

# PROCEDIMIENTO PARA REDACTAR NEWSLETTER / EMAIL PROMO

[OBJETIVO](#)

[PROCEDIMIENTO](#)

[MODELO DE EMAIL DE NUTRICIÓN](#)

[ARTÍCULOS RELACIONADOS](#)

## OBJETIVO

La acción busca nutrir a los contactos obtenidos que no compraron aún, para generar conocimiento sobre nuestras otras líneas de productos (paneles). Como objetivo secundario queremos dar a conocer nuestro blog y redes sociales para que sigan al tanto de nuestras novedades.

Es importante que los esfuerzos siempre estén alineados al objetivo principal de campaña para que se vuelvan más efectivos.

Este mismo procedimiento puede completar/complementarse con una Nutrición en 3 pasos para crear un camino de conversión efectivo y no tratarse de emails o acciones aisladas.

Siempre recordar que se adapte a mobile.

## PROCEDIMIENTO

Para realizar la tarea de propuesta de un newsletter o email promo, primero debemos definir el [Buyer Persona](#) a quien vamos a destinar la acción, el contenido u oferta que buscamos promocionar junto con el CTA a utilizar (**en función del paso del buyer Journey que buscamos nutrir**).

Es importante que los esfuerzos siempre estén alineados al objetivo principal de campaña para que se vuelvan más efectivos.

## MODELO DE EMAIL DE NUTRICIÓN

**Fecha de envío:** XXXX

**Destinatario s/acción:** enfocado a los contactos obtenidos desde XXX que hayan realizado la acción XXX ( por ejemplo, consultado o pedido cotización en lo últimos dos meses. )

**micro-Objetivo:** queremos que descarguen las oferta XXX o soliciten una llamada por un asesor.

**Subject:**

**Opción 1:** (NOMBRE) ¿Seguís buscando una solución para tus proyectos de iluminación?

**Opción 2:** (NOMBRE) Descubrí qué aspectos no podés pasar por alto al comprar luces LED

**Contenido:**

Hola (NOMBRE),

En XXX queremos seguir ayudándote para que tomes la mejor decisión a la hora de elegir tus luminarias LED.:

Es por eso que hoy queremos compartir con vos un artículo de blog que seguro te ayudará a evaluar varios aspecto sobre las luminarias LED para que puedas realizar una compra bien informado y al mejor precio.

NOTA: ¿Qué debo tener en cuenta antes de comprar iluminación LED?

Además queremos contarte nuestra nueva oportunidad del mes:

Abril viene con lo mejor en Paneles LED. Los mismos vienen en sus diferentes modelos y formatos que mejor se adapten a tus ambientes: para empotrar, colgar o montar en techos y paredes. Son ideales para iluminar espacios de poca altura ya que lo mismo son ultra chatos y no requieren de mayores espacios internos.

**>Conocé todos los modelos disponibles y precios haciendo click acá< [CTA]**

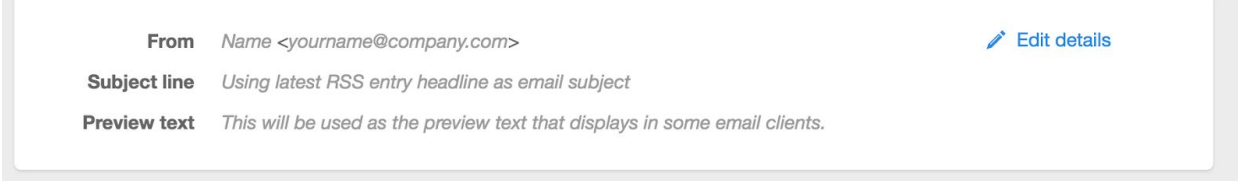
Seguinos en nuestras redes sociales para estar al tanto de lo último en tecnología de iluminación LED y las ofertas que están por venir.

(Facebook y Twitter)

## EN HUBSPOT

Podemos aprovechar el marketplace de templates que ofrece hubspot o utilizar el propio en caso de que se haya desarrollado en la tarea NEWSLETTER/EMAIL PROMO TEMPLATE. Crearemos el nuevo email en la sección de CONTENIDOS/ EMAIL ya sea partiendo desde cero como utilizando cómo base un envío anterior y clonandolo.

**CUIDADO: recordar editar todos los campos que debemos completar.**



**From** Name <yourname@company.com> [Edit details](#)

**Subject line** Using latest RSS entry headline as email subject

**Preview text** This will be used as the preview text that displays in some email clients.

Editar el responsable del envío (que coincida con quien lo firma dentro del contenidos), el título y el texto de visualización (similar a una metadescripción)

### Email settings

#### Internal email name [?](#)

Instant notification email for blog "Clientes: Casos de Éxito de Andimol"

#### Campaign [?](#)

Select a campaign

Add new

#### Email type [?](#)

Select an email type

### Web version

#### Enable web version

Create a shareable web version of your email (this will be a stand-alone web page).



#### Web version information

Edit web version contents

Definir el nombre interno del email que tenga que ver con el objetivo que buscamos obtener y la audiencia quien está destinada. Por ejemplo, BP para producto X [ Pymes/ nuevos planes]

Recordar siempre alinear con el tipo de email [marketing/ventas] y campaña a la que contribuye.

Habilitar la versión web siempre es un buena opción para aquellos usuarios que tengan ciertas restricciones de imágenes o adjuntos en sus navegadores.

## **ARTÍCULOS RELACIONADOS**

<https://blog.hubspot.com/marketing/guide-creating-email-newsletters-ht#sm.0001or1o2va4qf8aplq1z006wasw5>

<https://forprofitblogging.com/50-ideas-to-make-your-blog-newsletter-the-best/>

<http://buzzsumo.com/blog/7-effective-techniques-better-email-marketing>

<https://webflow.com/blog/8-email-marketing-best-practices>

<http://www.emailmonday.com/email-marketing-future>

<http://www.superoffice.com/blog/email-marketing-strategy/>