

Copywriting web (PYMES) *Boutique de ropa de ocasión*: Velvet Boutique — Moda para eventos de mujeres jóvenes en Monterrey

Problema: Copy genérico que no diferenciaba la boutique de las tiendas de cadena ni comunicaba la experiencia de compra única que ofrecen.

PARTE 1 — REESCRITURA DE HOME

Meta title actual:

Velvet Boutique | Tienda de ropa de mujeres

Meta title corregido:

Velvet Boutique | Moda para eventos en Monterrey

Añade la keyword de intención transaccional "moda para eventos" que es exactamente lo que busca una mujer joven.

Metadescripción:

Vestidos y outfits para bodas, graduaciones y eventos especiales en Monterrey. Piezas únicas que no encontrarás en ninguna cadena. Visítanos en Zona Centro o compra en línea.

"Piezas únicas que no encontrarás en ninguna cadena" es el diferenciador más poderoso frente a Liverpool o Zara y debe estar desde la metadescripción.

H1 actual:

Bienvenida a Velvet Boutique

H1 corregido:

Ropa para eventos en Monterrey para mujeres que quieren verse únicas

Subtítulo actual:

Tenemos las últimas tendencias en moda femenina para toda ocasión.

Subtítulo corregido:

Vestidos y outfits para bodas, graduaciones y eventos especiales. Piezas seleccionadas a mano, tallas inclusivas y asesoría de imagen sin costo en tienda.

CTA actual:

Ver catálogo

CTA corregido:

Encuentra tu outfit perfecto

H2s actuales (genéricos y sin diferenciación):

- Nuevos ingresos
- Categorías
- Síguenos en Instagram

H2s corregidos:

- ¿Tienes un evento especial y no sabes qué ponerte?
- Outfits para cada ocasión
- Por qué Velvet es diferente a cualquier tienda
- Lo que dicen nuestras clientas
- Visítanos o compra en línea desde Monterrey

Nota de decisión sobre el H2 "Por qué Velvet es diferente": Este H2 es el más importante de la home porque es donde se rompe la objeción principal: "¿por qué

comprar aquí y no en Liverpool?" El contenido debe responder esa pregunta directamente con tres o cuatro diferenciadores concretos: piezas únicas, tallas inclusivas, asesoría de imagen, atención personalizada. No basta con decir "somos diferentes", hay que demostrarlo.

PARTE 2 — REESCRITURA DE PÁGINA DE PRODUCTO

Producto de ejemplo: Vestido midi floral con escote en V para bautizos

Nombre del producto actual:

Vestido floral ref. VB-2024

Nombre del producto corregido:

Vestido midi floral con escote en V — ideal para bodas y eventos de día

El nombre del producto es también el H1 de esa página. Debe incluir el tipo de prenda, el detalle más atractivo y el contexto de uso. Así posiciona en búsquedas como "vestido para boda de día Monterrey" y además le dice a la clienta en dos segundos si ese vestido es para ella.

Descripción actual:

Hermoso vestido floral disponible en tallas S, M y L. Material: 100% poliéster. Colores: azul y rosa.

El problema es claro: describe la prenda como si fuera una ficha técnica. No hay emoción, no hay contexto, no hay razón para comprar.

Descripción corregida:

Hay bodas que piden elegancia discreta y este vestido lo sabe. El estampado floral en fondo azul marino se mueve con gracia, el escote en V alarga la figura y el corte midi

es lo suficientemente formal para la ceremonia y lo suficientemente cómodo para bailar hasta tarde en la recepción.

Perfecto para bodas de día, cenas de gala y graduaciones donde quieres destacar sin esfuerzo.

Disponible en tallas S a XL. Si tienes dudas sobre la talla, escríbenos por WhatsApp y te asesoramos antes de que compres.

Notas de decisión sobre la descripción:

Por qué arranca con "Hay bodas que piden elegancia discreta": en lugar de describir la prenda, la descripción abre con el momento emocional en que la clienta va a usarla. Eso genera identificación inmediata y activa la imaginación antes de ver los detalles técnicos.

Por qué menciona el baile: "lo suficientemente cómodo para bailar hasta tarde" resuelve una objeción real que tiene toda mujer al comprar un vestido de evento: ¿podré estar cómoda toda la noche? Se resuelve sin que la clienta tenga que preguntar.

Por qué el CTA de WhatsApp en la descripción: una boutique independiente tiene una ventaja que Liverpool nunca tendrá: atención personalizada real. Ese CTA la convierte en parte del copy y diferencia la experiencia de compra de forma concreta y creíble.

Por qué mencionar el contexto de uso: "bodas de día, cenas de gala y graduaciones" son keywords de cola larga que posicionan la página en búsquedas específicas. Una mujer que busca "vestido para graduación Monterrey" puede llegar directamente a esta página si el copy incluye esa keyword de forma natural.