

COMO ESCRIBIR DESCRIPCIONES

Versión Actualizada
Agosto 2022

CONTENIDO

COMO INCORPORAR KEYWORDS

ESTRUCTURA

ARGUMENTO DE VENTA

QUE INCLUYE

COMO HACER EL PEDIDO

COMO DESCARGAR EL ARCHIVO

PROCESAMIENTO Y ENVÍO

DEVOLUCIONES

ACLARACIONES IMPORTANTES

CONTACTO

LINKS INTERNOS

COMO INCORPORAR PALABRAS CLAVE



Desde este año (2022) Etsy ha anunciado que su motor de búsqueda tomará en cuenta las descripciones para escanear palabras clave en común entre nuestros productos y las consultas de los compradores. Esto no es nuevo, hace años Google y otros motores de búsqueda rastrean páginas enteras en busca de palabras clave para clasificarlas. Ahora que la búsqueda de Etsy también busca palabras clave en las descripciones de los anuncios, este es otro modo mejorar la visibilidad de tu producto en los resultados de la búsqueda de Etsy. Es como añadir más etiquetas.

RECOMENDACIONES GENERALES

- * Incorporar palabras clave más relevantes en las primeras oraciones. Escribe una o dos frases que incorporen de manera natural tus palabras clave principales de una forma que suene humana y escrita con la voz de tu marca.
- * Evitar copiar y pegar el título literalmente en la descripción, o hacer una frase sin sentido al enumerar las principales palabras clave.
- * Empieza con un enunciado potente para presentar tu producto, cuenta cómo pueden mejorar su hogar, su evento, su ocasión o su vida. Incluye algún razonamiento que explique por qué tu artículo es la mejor elección. Explica a los compradores de regalos cómo o por qué tu artículo es la elección perfecta para ellos y sugiere destinatarios. (ARGUMENTO DE VENTA)

EJEMPLO DE INCORPORACIÓN DE KEYWORDS

PRODUCTO:

Weekly Undated Planner (Agenda Semanal sin fechas)

TÍTULO:

“Undated weekly digital planner, Weekly planner printable, Week at a glance pdf, Minimalist weekly planner, Planner for ipad goodnotes, pdf”

DESCRIPCIÓN:

“This weekly undated planner is perfect when you need to visualize your week at glance to see events and appointments and plan your tasks for the entire week. Use this every week to help you stay productive. Since these are digital downloads, you can reuse them any time you like. You can also print out at home.”

TRADUCCIÓN:

“Esta agenda semanal sin fecha es perfecta cuando necesitas visualizar tu semana de un vistazo para ver los eventos y las citas y planificar tus tareas para toda la semana. Utilízalo cada semana para ayudarte a ser productivo. Como se trata de descargas digitales, puedes reutilizarlas cuando quieras. También lo puedes imprimir desde casa.”

EN ROJO DESTACO LAS PALABRAS CLAVES UTILIZADAS

“This **weekly undated planner** is perfect when you need to visualize your **week at glance** to see **events and appointments** and plan your **tasks** for the entire week. Use this every week to help you stay **productive**. Since these are **digital downloads**, you can **reuse** them any time you like. You can also **print** out at home.”

Las palabras claves que puedas incorporar en las primeras frases retomarán algunas keywords del título y podrás aprovechar para sumar otras nuevas de manera natural.

ACTUALIZAR DESCRIPCIONES DE FORMA AUTOMÁTICA

Si tienes muchos productos parecidos o que comparten características similares puedes actualizar todos al mismo tiempo desde Etsy. Aquí te dejo los pasos:

1. Escribe una o dos frases donde se incluyan palabras claves y el argumento de venta. Tienen que ser pensadas para el grupo al que quieres aplicar los cambios. Ejemplo: si vendes camisetas para despedida de solteras puedes armar una frase que diga: *“Esta camiseta es el regalo perfecto para festejar tu próxima despedida de soltera con tus damas de honor, amigas y hermanas. Regala esta camiseta personalizada para que todas tengan un exclusivo recuerdo para toda la vida”*.
2. Luego en el Administrador de la tienda ve a “Anuncio”s y seleccionas los anuncios que quieras modificar.
3. En “Opciones de Edición” selecciona “Editar descripciones”. Se abrirá una ventana donde pegarás las nuevas oraciones y escoge “Añadir al frente”. No olvides dejar un reglón libre para que quede separado del texto siguiente.

COPIA Y PEGA LAS
NUEVAS ORACIONES

Editar las descripciones de 2 anuncios

Añadir al frente ▼

Esta camiseta es el regalo perfecto para festejar tu próxima despedida de novia con tus damas de honor, amigas y hermanas. Regala esta camiseta personalizada para que todas tengan un lindo recuerdo para toda la vida”

Consejo profesional: no olvides incluir espacios entre el texto nuevo y el existente

Actualización de ejemplo



Esta camiseta es el regalo perfecto para festejar tu próxima despedida de novia con tus damas de honor, amigas y hermanas. Regala esta camiseta personalizada para que todas tengan un lindo recuerdo para toda la vida”

ESTRUCTURA



Esty no brinda opciones de estilo para destacar la información (no hay negritas ni itálicas). Para ser claros necesitamos una estructura con secciones bien diferenciadas, utilizar párrafos breves y uso de numeración o viñetas (bullets). La siguiente es una sugerencia de estructura que puedes usar:

ARGUMENTO DE VENTA

LINKS INTERNOS (pueden ir aquí o al final antes del contacto)

QUE INCLUYE

WHAT YOU GET / WHAT IS INCLUDED

CUIDADO DEL PRODUCTO

CARE INSTRUCTIONS

COMO HACER EL PEDIDO/ COMO DESCARGAR EL ARCHIVO

HOW TO ORDER / HOW TO DOWNLOAD

TIEMPOS DE PROCESAMIENTO / ENVÍO / DEVOLUCIONES

PROCESSING TIMES / SHIPPING / RETURNS

ACLARACIONES IMPORTANTES

DISCLAIMER / IMPORTANT NOTES

CONTACTO

CONTACT

ARGUMENTO DE VENTA

La primera parte de la descripción es la más importante de todas. Los buscadores, y ahora Etsy, leen los primeros 160 caracteres escaneando palabras clave que coincidan con las consultas de los compradores. También es lo primero que leerá tu cliente y, por lo tanto, el objetivo es captar su atención para convertir esa visita en venta. Aquí es donde tienes que desarrollar el argumento de ventas.

En el argumento de venta deberás incluir la definición del producto y cuál es su beneficio. Explicar el motivo por el cual deben comprar nuestro producto antes que el de la competencia, qué solución brinda o para quién sería un buen regalo, por ejemplo. Las frases más usadas en las descripciones suelen comenzar con este formato:

- Este “nombre del producto” es el regalo ideal para
- Nuestro “nombre del producto” es único porque
- Con este “nombre del producto” encontrará la solución perfecta para “este problema” (ejemplo: abrigar los chicos que van al colegio, transportar comida, organizar su casa, decorar un ambiente)

Puedes utilizar términos de marketing atractivos en la descripción del valor del producto:

ESPAÑOL	INGLÉS
- Gratis	- Free
- Garantizado	- Guaranteed
- Fácil	- Easy
- Increíble	- Amazing
- Descubra	- Discover
- Nunca	- Never
- Nuevo	- New
- Actuar	- Act
- Ahora	- Now
- Probado	- Proven
- Real	- Real
- Solución	- Solution
- Todo incluido	- Everything included
- Ahorra	- Save
- Instantáneo	- Instant

QUÉ INCLUYE

En esta sección explicarás todo lo que incluye la compra. Es mejor que tus clientes sepan todo lo que van a recibir para evitar malos entendidos y futuras reclamaciones.

- Dimensiones: alto, ancho y largo (usar pulgadas y centímetros)
- Forma (redonda, cuadrada, etc)
- Material (tipo de telas, metales, maderas, piedras, plásticos, etc.)
- Cantidad (cuántos ítems incluye la compra)
- Contenido (si es un planner por ejemplo, que secciones incluye)
- Terminaciones (pulido, natural, bañado en plata)
- Peso (en onzas y en kilos)
- Tipo de archivos (en digitales)
- Variaciones (recibirá el mismo producto en más de un formato, como por ejemplo una agenda imprimible puede ofrecer 4 formatos diferentes / tipos de hojas - carta, A4, A5 y A6)
- Aroma
- Sabor
- Lo que NO incluye (parte de la decoración de la foto, o elementos que acompañan al producto)
- Diferencias respecto al producto original (los colores pueden ser variar según el monitor por ejemplo, o si está hecho a mano seguramente cada producto tendrás sus singularidades y no será exacto al publicado)

INSTRUCCIONES DE CUIDADO

Describe como limpiar, tratar, manipular tu producto para que se mantenga en las mejores condiciones.

CÓMO HACER EL PEDIDO

Proporciona instrucciones sobre cómo pedir tus productos. Describe los pasos que debería realizar el cliente hasta hacer click en el botón de compra.

Por ejemplo, explica si es necesario seleccionar la cantidad y/o el talle antes de añadir al carrito. Si tienes la opción de añadir personalización, deberás incluir instrucciones detalladas sobre cómo dejar esa información.

CÓMO DESCARGAR EL ARCHIVO (SOLO DIGITALES)

Aquí se detalla paso a paso el camino que tiene que hacer el comprador para bajar su archivo.

Aunque es un proceso sencillo, Etsy tarda unos segundos hasta habilitar el botón de descarga y esto suele traer muchas preguntas. Por otro lado, si el cliente está usando la app de Etsy, esta **NO HABILITA LAS DESCARGAS DIGITALES**, y tendrás que avisarle que lo haga desde el navegador (en móvil o en ordenador). Todo esto debe estar bien explicado y si es muy recomendable ponerlo incluso como imagen dentro de las fotografías del producto.

TIEMPO DE PROCESAMIENTO Y ENVÍO

Si bien esta información aparecerá en otros lugares, es importante aclararla aquí, ya que es uno de los factores principales para convertir la visita en venta. Muchas veces el tiempo de procesamiento y de envío determinan si al cliente le conviene o no comprar nuestro producto según sus necesidades. En tiempos de fiestas es muy importante avisar sobre posibles retrasos o hasta que fecha nuestra tienda tomará pedidos.

Otras aclaraciones que puedes poner son las zonas de envíos. Por ejemplo, si solo vendes a los Estados Unidos o a la Unión Europea, lo especificaría aquí. "Solo pedidos a EE.UU."

Y por último es el lugar donde le pides que chequen bien sus datos. Puedes utilizar el siguiente ejemplo de párrafo en español y en inglés:

“Por favor, asegúrese de que la dirección en su cuenta de Etsy es correcta, ya que el artículo será enviado a la dirección vinculada a su cuenta. El tiempo de procesamiento estándar es de X a X días hábiles después de haber realizado su pedido. Si usted necesita su artículo más rápido, por favor envíeme un mensaje para ver si es posible. Todos los pedidos serán enviados por la empresa XXXXXXXXXX dentro de los 2-5 días hábiles a menos que usted actualice a la prioridad de envío 1-3 días hábiles. Usted recibirá un número de seguimiento tan pronto como su artículo ha sido enviado.”

“Please make sure the address in your Etsy account is correct as the item will be shipped to the address linked to your account. Standard processing time is X to X business days after you have placed your order. If you need your item faster, please send me a message to see if it is possible. All orders will be shipped by XXXXXXXXXXXXXXXX within 2-5 business days unless you upgrade to 1-3 business day shipping priority. You will receive a tracking number as soon as your item has been shipped.”

DEVOLUCIONES

Si aceptas devoluciones, especifícalo aquí. Explica cuáles son las condiciones necesarias para considerar que un producto puede ser devuelto y la manera en que deberá hacerlo. Asegúrate de aclarar el tema del monto a devolver, en que momento se hará efectivo y si hay gastos que el cliente deberá pagar.

ACLARACIONES IMPORTANTES (DISCLAIMER)

En esta sección deberás poner todo lo que te “protege” a ti. Por ejemplo, sobre la propiedad intelectual, si bien cada país tiene sus propias leyes, es importante mencionar el uso permitido que podrá hacer del producto, por ejemplo, si tus artículos son para uso personal o comercial.

También es importante mencionar cuál es el uso correcto del producto. En archivos digitales mencionar por ejemplo que solo puede ser usado con tal programa evita muchos malentendidos.

CONTACTO



Tienes que hacer sentir a tus clientes lo suficientemente cómodos como para que si tienen una pregunta sobre tu producto, pueden enviarte un mensaje. Aquí puedes setear las expectativas del tiempo de respuesta o los horarios en los que puede contactar y recibir una respuesta de la tienda.

LINKS INTERNOS Y EXTERNOS



Etsy no habilita el link cuando pones una dirección externa a la tienda. Y algo de razón tiene. Etsy quiere que el cliente solo navegue dentro de su plataforma para mantenerlo el mayor tiempo posible dentro de nuestra tienda. Evita poner links a tu cuenta de Instagram o Pinterest en la descripción porque estarás desviando la atención del cliente y puedes perder el momento de compra.

Por este mismo motivo, es muy recomendable poner links internos a secciones o a la página central de nuestra tienda. No hay un lugar fijo donde ubicarlo, puedes ponerlo al final de la descripción o justo debajo del primer párrafo de venta cuando ofreces, por ejemplo, variaciones del mismo producto o combinaciones posibles con otros.

Tipos de links que puedo incluir

1. A la home de la tienda (para que vuelva a explorar)
2. A la sección del producto. Para eso debes estar en la sección, no en el producto, y copiar el link de la barra del navegador.
3. Al producto que combina con el anunciado. Cuando vendes por ejemplo joyas que combinan y forman un set puedes sugerir que otros productos hacen juego con ese.
4. A set o bundle que incluyan al producto.

Para incluir links y que queden más prolijos puedes usar páginas gratuitas como <https://bitly.com/> que te acortarán el link de Etsy.