



RECURSO  
GRATUITO

*Guía para escribir tus*

# TEXTOS DE VENTA

VENDE MÁS CON

TEXTOS QUE CONVIERTEN

# Tabla de CONTENIDOS

- 01 QUÉ ES UNA PÁGINA DE VENTAS?
- 02 CÓMO ESTRUCTURAR Y REDACTAR TU PÁGINA DE VENTAS
- 03 CONOCIENDO A TU CLIENTE
- 04 RESOLVIENDO SU PROBLEMA
- 05 POR QUÉ VOS
- 06 TU CLIENTE PERFECTO
- 07 LLAMADAS A LA ACCIÓN
- 08 LOS BONUS
- 09 EL DISEÑO TAMBIÉN IMPORTA
- 10 WORKSHEETS





# HEY, SOY FLOR

**Soy estratega digital, hace 5 años empecé a trabajar en marketing digital, sobre todo en redes sociales. Desde 2022 que decidí enfocarme en estrategias y desarrollo web.**

Mi propósito es acompañar a otras mujeres a vivir la vida que desean a través de su negocio, con estrategias livianas, conscientes y desde el disfrute.

*Flor*

# *Bienvenida* A ESTA GUÍA

A lo mejor ya buscaste consejos para crear una página de ventas efectiva, pero la cantidad de información te dejó más confundida. Terminas sin saber qué incluir y posponés el cambio, que es justo lo que querías evitar.

Si tus visitantes no están completando las compras en tu web, es probable que tu página de ventas no esté funcionando como debería. Tanto si vendes a particulares como a empresas, **es esencial tener páginas web que no sean simplemente costosas tarjetas de presentación, sino herramientas estratégicas para captar clientes.**

La página de ventas, también conocida como “sales page”, es una pieza clave para cualquier negocio en línea que quiera convertir visitantes en clientes.

Aunque el proceso de diseño y redacción puede parecer complicado, es fundamental para generar conversiones, es decir, convertir tus visitantes en compradores. Las páginas de ventas efectivas tienen características y estrategias específicas que discutiremos a lo largo de este workbook.

Seguí leyendo para aprender **cómo crear una página de ventas que no solo atraiga a tus visitantes, sino que también los motive a tomar acción.** ¡Empecemos!



LET'S  
DO IT

## QUÉ ES UNA PÁGINA DE VENTAS?

### *Lo que aprenderás*

Aprenderás a diseñar y redactar una página de ventas que capte la atención de tus visitantes y los convierta en clientes, maximizando tus conversiones y ventas en línea.

# QUÉ ES UNA PÁGINA DE VENTAS?

Esta página es el corazón de tu estrategia para convertir a los visitantes en clientes, y su único propósito es lograr que realicen una compra.

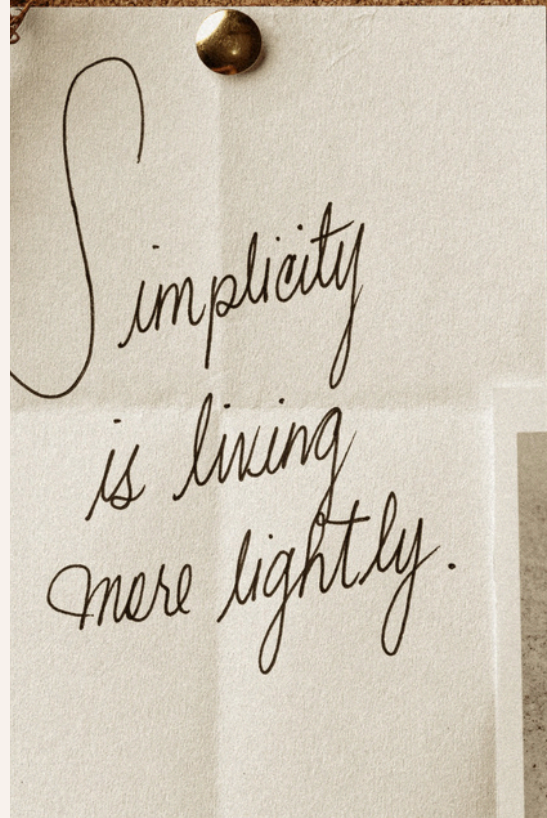
La página de ventas se distingue por su enfoque singular: **VENDER**. Esto significa que solo tiene una llamada a la acción (CTA).

Olvídate de distracciones como suscripciones a newsletters, banners llamativos o enlaces a redes sociales. En algunas páginas de ventas, incluso se omite el menú de navegación para mantener la atención centrada en el botón de compra.

Para crear una página de ventas efectiva, **es crucial entender lo que tu potencial cliente está buscando**. Tu página de ventas debe hacer su trabajo al mostrar claramente cómo tu producto o servicio es la solución ideal para su problema o necesidad.

Tu objetivo es **destacar los beneficios y resultados que ofrecerás con tu producto o servicio**. Dale a tus visitantes la confianza de que tu solución es la mejor opción y facilita el proceso de compra para que no haya lugar a dudas.

**¡Que hacer clic en el botón de compra sea el paso más natural!**



# CÓMO *estructurar y redactar* TU PÁGINA DE VENTAS

01

## COMPRENDE EL PROCESO DE TU CLIENTE

Comprender el proceso que atraviesa tu cliente potencial al considerar una compra es fundamental para estructurar y redactar una página de ventas efectiva. Este conocimiento te permite adaptar tu mensaje y diseño para guiar a tus visitantes de manera efectiva desde su primer contacto hasta la acción final.

02

## ALINEA LA ESTRUCTURA CON EL RECORRIDO

La clave está en alinear tu estructura con el recorrido del cliente, asegurando que cada sección de la página contribuya a captar su interés y facilitar la conversión. La redacción debe ser persuasiva, enfocada en los beneficios y soluciones que tu oferta proporciona, y debe incluir elementos que refuercen la confianza y credibilidad.

03

## CTA CLARAS Y VISIBLES

Cada llamada a la acción (CTA) debe ser clara y visible, guiando a los visitantes sin distracciones hacia el objetivo de compra. En resumen, entender el viaje del cliente te ayudará a crear una página de ventas que no solo atraiga, sino que también convierta eficazmente.



# CONOCIENDO A TU *cliente*

Para captar la atención de tu cliente, **empezá demostrando que entendés sus deseos y aspiraciones.** La clave está en centrar tu página de ventas en lo que realmente le importa. En lugar de lanzarte de inmediato a hablar de tu servicio, primero asegurate de que el cliente **sienta que comprendés sus metas y sueños.**

**Focalizate en los “deseos” del cliente, que son los objetivos que quiere alcanzar o las mejoras que busca en su vida.** Si lográs que el visitante de tu página sienta que entendés sus aspiraciones y que estás alineado con lo que busca lograr, habrás creado una conexión significativa.

Usá un tono auténtico y cercano que refleje una verdadera comprensión de sus motivaciones y ambiciones.

**Empleá frases que conecten con sus deseos,** como:

- “¿Te imaginás logrando...?”
- “¿Alguna vez soñaste con...?”
- “¿Te gustaría poder...?”

Al centrarte en estos aspectos, **estarás preparando el terreno para presentar tu oferta como la solución ideal para alcanzar sus metas,** creando una base sólida para una conversión efectiva.



# AHORA ES MOMENTO DE *cumplir sus deseos*

Tenés la oportunidad de mostrar cómo tu producto o servicio puede ser **la clave para transformar la situación de tu cliente.**

Describí tu oferta como la solución para que tus clientes alcancen sus deseos más importantes y vean mejoras concretas en sus vidas.

Tu servicio **es la solución ideal para llevar a tus clientes del punto A al punto B.**

Enfocáte siempre en el deseo, manteniendo un tono positivo que refleje cómo tu oferta puede cumplir con sus aspiraciones y ayudarles a alcanzar sus metas más deseadas.

Usá frases como:

- “¿Qué pasaría si te digo que esto puede hacerse realidad?”
- “Tengo una solución que puede ayudarte a alcanzar eso...”
- “No tenés que seguir esperando para...”

Más allá de describir las características de tu producto, es fundamental **resaltar los beneficios concretos y la transformación positiva que experimentarán.** Contá cómo sus vidas cambiarán una vez que adquieran tu oferta.

Detallá el impacto positivo que tendrá en sus rutinas, en su bienestar o en la realización de sus sueños. **¿Qué diferencia marcará en su día a día y cómo mejorará su situación actual?**



# POR QUÉ *vos*

Cuando compramos online, **la confianza es fundamental**. Si no sentimos que el vendedor nos transmite seguridad, es difícil que avancemos en la compra. Lo mismo le sucede a tu cliente potencial: **necesita estar convencido de que está tomando la decisión correcta**. La transacción en línea, al ser impersonal, puede aumentar la inseguridad.

Para generar esa confianza, **hay varios elementos que pueden ser clave**. Aunque no todos son aplicables a todas las situaciones.

01

## CONTÁ QUIÉN SOS

Compartí tu trayectoria y lo que te avala. Contá tu experiencia, formación y cualquier detalle relevante que te posicione como un experto en tu campo. Mostrar cómo llegaste hasta aquí, tu historial con clientes destacados o cualquier aparición en medios puede ayudar a construir credibilidad.

02

## INCORPORA TESTIMONIOS Y PRUEBA SOCIAL

Los testimonios de clientes satisfechos son una herramienta poderosa para ganar confianza. La prueba social muestra que otros ya confiaron en vos y quedaron satisfechos. Pedí opiniones a clientes anteriores y, si es posible, incluí capturas de mensajes positivos, videos de testimonios o reseñas en redes sociales (con permiso, por supuesto).

03

## INCLUÍ UNA SECCIÓN DE PREGUNTAS FRECUENTES

Una sección de preguntas frecuentes bien planteada puede ser esencial para resolver las dudas que pueda tener tu comprador sobre tu empresa o servicio. Sé estratégico al incluir únicamente la información que consideres que ayudará a reducir las objeciones y aclarar las inquietudes de tus potenciales clientes.

# ENFÓCATE EN TU AUDIENCIA IDEAL

**Filtrar a tus clientes ideales es crucial.**

Ningún producto o servicio es adecuado para todos, y **enfocar tu oferta en un tipo específico de cliente asegura que quienes comprenden realmente se beneficien de lo que ofreces.**

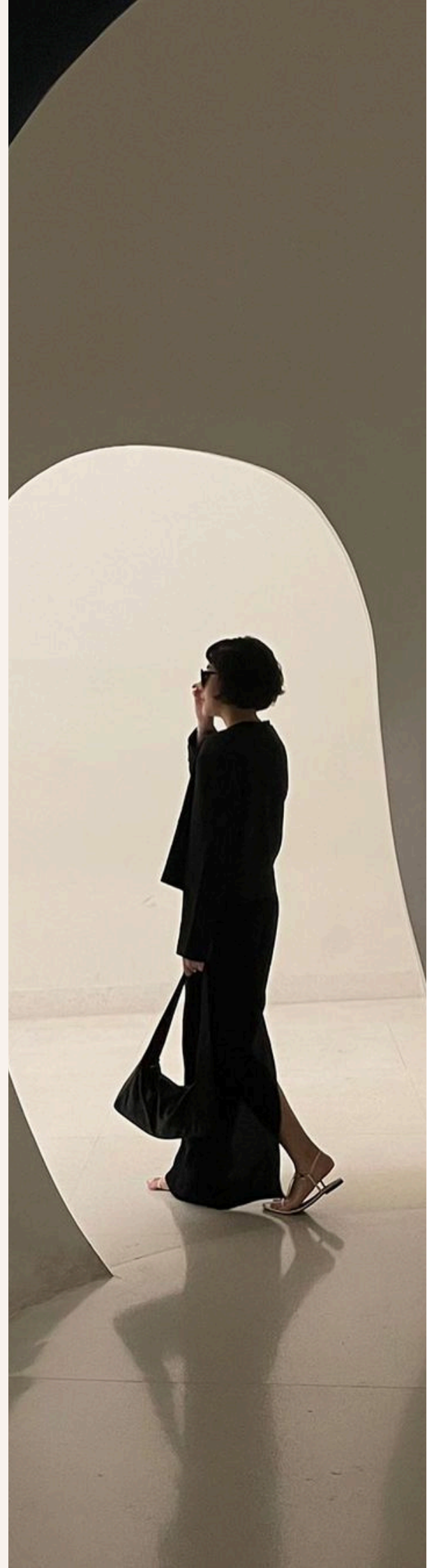
**Descartar a quienes no encajan con el perfil de tu cliente ideal es beneficioso para todos.**

Para ayudarte en este proceso, muchas páginas de ventas incluyen una sección titulada “Para quién es este producto/servicio”.

**En esta sección, se detalla quién puede aprovechar al máximo tu oferta y quién podría no encontrarla adecuada.**

Esta claridad no solo ayuda a tus potenciales clientes a reconocer si tu propuesta es la correcta para ellos, sino que también te permite atraer a aquellos que realmente necesitan y valoran lo que ofrecés.

Al final, **este enfoque contribuye a una experiencia más satisfactoria tanto para ellos como para vos.**





# EL PAPEL CLAVE DE LA *llamada a la acción*

Estos elementos son cruciales porque son los encargados de motivar a tus visitantes a dar el paso final y realizar la acción deseada. Tras presentar el problema, ofrecer tu solución, establecer tu credibilidad y resolver cualquier inquietud, **ahora es el momento de cerrar la venta.**

Un buen CTA debe ser imposible de pasar por alto y debe usar un lenguaje claro y motivador. Asegurate de que el botón o enlace sea prominente, con un diseño atractivo y un color que destaque sin romper la armonía de tu sitio. **La acción a tomar debe ser evidente:**

- “Suscribirme”
- “Me sumo al curso”
- “Quiero mi guía gratuita”

Es un buen momento para reforzar la oferta que estás haciendo. **Resaltá qué obtendrán a cambio de su compra, cómo mejorará su situación y qué valor les aportará.**

**Usá frases simples y directas** para transmitir esta información. Además, **dividir la oferta en puntos clave con íconos o gráficos puede hacer que sea más fácil de digerir y aún más atractiva.**



# *bonus* PARA AUMENTAR EL VALOR

Los bonus son una excelente manera de **elegir la percepción de valor de tu oferta sin recurrir a descuentos**. Actúan como un incentivo adicional que puede hacer que **tu oferta se sienta más completa y valiosa** a los ojos del cliente.

Para cursos o servicios, **los bonus podrían ser elementos que complementen tu oferta principal**, como un ebook con ejemplos concretos y estrategias prácticas que ayuden a los clientes a aplicar lo aprendido.

También podrías incluir plantillas de trabajo que faciliten la implementación de las ideas.

O una sesión extra con vos para resolver dudas y proporcionar orientación personalizada.

**Esta estrategia no solo enriquece tu propuesta, sino que también hace que tu oferta sea aún más atractiva para el cliente.**

**Los bonus pueden jugar un papel crucial en el proceso de decisión de compra.** Al proporcionar estos extras, demostrarás que estás dispuesto a ir más allá para ofrecer una experiencia completa y satisfactoria. Esto puede aumentar la confianza del cliente en tu oferta y hacer que se sienta más seguro al tomar la decisión de compra.

A photograph of two women on a beach. The woman in the foreground is wearing a blue and white striped one-piece swimsuit, a pearl necklace, large gold hoop earrings, and a white towel wrapped around her head. She is looking to the left. The woman in the background is wearing a white bikini top and bottom, white sunglasses, and a white towel on her head. She is also looking to the left. The background is a bright, slightly blurred beach scene. The text 'EL diseño SÍ importa' is overlaid in the center in a white serif font, with 'diseño' and 'importa' in italics.

EL *diseño*  
SÍ *importa*



## MARCÁ EL CAMINO

**Hacé que el camino sea lo más claro posible** para quienes visitan tu página de ventas. Es fundamental que tu cliente potencial **pueda encontrar, de un solo vistazo, toda la información que necesita** a través de titulares concretos y efectivos. Estos titulares deben ser sencillos, directos y fácilmente comprensibles.

La mayoría de las personas escanean las páginas rápidamente, así que **es crucial que los puntos clave de tu producto o servicio sean visibles y accesibles** incluso para quienes leen en diagonal. **Tu objetivo es captar su atención rápidamente y mantener su interés, asegurándote de que comprendan los beneficios principales con solo un vistazo.**

## DISEÑO CON PROPÓSITO

Elegí una **tipografía que sea fácil de leer** y que refleje la personalidad de tu marca. La **paleta de colores debe estar bien pensada**: utilizá colores llamativos para resaltar las partes importantes y colores más neutros para las secciones que requieren menos atención. **Organizá la información en bloques o secciones claramente diferenciadas.**

Un diseño limpio y organizado no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también refuerza la profesionalidad de tu marca. Asegurate de que cada elemento de la página, desde los botones hasta los espacios en blanco, **tenga un propósito claro y contribuya a una experiencia de usuario positiva.**





WORKSHEETS

LET'S  
DO IT

*Ejercicios  
prácticos*



# EJERCICIO #1

PONGAMOS EN PRÁCTICA HABLARLE AL DESEO DE TU CLIENTE IDEAL

EN LA PRIMERA COLUMNA ESCRIBÍ CUÁL ES SU DESEO Y EN LA SEGUNDA COMO LO RESUELVE TU SERVICIO O PRODUCTO

CUÁL ES SU DESEO	CÓMO LO SOLUCIONAS
<i>EJ.: PIERDE CLIENTES POR NO RESPONDER A TIEMPO POR ESTAR HACIENDO OTRAS TAREAS DE SU NEGOCIO QUR TAMBIÉN REQUIEREN DE SU ATENCIÓN</i>	<i>EJ.: CREAMOS UNA PÁGINA DE VENTAS CON TODA LA INFORMACIÓN Y AUTOMATIZAMOS EL EMBUDO DE COMPRA</i>

## EJERCICIO #2

HABLEMOS DE VOS

ESCRIBÍ QUIEN SOS, TU EXPERIENCIA, QUE TE GUSTA HACER, TU PROPÓSITO Y DATOS DIVERTIDOS QUE TE GUSTARÍA COMPARTIR PARA CONECTAR CON TU CLIENTE

SOBRE MÍ

---

## EJERCICIO #3

### JUNTANDO TESTIMONIOS DE CLIENTES

LOS TESTIMONIOS SON FUNDAMENTAL PARA CUALQUIER NEGOCIOS, SI TODAVÍA NO LO HACÉS, PROPONETE A PARTIR DE AHORA PREGUNTARLE A TUS CLIENTES CUÁL FUE SU TRANSFORMACIÓN (TAMBIÉN ES ALGO QUE SE PUEDE AUTOMATIZAR)

CLIENTE: NOMBRE I NEGOCIO I ENLACE A REDES O A UNA FOTO	TESTIMONIO

## EJERCICIO #4

CUÁLES SON LAS PREGUNTAS DE TUS CLIENTES?

SI NO LAS TENÉS ESCRITAS PODÉS REPASAR CHATS Y CORREOS PARA VER LAS MÁS FRECUENTES O PODÉS APROVECHAR PARA CONOCER SUS DUDAS Y ESTABLECER CONTACTO NUEVAMENTE

PREGUNTA	RESPUESTA

## EJERCICIO #5

### FILTRANDO A TU CLIENTE PERFECTO

SABER A QUIEN LE RESOLVEMOS UN PROBLEMA ES FUNDAMENTAL, EN ESTE CUADRO TE ANIMO A ESCRIBIR A QUIEN QUERÉS ATRAER Y A QUIEN NO

ESTO ES PARA VOS SI...	ESTO NO ES PARA VOS SI...

## EJERCICIO #6

OBEJTIVO Y LLAMADAS A LA ACCIÓN

EN PRIMER LUGAR, ESCRIBÍ CUÁL VA A SER EL OBJETIVO DE TU PÁGINA DE VENTAS. EJ. : VENDER EL CURSO X

EL OBJETIVO DE LA PÁGINA ES...

LUEGO, ESCRIBÍ UNA LISTA DE POSIBLES LLAMADAS A LA ACCIÓN. ESCRIBÍ TANTAS COMO SE TE OCURRAN.

LISTA DE LLAMADAS A LA ACCIÓN

## EJERCICIO #7

### BONUS

PENSÁ UNA LISTA DE BONUS QUE PODÉS SUMAR PARA DARLE MÁS VALOR A TU SERVICIO/PRODUCTO. PUEDEN SER COSAS QUE YA TENGAS CREADAS, NO TODO TIENE QUE SER CREADO DESDE CERO.

### POSIBLES BONUS

# Felicitaciones

POR COMPLETAR ESTA GUÍA.

Para ayudarte a afinar aún más tu mensaje y maximizar el impacto de tu página de ventas, te invito a agendar una llamada de claridad gratuita.

Durante esta sesión personalizada, exploraremos como puedo ayudarte a lograr:

- Tus objetivos de negocio y cómo tu página de ventas puede ayudarte a alcanzarlos.
- Estrategias específicas para optimizar los textos y la estructura de tu página para aumentar las conversiones.
- Respuestas a cualquier pregunta que tengas sobre estrategias digitales y diseño web.

No te pierdas esta oportunidad.

[\*\*QUIERO AGENDAR\*\*](#)



**FLOR DE RAFAEL**  
ESTRATEGA DIGITAL |  
CREADORA WEB

AGENDA TU LLAMADA DE CLARIDAD AGENDA TU LLAMADA DE CLARIDAD. AGEND  
U LLAMADA DE CLARIDAD AGENDA TU LLAMADA DE CLARIDAD AGEN



# Gracias

AHORA ES MOMENTO DE PONERTE EN  
ACCIÓN Y ESCRIBIR TUS PÁGINAS DE VENTA



**FLOR DE RAFAEL**  
ESTRATEGA DIGITAL |  
CREADORA WEB

[WWW.FLORDERAFAEL.COM](http://WWW.FLORDERAFAEL.COM)  
[@FLORDERAFAEL.WEB](https://www.instagram.com/FLORDERAFAEL.WEB)