

GARANTICE EL ÉXITO

*de su campaña de
email marketing.*



publicar[®]



Introducción

El email es una de las herramientas más básicas que las personas usan para comunicarse en internet. Este medio digital bien manejado puede ser bastante exitoso para los negocios. Sin embargo, la mayoría de empresas cometen muchos errores cuando usan el email para crear relaciones duraderas con sus clientes.

¿Cuántos emails empresariales recibe usted a la semana? ¿Cuántos de ellos lee?

Tanto los avances de la comunicación digital, el surgimiento de nuevas fuentes de información y conexión social, como la evolución de los dispositivos móviles volvieron al cliente más poderoso y selectivo frente al bombardeo de información.

Ya no se trata de abarcar la mayor cantidad de destinatarios posibles (como se creía y acostumbraba antes), ahora, el objetivo es entregar la cantidad adecuada al destinatario correcto.

En este Ebook aprenderá sobre buenas prácticas que garantizarán el éxito de su campaña de Email Marketing.

Ingrid Zúñiga Enríquez
MBA en Marketing y Comunicación integrada
@IngridMarketing



publicar[®]

Índice

Compartir este eBook



1. ¿Por qué las relaciones a través del email pueden ser más efectivas?

2. Errores frecuentes en campañas de Email Marketing

3. Elementos básicos para realizar una campaña de Email Marketing

4. Emails relevantes = Campañas exitosas

5. Consejos técnicos



publicar[®]



¿Por qué las relaciones a través del email pueden ser más efectivas?



1. ¿Por qué las relaciones a través del email pueden ser más efectivas?



Se trata de un medio personal y permiten una forma de contacto directa y profunda.



Las personas ya tienen esta herramienta incorporada a sus vidas.



Gracias a los dispositivos móviles, la mayoría de usuarios revisan con frecuencia los mensajes que recibe.



Cuando el usuario abre el email, el emisor recibe la atención exclusiva a su mensaje (a diferencia de las redes sociales donde existe una mayor distracción).



Los emails son revisados con mayor atención y permiten la revisión futura del mismo.



Sin embargo, las mismas características del email y las ventajas mencionadas hacen que los usuarios sean muy selectivos, por lo cual, si reciben algo inútil se sentirán invadidos; el efecto negativo será que los usuarios ignoren los emails o los marquen como SPAM.





2



Errores frecuentes en campañas de Email Marketing



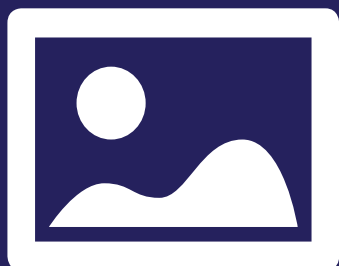
2. Errores frecuentes en campañas de Email Marketing



El email marketing NO funciona cuando NO es bien utilizado. Además, solamente funciona cuando es relevante para quien recibe la información. Los errores más comunes son:

Omitir la regla principal: la autorización. Envíe correos únicamente a quienes se suscribieron a su lista y aceptaron recibir información. Abusar de la bandeja de entrada de sus clientes, no sólo lo puede enviar su correo al SPAM, sino que también, puede dañar la buena imagen de la empresa.





Enviar sólo imágenes como contenido. Gran parte de los servicios de emails usan, como patrón, el bloqueo de imágenes. Exigir un paso más (clicar para descargar la imagen y visualizar el mensaje) puede causar que el lector abandone el correo y regrese a la bandeja de entrada.

No escoger bien el mensaje del asunto. Como se ha dicho anteriormente, el cliente tiene el poder de seleccionar. Un mensaje poco atrayente hace que ese email salga de las posibilidades de ser abierto. Evite asuntos obvios como: “abra este correo”.



Escoger contenidos irrelevantes. Se debe evitar la autopromoción constante y entregar contenidos relevantes, que agreguen valor. Algunas estrategias incluyen envío de Ebooks, artículos de interés, estudios de caso, o promociones personalizadas basadas en el comportamiento del lector. (Descargue nuestro E-book sobre Marketing de contenidos).



Elementos básicos para realizar una campaña de Email Marketing



3. Elementos básicos para realizar una campaña de Email Marketing

-----● El Email Marketing se puede desarrollar para preparar a un Lead y luego direccionarlo a la compra.

Por ejemplo: Dana Obleman es una psicóloga infantil que vende programas por internet para que los padres enseñen a sus bebés a dormir toda la noche. La primera estrategia de la psicóloga es atraer leads a través de sus campañas en Google Adwords. Una vez el lector hace clic, en el anuncio o en el resultado de la búsqueda, llega a una Landing Page donde la doctora, a través de un formulario, hace una pequeña consulta “personalizada” de la situación del niño. Para ver los resultados y los consejos, el lector debe dejar su correo electrónico donde recibirá el primer análisis. El lenguaje del email hace que el lector se sienta identificado con la situación (a pesar de ser emails robotizados dan la sensación de que fuesen personalizados).



Diariamente, Dana (o su sistema de email marketing) envía
- - - - -● consejos sobre el sueño a los padres, dejando en ellos el deseo de aprender más.



Al término del octavo o noveno día, la doctora envía una promoción para que los ansiosos padres compren uno de los programas que ofrece (libros, asistencia remota, coaching a través de videos, etc). Dana Obleman, en este punto, ya ha creado una relación íntima con los padres y estos, gracias a la confianza, acceden a la compra.

En el ejemplo anterior se puede visualizar que la estrategia de una campaña de Email Marketing consiste en:

- ✉ Segmentación de la lista de envío: el lector autoriza y espera el email.
- ✉ Preparación del Lead a través de contenidos relevantes.
- ✉ Envío secuencial de material educativo.
- ✉ Uso de un lenguaje personalizado
- ✉ Segmentación del contenido escogido, de acuerdo al perfil del lector.
- ✉ Envío de una promoción de interés para el lector.
- ✉ Emails de servicio pos-compra para fortalecer la conversación vía email.

4



Emails relevantes

=

Campañas exitosas

4. Emails relevantes = Campañas exitosas



El objetivo del email marketing es aproximar la empresa al cliente. Cuando la empresa mantiene una relación cercana, educando al cliente potencial con temas interesantes, logra generar demanda y gana credibilidad y confianza.



El secreto es entender los intereses y el momento de compra que atraviesa el cliente potencial, para eso se debe utilizar una buena estrategia de segmentación. Dicha segmentación se puede hacer por la fuente de tráfico, por el cargo, por la empresa, por el tipo de contenido con el que el lector tuvo interacción o por algún dato relevante que el lector haya dejado.



Las campañas de Email Marketing exitosas personalizan el mensaje, desde el nombre hasta los temas de interés. Con ayuda de softwares especializados es posible segmentar las listas, personalizar los emails con los nombres y crear una secuencia de emails programada.



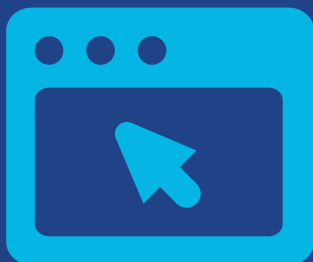
Toda campaña debe tener un Call to Action (llamado a la acción). En cualquier parte del email debe existir una invitación a realizar una acción de conversación: visitar su blog o site, seguir sus redes sociales o bajar algún material. Verifique que todos los enlaces de su email funcionan correctamente.



Consejos técnicos



5. Consejos técnicos



A la hora de diseñar el template sea simple. Hacer la diagramación para una página web es muy distinto que hacerla para un email.



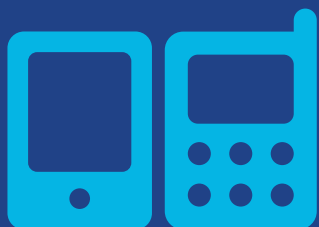
Las personas no leen, escanean. Muchas personas solo “ojean” los emails, ponen atención a lo que les interesa y salen. Use títulos, subtítulos, incluya enlaces y destaque palabras importantes con negrilla.



Tenga cuidado con el uso de las imágenes. Deje el contenido entendible en caso de que los destinatarios no descarguen la imagen. Procure dejar el texto a la izquierda y las imágenes de apoyo a la derecha



En general, se recomienda el uso de HTML y, en casos avanzados, de CSS. Evite códigos que sean difíciles de leer en algunos dispositivos móviles como Flash o Javascript.



Adapte sus correos para que sean fácilmente leídos en cualquier tipo de dispositivos móviles. Haga pruebas antes de enviar.



Mida y analice cuáles estrategias fueron más exitosas, qué tipo de mensaje en el asunto cautivó más para abrir el email y qué contenido obtuvo mayores descargas.



¡Ponga en práctica todos estos conocimientos en su campaña de Email Marketing y obtenga buenos resultados!





En Publicar le brindamos la asesoría y el acompañamiento que su negocio necesita para conseguir contactos efectivos de negocio.

-• e-commerce
-• soluciones web
-• estrategias de tráfico web mobile marketing
-• presencia en principales medios de consulta nacionales

**SOLICITE UNA
ASESORÍA GRATUITA**





¡Gracias por Descargar nuestro ebook!

Ahora lo invitamos a suscribirse a nuestro blog para
recibir el mejor contenido de Marketing Digital

suscribirse a blog.publicar.com

