemplos de más arriba ninguno lo tiene) pero puede ayudarte a aclarar el público de la web.

DESCRIPCIÓN DE PROPUESTA DE VALOR



A) Te acompaño a _____. Sin _____.

Te acompaño a amamantar y alimentar a tu bebé. Sin juicios. Sin mitos.



B) [RESULTADO 1] para [RESULTADO FINAL]

Prepárate para aprobar el examen TKT y obtén mejores oportunidades como teacher



C) Hoy puedes empezar a [RESULTADO]. Vuelve a [RESULTADO FINAL]



BENEFICIOS O CARACTERÍSTICAS

Aquí vamos a introducir una sección con beneficios, características o puntos clave de tu trabajo, pero SIN poner las palabras “Beneficios” o “Características” (simplemente porque eso es un poquito aburrido) 😊

Así que aquí te propongo opciones para poner en el encabezado de esta sección:



A) Consigue/Obtén/Logra que [RESULTADO]

Ejemplo:

Consigue que tu audiencia se vuelva adicta a tus contenidos en Instagram

B) [RESULTADO] sin/aunque [OBJECCIÓN]

Ejemplo:

Entrena en casa y fortalece tu cuerpo aunque tengas varios peques corriendo en en la sala

C) [PRODUCTO/CURSO] funciona porque [MECANISMOS]

Ejemplo:

Nuestros cursos de publicidad funcionan porque están basados en técnicas que se han usado por más de 100 años

D) Te enseñó [TEMA/CURSO] que aprendí de [ORIGEN/FUENTE]

Ejemplos:

Te enseñó las técnicas de danza que aprendí de los expertos en Broadway

CUADRITOS CON BENEFICIOS/CARACTERÍSTICAS



En esta sección puedes desglosar:

- Los beneficios o resultados específicos que conseguirán con tus cursos/servicios
- Las características técnicas o de formato de tus cursos, o
- Los temas principales que aprenderán contigo

Y para esto puedes usar uno de estos formatos:

A) [TÉCNICA/MECANISMO]
para [RESULTADO/PROBLEMA]

Ejemplos:

20+ técnicas de respiración
para tus peores momentos de estrés

25+ mini ebooks de mindfulness
para llenarte de calma e inspiración cada día

B) Cómo [RESULTADO ESPECÍFICO]

Ejemplos:

Cómo hacer preguntas más interesantes
a los invitados de tu podcast

Cómo poner límites a tus hijos de 2-3 años
sin gritarles, herirlos ni amenazarlos

C) CARACTERÍSTICA
(Y EN QUÉ LE BENEFICIA AL CLIENTE)

Ejemplos:

160 horas de clases
certificadas en créditos con valor curricular en toda la República Mexicana

Videos cortitos y prácticos de 10 minutos
Que puedes ver durante la siesta de tu bebé o en lo que esperas a tu hija en la clase de ballet

Versión en audio

Para escuchar mientras haces ejercicio, conduces o lavas trastes.

Rutinas breves según tus objetivos

¿Quieres reducir tallas? ¿Recuperar tu energía? ¿Sentirte más fuerte o flexible? ¿Tonificar tus músculos? Tenemos rutinas para cada cosa que quieras lograr con tu (hermoso) cuerpo.

MÁS BENEFICIOS O CARACTERÍSTICAS

En esta sección simplemente replicamos lo mismo que en la anterior, tanto en el titular como en los cuadritos de los beneficios.



En la parte de la descripción, puedes simplemente ampliar un poco la idea del encabezado.

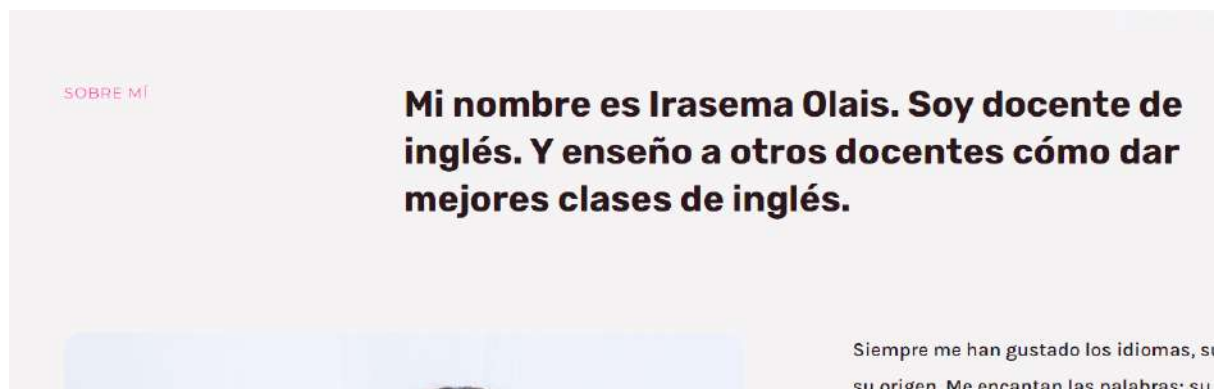
Y en el botón puedes poner un enlace a tus cursos o a un curso específico.

UN RESUMEN SOBRE TU PERFIL Y EXPERIENCIA



A) Mi nombre es [TU NOMBRE]. Soy [PROFESIÓN]. Y me dedico a [RESULTADO].

Ejemplo: Mi nombre es Irasema Olais. Soy docente de inglés. Y enseño a otros docentes cómo dar mejores clases de inglés.



B) Quiero ayudarte a [RESULTADO] con [MÉTODO/PROCESO]

Ejemplo: Quiero ayudarte a sentirte bien con tu cuerpo, enseñándote técnicas avanzadas de pilates en la pared.

DESCRIPCIÓN SOBRE TI



En esta sección ampliamos un poco sobre ti como profesional.

A) Me di cuenta de [hueco en el mercado o cómo la gran necesidad de tu cliente no está solucionada por otros productos, servicios o empresas], así que yo [cómo resolviste el problema o llenaste el hueco].

Ejemplo:

Me di cuenta de que muchos docentes de inglés se quedan estancados por años sin conseguir un empleo que de verdad les encante.

Yo misma tardé más de 5 años en descubrir el examen TKT, una prueba que te certifica como docente y te abre las puertas de las mejores escuelas.

Así que he creado un curso de preparación para este examen, en el que te acompaño para obtener el mejor resultado posible el día de tu prueba.

B) Lo más importante que he aprendido como [PROFESIÓN] es [MÉTODO/TÉCNICA/TEMA]. Así que he creado un curso donde te explico todo lo que sé para [RESULTADO].

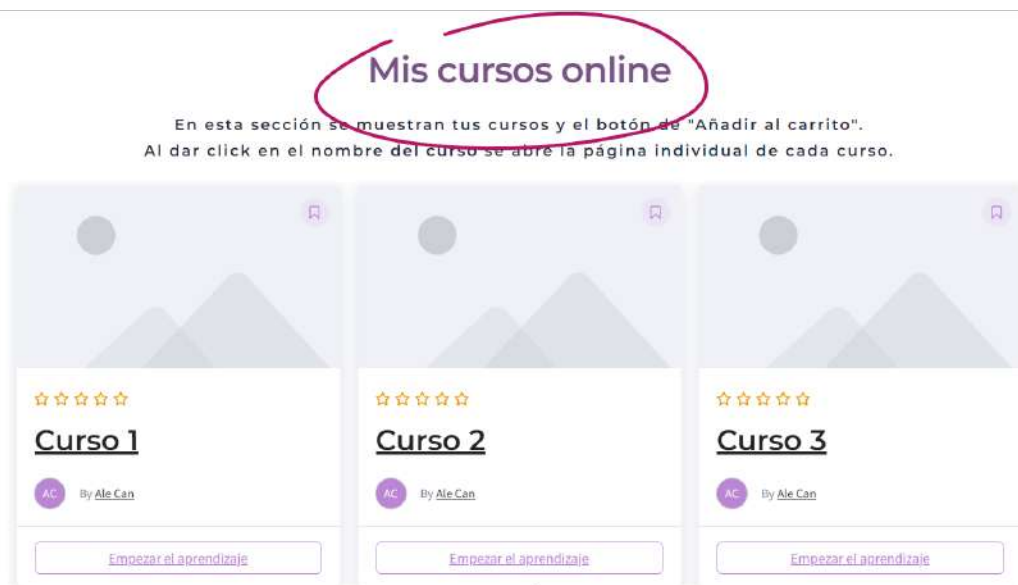
Lo más importante que he aprendido al vender mis servicios como fotógrafa de bodas es que necesitas un sistema de marketing para vivir bien de esta profesión.

No puedes dejar tus ventas al azar. Y si estás empezando tampoco puedes

depender de las recomendaciones esporádicas.

Es por eso que diseñé un entrenamiento gratuito en el que explico la estructura de un buen plan de marketing para fotografía de bodas. Podrás implementarlo aunque tengas 0 seguidores y 0 clientes.

MIS CURSOS ONLINE



En el encabezado de esta sección, puedes explicar un poco para qué o para quién son tus cursos online.

A) Cursos online para [PERFIL CLIENTE]

Ejemplos:

Cursos online para emprendedoras de repostería

Cursos online para psicólogas que quieren iniciar un negocio digital

Cursos online para asesoras de lactancia

B) Cursos online de [TEMA]

Cursos online de repostería avanzada y decoración de pasteles

Cursos online de publicidad para restaurantes

Cursos online de mindfulness para empresarias estresadas

C) Cursos online para [RESULTADO]

Cursos online para rehabilitar tu abdomen post parto

Comunidad online para aprender a cuidar bien de tu perrito mestizo
Membresía de estoicismo para cultivar la calma

TESTIMONIOS

En esta sección simplemente colocamos los testimonios de tus clientes. Es importante que mencionen el problema que les ayudaste a resolver y el resultado que consiguieron.

“

Testimonio de tu cliente donde explica cómo le has ayudado a conseguir sus resultados.

Nombre de tu cliente
Descripción de cliente

“

Testimonio de tu cliente donde explica cómo le has ayudado a conseguir sus resultados.

Nombre de tu cliente
Descripción de cliente

“

Testimonio de tu cliente donde explica cómo le has ayudado a conseguir sus resultados.

Nombre de tu cliente
Descripción de cliente

OTRA SECCIÓN PARA CARACTERÍSTICAS O BENEFICIOS

En la que seguimos las mismas instrucciones de las anteriores.

PREENCABEZADO

Encabezado destacando la propuesta de valor

CARACTERÍSTICA 1

Urna cursus pretium nisi, ullamcorper enim morbi volutpat feugiat mauris congue integer in velit nunc ac iaculis cursus facilisis tincidunt justo, fringilla scelerisque

CARACTERÍSTICA 2

Tortor sed nulla gravida ipsum aliquam consectetur neque odio dui turpis fringilla pretium hac bibendum commodo proin quam posuere consequat ultrices

CARACTERÍSTICA 3

Neque in nulla aliquam viverra phasellus ipsum sed pretium imperdiet sit purus at lacus, varius interdum vestibulum fermentum faucibus nulla odio cum

CARACTERÍSTICA 4

Senectus fringilla vitae at lacus sollicitudin mi vel consectetur congue facilisi amet, maecenas egestas imperdiet maecenas lorem cras aliquet arcu, pharetra quis quam ipsum

NUESTRO EQUIPO

Si cuentas con un equipo de instructores, en esta sección puedes presentarles.



Y puedes sustituir este texto marcado por algo más entretenido, usando alguna de estas fórmulas:

A) [PROFESIÓN] que aman/amantes/apasionadas por [TEMA/RESULTADO]

Ejemplo:

Reposteras expertas apasionadas por la pastelería francesa

B) Nos apasiona/obsesiona/mueve/encanta/motiva/ilusiona [TEMA/RESULTADO]

Ejemplo:

Nos obsesiona la IA aplicada a la enseñanza.

MÁS TESTIMONIOS

Aquí tienes otro formato para un testimonio más extendido:



CTA (CALL TO ACTION)

En esta última sección de la página colocamos un pequeño texto acompañado de una llamada a la acción para que las personas hagan algo después de leer.

Frase inspiradora o resumen de filosofía de trabajo

Llamada a la acción (por ejemplo: apuntarse a un curso gratuito, resolver una duda vía Whatsapp)

BOTÓN

Copyright © 2023 Tu escuela online | Powered by Maternidar

Ejemplos:

Quiero enseñarte a bailar tap como me enseñaron mis profesores en Broadway.

Apúntate a mi entrenamiento gratuito para aprender la secuencia básica para cualquier baile de tap.

Las madres emprendemos distinto.

Apúntate a mi newsletter para recibir tips de cómo emprender un negocio compatible con la maternidad.

La forma más rápida de aprender a hacer los anuncios para tu restaurante.

Descarga mi guía gratuita de marketing en 3 pasos.

Empieza hoy tu nueva rutina de entrenamiento post parto.

Envíame un WhatsApp para recibir gratis una rutina de 15 minutos adaptada a lo que más necesites trabajar.

Y aquí terminamos!

Si tienes alguna duda, o quieres hacer una sugerencia para que este documento sea mejor, [escribeme vía WhatsApp](#) o a ale@maternidar.org 😊