

Los microcopies, la nueva clave para mejorar la experiencia de usuario en marketing digital

Utilizar las palabras de modo adecuado, adaptándolas al contexto y a los interlocutores, se ha vuelto una necesidad para las marcas que quieren conectar con sus públicos. Los mensajes en marketing cada vez están más pensados y centrados en atraer la atención del consumidor de una forma sutil y emocional. En este contexto, surge el microcopy

¿Qué es un microcopy?

Se trata de fragmentos de texto pequeños que guían la experiencia del usuario a través de una web, una app, un email, etc. “Cada una de estas piezas, por pequeña que sea, ha de tener en cuenta el contexto del usuario y el tono de la marca para crear una combinación que sea útil, concisa y breve”, asegura Natalia Bergareche, responsable de Marketing en la consultora digital We Are Marketing. “Un microcopy es, por ejemplo, aquel texto que pone en valor el beneficio del usuario. En lugar de ‘Suscríbete’, un buen copy sería ‘Accede a contenido exclusivo’”, indica Bergareche.

En definitiva, se trata de textos que ayudan al usuario y hacen que su experiencia sea mucho mejor. En este sentido, Dani Riera, UX Manager de We Are Marketing, también apunta que “hay que tener en cuenta otros aspectos de la navegación que permitan optimizar los microcopies. Aspectos como que el ojo humano se mueve una vez cada 20 y 40 milisegundos analizando la información y creando un mapa mental de lo que tiene delante o que nuestro cerebro es capaz de procesar una media de siete elementos reconociendo su significado y conectado esa información con aquello que ya sabemos, ayudarán en la toma de decisiones de el qué y el cómo debemos realizar este tipo de piezas”.

El uso de los microcopies es, además, aplicable a los paid media. “Es una forma innovadora y creativa de llamar la atención y mostrar al usuarios los beneficios del producto o servicios. Crear anuncios más impactantes y con un mayor calado, ayudará a aumentar la interacción con los mismos y a obtener mejores resultados”, indica Antoni Saurina SEO y SEM Manager de We Are Marketing.

Los objetivos de los microcopies

Incrementar la conversión. La principal finalidad de una web es conseguir que el usuario realice una determinada acción; por ejemplo, suscribirse a una newsletter o comprar un producto. Las palabras le ayudan a encontrar ese camino y realizar la acción que se busca. Según la experiencia de algunos expertos estas conversiones pueden aumentar hasta un 150% con el uso de microcopies.

Aumentar la confianza. Todos los textos son importantes también para conseguir que el usuario se fíe de lo que está viendo o haciendo. Si está bien explicado, no surgirán dudas.

Ayuda a reducir la tasa de abandono en una página web. Es habitual que a la hora de interactuar con una web o una aplicación surjan dudas que si no quedan resueltas pueden provocar que los usuarios abandonen. Si se encuentran complicaciones, nunca se llega a realizar la acción deseada.

Explicar errores. Si el usuario no puede introducir la contraseña, una ventana con un microcopie le explica lo que ha pasado. Esta pequeña pieza de contenido hará que el usuario se sienta más tranquilo e informado.

Por otro lado, se trata de un tipo de textos que ayuda a las marcas a mejorar su branding. "Hay que tener en cuenta que todo va caminando hacia la hipercustomización y el copy es parte de este proceso. Con el apoyo de algoritmos, machine learning e Inteligencia artificial llegaremos a trabajar con un lenguaje muy adaptado a cada usuario en un futuro cercano", indica Ricardo Vivaldi, Creative Manager de We Are Marketing. De esta forma, las compañías conseguirán retener al usuario dándole a conocer de forma clara y directa la información que está buscando, incluso en redes sociales donde "el microcopy guía al usuario hacia un objetivo específico proporcionándole información relevante", asegura Natasha Gingles, International Projects & Social Media Director de We are Marketing.

Datos de contacto:

Ana de Quinto
649 56 82 05

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>