



Email Marketing: Primeros pasos para lograr campañas exitosas.

pulsión

digital

PRIME



Rocio Zorrilla

Perfit Email Marketing

"Soy una de las varias entusiastas del Marketing Digital, especialista en buenas prácticas del Email Marketing."

pulsión

digital

PRIME

Hagámoslo correctamente.

Mejora la comunicación con tu público

Vamos a hacer un recorrido sobre las dos verticales más importantes a la hora de hacer envíos masivos, de esta manera nos aseguraremos de que sabemos lo que estamos haciendo, y sabemos mejorar la estrategia. Es muy sencillo!

Cuáles serán nuestros objetivos:

Conocer los primeros pasos para hacer un envío de campaña perfecto, conocer el porqué de la importancia de tener un correo con dominio propio. Dominar las buenas prácticas, y conseguir cada vez mejores resultados.

01

ABC's

- Base de datos.
- Dominio Propio
- Diseños Efectivos
- Automations

02

Buenas Prácticas

- Dominio Verificado
- Frecuencia de Envíos
- Call To Action
- Segmentación Efectiva



pulsión
digital
PRIME

Comencemos

¿Qué es el Email Marketing?

01

El Email Marketing es la técnica de poder enviar nuestras novedades, y publicidades a nuestro público de manera sencilla, abordolos a todos de un sólo envío, o segmentando según sus interacciones e intereses.

02

Plataformas:

Por lo general, cuando alguien se registra en una plataforma como usuario, se busca que puedan crear sus campañas de manera Autogestiva. Dándole al cliente la independencia de que pueda crear las campañas a gusto sin necesidad de un equipo extra. Además, solemos contar con un gran equipo de soporte que está listo para responder a sus consultas.

03

Dominio Propio

Dominio Propio: Es decir, "correo@tuempresa.com" gracias a esto, vamos a poder hacer los envíos de forma segura, y en nombre de nuestra empresa, logrando así no sólo una imagen más profesional, sino también, cuidando nuestra reputación.

Base de Datos

No es muy difícil adquirir los correos de nuestro público si lo hacemos de manera estratégica, pero la misión no termina ahí, debido a que una vez que tengamos la información, debemos saber como emplearla y sacar el mayor provecho para alcanzar y superar nuestros objetivos :)

¿Cómo conseguirla?



¿Cómo abordarla?



¿Cómo fidelizarla?



Base de Datos

¿Cómo conseguimos la base de datos?

01

Formularios: No es novedad que los formularios son nuestro caballito de batalla, en muchas ocasiones, como por ej. los de E-Commerce, aprovechan esta herramienta en un contexto de "Suscríbete y recibe una Gift Card!", así estás premiando al usuario por facilitarte su contacto. ¿Recomendaciones? No pidamos demasiada información de un tirón, y si podemos tener en cuenta la fecha de cumpleaños, ¡Espectacular!

¿Cómo encaramos a nuestros contactos?

02

Una vez que tenemos a nuestra base, ya sea con el tiempo, con el formulario, o por sus compras, etc. Podemos abordarlas de acuerdo a un montón de cosas, como por ej. Categoría de la tienda favorita, Interacciones, Visitas, Clicks, y mucho más. Para eso, es importante trabajar con sus Intereses combinándolos con códigos de reemplazo para poder personalizar la campaña, y así hacerla mucho más relevante para quien está del otro lado recibiendo el mensaje.

03

¿Cómo los fidelizamos?

¡Sencillo! Una vez que tenemos su correo, sus intereses y su nombre, ponemos las manos a la obra. Crearemos un diseño atractivo, usaremos su nombre, y le mostraremos el contenido que quiere recibir, ¡Justo cuando lo quiere recibir! Eso sí... Sin irse de mano con la frecuencia, a nadie le gusta recibir una lluvia de correos promocionales.

Ejemplo de un buen Formulario



Alfonso Alcántara @yoriento

#SUPER PROFESIONAL

TÓMATE TU VIDA PROFESIONAL
COMO ALGO PERSONAL

6 SUPERPODERES
PARA APROVECHAR
TU TALENTO Y
ALCANZAR TUS
OBJETIVOS

"Algunos es el coaching
lo que le falta a la carrera.
Si él no consigue hacerlo,
mejor nada más lo hace."
Del primer es un libro de
Alfonso Alcántara

PRIMER CAPÍTULO
GRATIS PARA TI.

Suscríbete y descarga el primer capítulo
íntegro de #SUPERPROFESIONAL.

En este ejemplo podemos ver lo anteriormente mencionado, estamos ofreciendo una recompensa a nuestro público por dejarnos su información, ya que no siempre hay intenciones de compartir datos.

Fuente: <https://www.mdirector.com/email-marketing/incluir-formulario-suscripcion.html>

Diseños Efectivos

El tema no es pasar toda una tarde diseñando, el tema es tener claro el objetivo, una vez que esto esté, el resto va a ser mucho más sencillo. Aunque sí, es recomendable hacerlo con tiempo para maniobrar.



Diseños Efectivos



Tenemos varias cosas a tener en cuenta, lo primero que muestra, es el beneficio del Envío Gratis, seguido de un menú con distintos botones para conseguir visitas, y luego, claramente, el Descuento bien destacado!

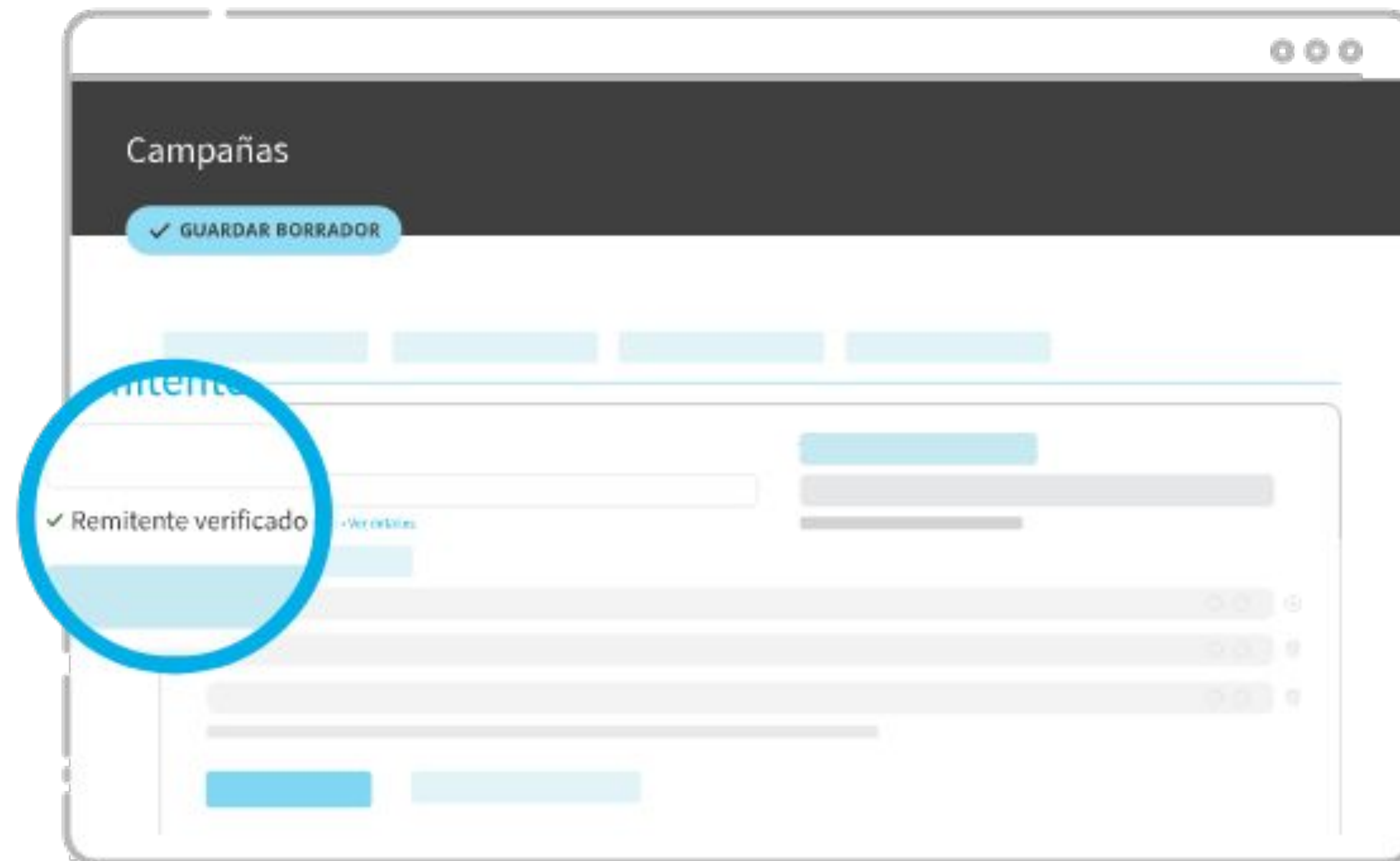
También agregan el factor "Por tiempo limitado", lo cual puede acelerar tranquilamente el proceso de ventas.

Fuente: <https://blog.myperfit.com/aduenate-del-hotsale/>

Correo con Dominio Propio

¿Para qué un remitente de dominio propio? Esto es un punto importantísimo, porque es la única manera de validar que la empresa verdadera es quien envía los correos, esto está bien visto por los servidores públicos de email (Gmail, Outlook, etc).

Para esto vamos a necesitar configurar nuestro correo una vez que lo registramos.



No se preocupen... Es súper sencillo, más cuando te podemos dar una mano para realizarlo :)

[Ver más](#)

Automations

Acá vamos a hablar un poco de nuestros favoritos... Esta clase de correos nos habilita a ganar tiempo, automatizar muchos procesos y ya no tener que encargarnos de temas que puedan tomarnos parte del día.



¿Qué opciones tenemos?

Bueno, hay muchísimas opciones, pero veamos algunas de ellas...

Comprador Frecuente

Tenemos la oportunidad de premiar a quienes se mantienen fieles a nuestra marca de forma automática, seleccionando período de tiempo, inversiones, y demás.

Remarketing de Visita

Enviaremos la campaña al visitante, haciendo hincapié en las categorías que visitó, mostrándole una vez más los productos que le interesaron.

Recupero de Cliente Dormido

Llamemos una vez más la atención de quienes eligieron nuestra marca en el pasado. ¡Podemos ofrecerles alguna oferta especial, o darles un adelanto de las novedades!

Bienvenida por Suscripción

Aprovechamos la gran oportunidad de abordar al que recién se suscribe, para enviarle una promoción desde una bienvenida y atraer a esta persona a la tienda de nuevo :)

Saludo de Cumpleaños

Utilizamos la fecha de cumpleaños proporcionada por el contacto para hacer campañas que funcionan los 365 días del año para saludarlos individualmente en su día especial.

Pedido de Calificación

Es muy importante saber qué opinan nuestros clientes de nuestra tienda, productos, atención, etc. Así que aprovechemos la oportunidad de preguntarles.

Buenísimas Prácticas

Dominio Verificado

01

Una de las prácticas más importantes, es poder tener autenticado nuestro correo, de esta manera nuestros envíos serán más seguros, y tendrán mejores resultados.

Frecuencia Adecuada

02

Debemos respetar tener una frecuencia adecuada para nuestros contactos, ya sabemos que no es muy agradable sentirnos bombardeados de correos... ¿Verdad?

Call to Action

03

Sabemos que un buen diseño, traerá buenos resultados, lo vimos anteriormente. Pero es importante saber cómo acomodarlo para que llame la atención.

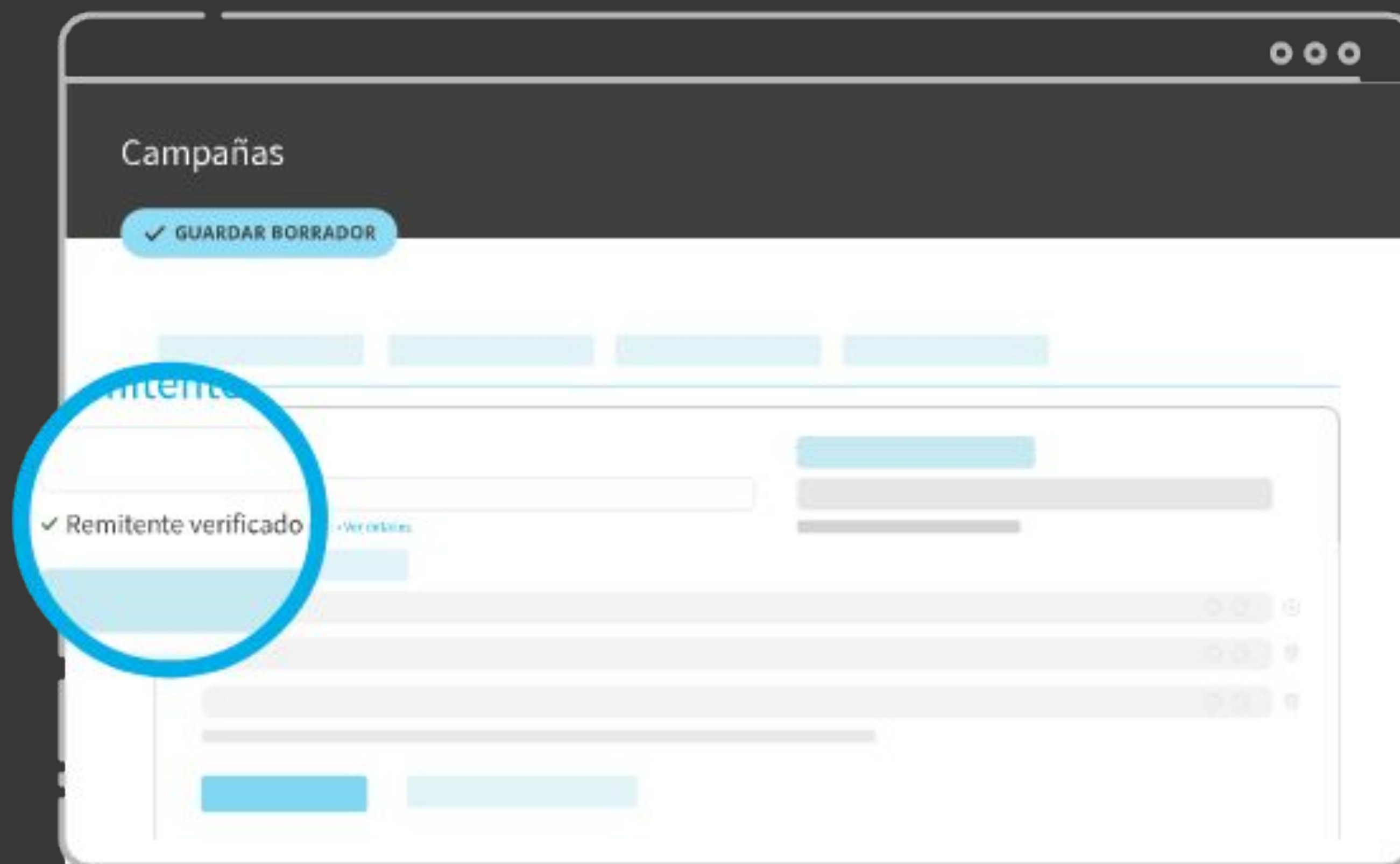
Segmentación Efectiva

04

Otra de las maneras de hacer envíos personalizados, es saber qué enviarle a cada contacto, y en qué momento.

Dominio Verificado

Una vez que tenemos nuestro dominio propio, es importante que podamos autenticarlo, esto se realiza sencillamente desde el panel de control del hosting seleccionado, es muy sencillo de hacer, no necesitás a alguien de desarrollo que lo haga por vos, y además, podés hacerlo con la ayuda del soporte de la plataforma.



Frecuencia Adecuada

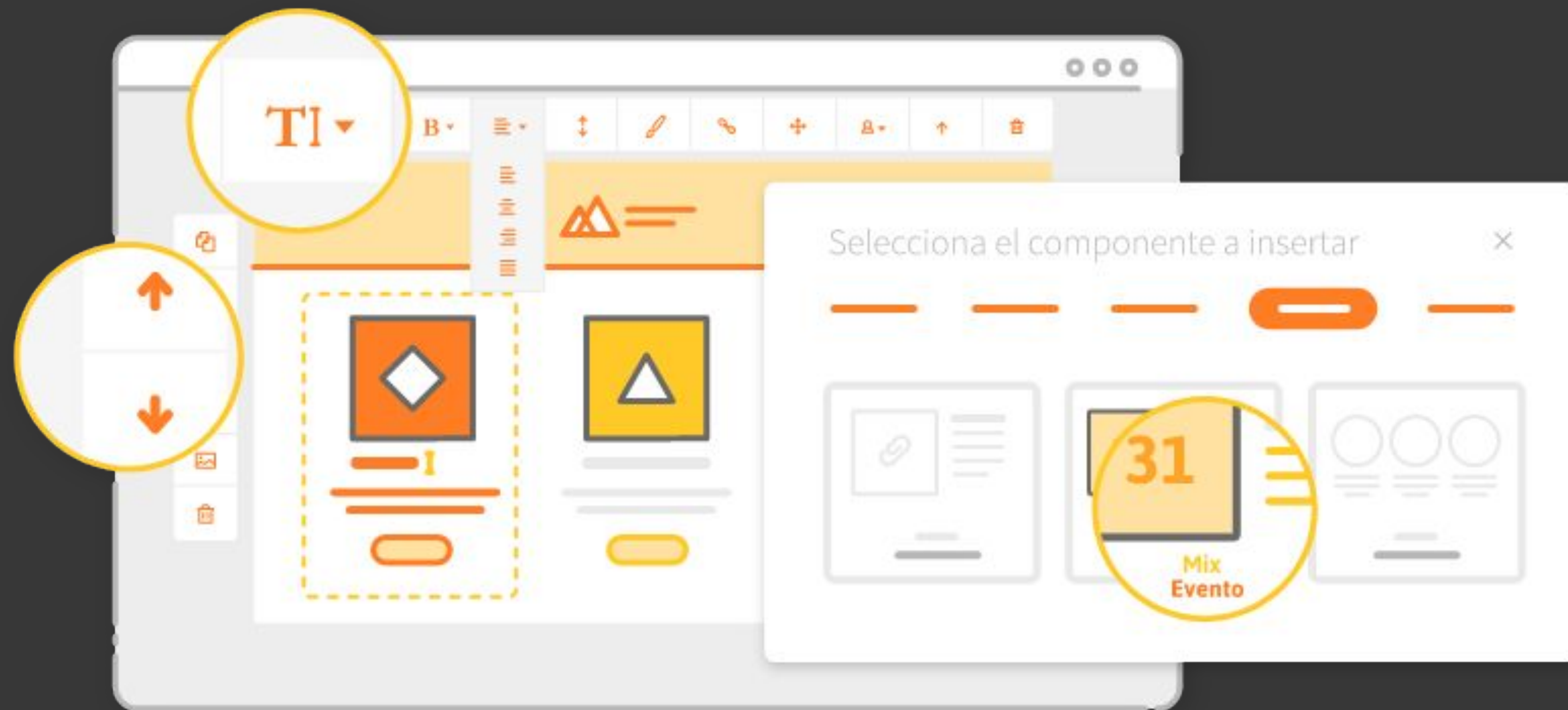


Es importante respetar una frecuencia, para no pasar desapercibidos, ni para pasarnos de la raya invadiendo el buzón de entrada de nuestros suscriptores. Esto se va a conseguir haciendo distintos envíos, en distintos horarios y con distintos asuntos. Así podremos conocerlos y saber qué horario genera mejores resultados.

Es importante tener en cuenta que en fechas relevantes, como Navidad, CyberMonday, etc. Es ideal enviar más correos de lo habitual, así que vamos a hacerlo sin miedo.

Call To Action

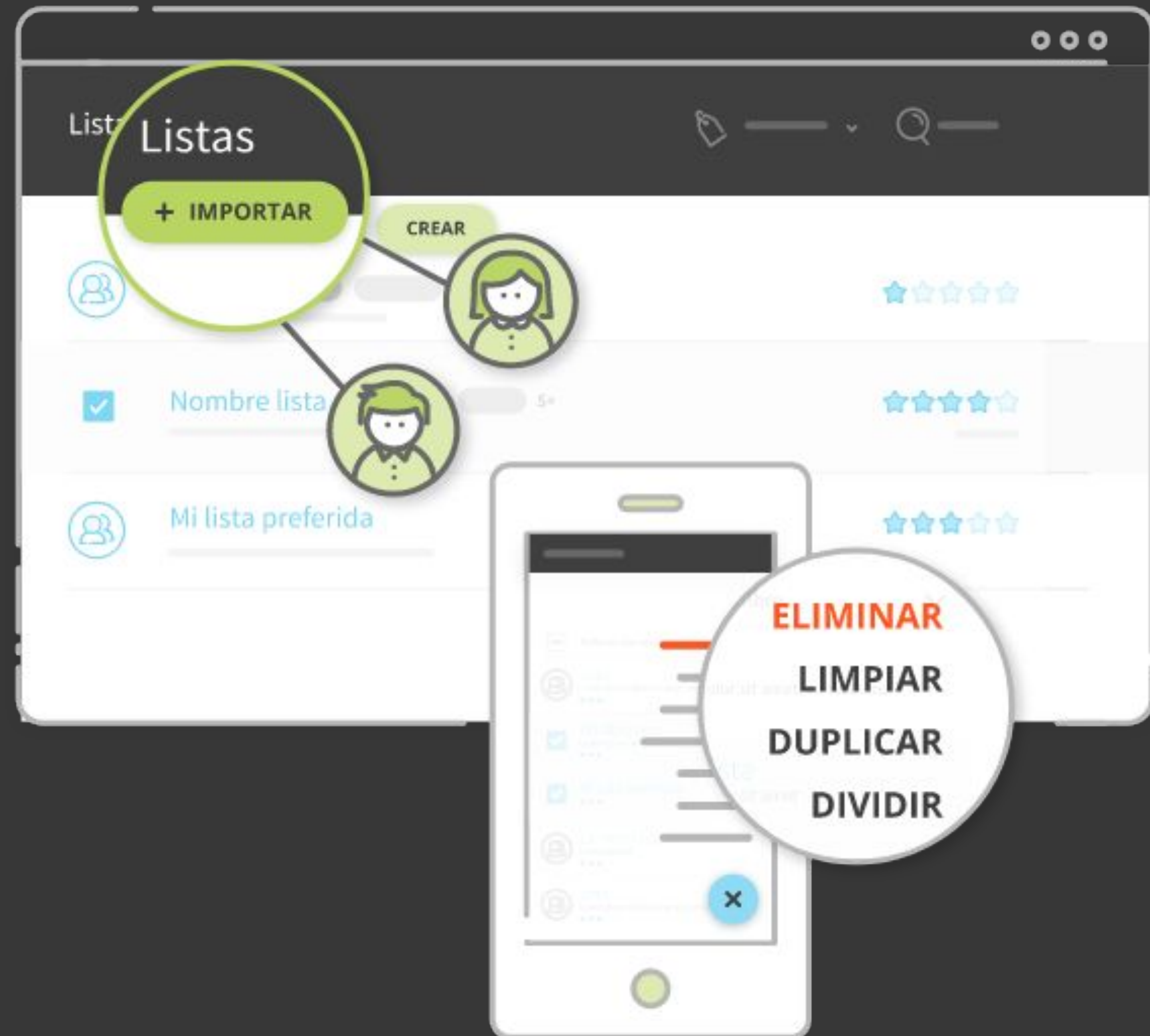
Si bien la parte estética del diseño es importante, es muy importante también tener en cuenta que si vamos a compartir mucho contenido, puede que se pierda nuestro llamado a la acción entre mucha información que puede ser relevante, pero se pierde el protagonismo de nuestro objetivo.



Podemos encontrar muy buenos ejemplos en reallygoodemails.com

Segmentación Efectiva

Conociendo a nuestro público, conociendo sus intereses, podremos comenzar a segmentarlos, por interacciones, por intereses, por aperturas. Esto está probado que va a darnos mejores resultados, ya que estaremos abordando a nuestro público con lo que realmente desea recibir, mejorando así la tasa de apertura, de clicks y nuestra reputación como remitentes.



Entonces... ¿Comenzamos?

Fideliza y automatiza.

Lo podrás configurar fácilmente, una sola vez, y luego, sólo queda chequear las conversiones ;)

Nuestro contacto.

Email: info@myperfit.com

Teléfono: 4502-3777

Nuestra Web: www.myperfit.com



pulsión
digital
PRIME

The background is a dark charcoal grey. It features several bright yellow decorative elements: a large, rounded shape on the left side, a smaller rounded shape on the right side, and several plus signs scattered throughout. The shapes and plus signs are outlined with a dashed white line.

¡GRACIAS!

pulsión

digital

PRIME