

Email Marketing, una herramienta para mejorar tu negocio



Introducción

Desde la aparición del correo electrónico, éste sistema de comunicación ha tenido una gran acogida por parte de todos los usuarios gracias a la **posibilidad de comunicarse entre personas situadas a una gran distancia de forma gratuita**. Con el paso del tiempo el e-mail ha ido adquiriendo una mayor importancia en todo el mundo, evolucionando y convirtiéndose en un gran aliado para el marketing online por medio del denominado **e-mail marketing**.

Seguro que muchos de vosotros habéis escuchado alguna vez este término, pero ¿sabéis realmente en qué consiste? Para ayudaros podemos decir que **es la utilización del correo electrónico con ánimo comercial o informativo**, permitiendo a las empresas contactar con clientes y potenciales clientes.

Ventajas del Email Marketing

El uso del Email Marketing nos ofrece interesantes ventajas sobre otros sistemas tradicionales de marketing. A continuación os detallamos algunas de estas ventajas:

1.- Coste reducido

El uso del email marketing **ayuda a las empresas a reducir costes en las campañas de marketing**. Con la herramienta adecuada, como es el caso de Tu Boletín de **acens**, las empresas y particulares ahorrarán en imprentas, diseño de creativities, mensajería...

Además el coste de la inversión es mínimo, ya que el uso de este tipo de herramientas tiene un **precio muy económico** y en todo momento las empresas conocen el número de usuarios que reciben los correos, por lo que pueden conocer de antemano el tipo de servicio que mejor se adapta a sus necesidades.

2.- Personalización del mensaje

Una correcta personalización del mensaje que queremos transmitir nos puede ayudar a lograr el éxito de la campaña. Gracias a este sistema de marketing, **podemos personalizar cada mensaje dependiendo al tipo de público al que vaya destinado**.

3.- Medio de comunicación directo

El mensaje lo reciben exclusivamente las personas a las que va dirigida, sin la necesidad de tener que pasar algún tipo de filtro que puedan hacer que la campaña no llegue o se retrase.

4.- Sin límites en el volumen de información

El uso del correo electrónico como plataforma de marketing **permite enviar amplia información en cada uno de los emails enviados**. Además, siempre se incluyen enlaces en el correo, que llevan a webs o landing pages con mucho más contenido para el usuario.

5.- Uso de alto número de formatos

El marketing no tiene por qué ser sólo texto e imágenes, sino que gracias al uso del email permite utilizar otros interesantes y atractivos formatos para los clientes como es la inclusión de vídeos, encuestas, noticias, suscripciones a eventos...

6.- Se trata de un medio poco intrusivo

El uso de elementos de marketing como los banners pueden ser mal visto por los usuarios ya que suelen ser elementos muy intrusivos a la hora de movernos por la red, pero por norma general, **los usuarios que reciben en sus cuentas de correo estos emails lo hacen porque previamente se han**

suscrito a ellos o bien porque han dado su consentimiento, lo que hace que no sea intrusivo. Los envíos se realizarán a los usuarios que lo desean y sobre el contenido que les interesan.

7.- Medición muy completa de los resultados

En una campaña de marketing tradicional se pueden medir los resultados, pero no con tanta exactitud como con el email marketing, ya que este sistema **permite medir en tiempo real el resultado de nuestra campaña**, lo que nos permitirá realizar un análisis inmediato, permitiéndonos conocer qué es lo que falla, dónde podemos mejorar y si nuestra inversión ha sido rentable.

Claves para tener éxito con nuestra campaña de Email



Del éxito al fracaso en el email marketing hay un pequeño espacio y cualquier paso mal dado puede hacer que nuestra campaña no logre el objetivo planteado. Entre estas claves que siempre deberíamos tener en cuenta a la hora de crear nuestra campaña están:

- **Pedir permiso a los usuarios para que reciban nuestros correos.** Se trata de una de las principales claves de toda campaña. Si realizamos envíos a cualquier correo electrónico, nos hayan dado su permiso o no lo hayan hecho, nuestros comunicados pueden ser marcados como 'spam', algo muy perjudicial para nuestra reputación online. Los envíos sólo deben hacerse a los clientes que hayan dado su consentimiento.
- **Asunto del email.** Un **asunto atractivo** puede hacer que el usuario se decida a abrir o desechar el correo recibido. En el asunto se debe mostrar de forma concisa y clara lo más relevante del correo.
- **Contenido del mensaje.** En cuerpo del mensaje debe de ir acorde a las preferencias de los usuarios, con información realmente valiosa para el usuario.
- **Enlace de baja de la suscripción.** Todos los correos que se envíen deben contener un enlace para permitir al usuario darse la baja de la suscripción. Si no, pueden marcarlos como spam.
- **Hora de envío.** Es necesario hacer un estudio del mercado y ver cuándo los usuarios son más partidarios de abrir este tipo de emails enviados. Y también probar envíos a diferentes horas para ver en nuestros datos estadísticos en qué momentos del día funcionan mejor.

Consejos para mejorar nuestras campañas de email marketing



En el punto anterior hemos visto las claves que toda campaña de Email Marketing debería tener presente para alcanzar el éxito, pero también hay otros consejos que podemos utilizar para lograr nuestro objetivo. Veamos algunos de estos consejos.

1.- No abusar del HTML y las imágenes

A la hora de crear nuestra comunicación podemos optar por hacerla con mensajes de texto plano o bien **hacer uso de etiquetas HTML e imágenes que le dan más vistosidad**, aunque nos podemos encontrar que no todos los programas de correo permitan a nuestros receptores ver el contenido correctamente.

Si utilizamos una plantilla HTML hay que usar el mínimo número de imágenes, ya que la mayoría de los clientes de correo electrónico las bloquean, mostrando a los usuarios mensajes incompletos.

Los datos fundamentales como precios, mensaje de la promoción y enlaces deben estar en texto puro, ya que si están incluidos como imagen pueden no ser visualizados si el correo las rechaza.

2.- No utilizar mayúsculas

Nunca debemos de redactar un email haciendo uso exclusivamente de mayúsculas, ya que **este tipo de letras en la red da síntoma de que estás gritando** y puede dar una mala imagen de nosotros.

3.- Corregir las faltas ortográficas de los mensajes

Enviar mensajes con **faltas de ortografía es síntoma de dejadez y poco profesionalismo**. Se recomienda que tras redactar un email se pase algún corrector ortográfico e incluso que varias personas lo lean antes de ser enviado.

4.- Añadir firma de contacto

Una buena recomendación es incluir en todos los emails que enviemos nuestra firma con todos los datos donde podemos ser contactados ante cualquier duda o consulta.

5.- Oferta concreta y clara

Nuestro negocio en Internet podría ofrecer muchos tipos de servicios, sin embargo a la hora de crear una campaña de email marketing es aconsejable centrarnos en uno de ellos cada vez para evitar ofrecer ofertas ambiguas. De esta forma **mostraremos información más clara** y directa a nuestros clientes.

6.- Analizar los resultados

El email marketing nos permite **obtener información de cada uno de los envíos que realizamos**. De esta forma **podemos ir viendo dónde fallamos** y cómo mejorar nuestro envío para futuras ocasiones.

7.- Hacer uso de las redes sociales

Debido a la importancia que tienen actualmente las **redes sociales** en nuestro mundo, es casi “obligatorio” incluir enlaces a las principales redes sociales para que los usuarios puedan interactuar con ellas y compartir la información con el resto de sus contactos. De esta forma podremos llevar nuestras campañas a un número mayor de personas.

8.- Hacer uso de servicios profesionales de campañas de Email Marketing

A la hora de realizar una campaña de emails, podemos hacer uso de nuestro cliente de correo habitual, pero si hacemos un envío grande, corremos el riesgo de que nuestro proveedor de servicios corte el envío y éste no llegue a nuestros destinatarios.

Para garantizar el envío de todos los correos de nuestras campañas, es aconsejable hacer uso de aplicaciones específicas para este fin, como es el caso de “Tu boletín” que ofrecemos en acens.

Tu boletín, el servicio Email Marketing de acens

Tu boletín

La herramienta más sencilla para enviar e-mailings a tus clientes.



Tu boletín es un nuevo servicio lanzado por acens que permite a los usuarios crear sus propias campañas de email sin la necesidad de tener conocimientos técnicos, de diseño o programación. Se trata de una herramienta muy sencilla e intuitiva, gestionada desde la nube, es decir, se puede acceder a ella desde cualquier dispositivo capaz de navegar por la red sin la necesidad de tener que instalar ningún tipo de aplicación.

Entre las características que ofrece esta herramienta podemos destacar:

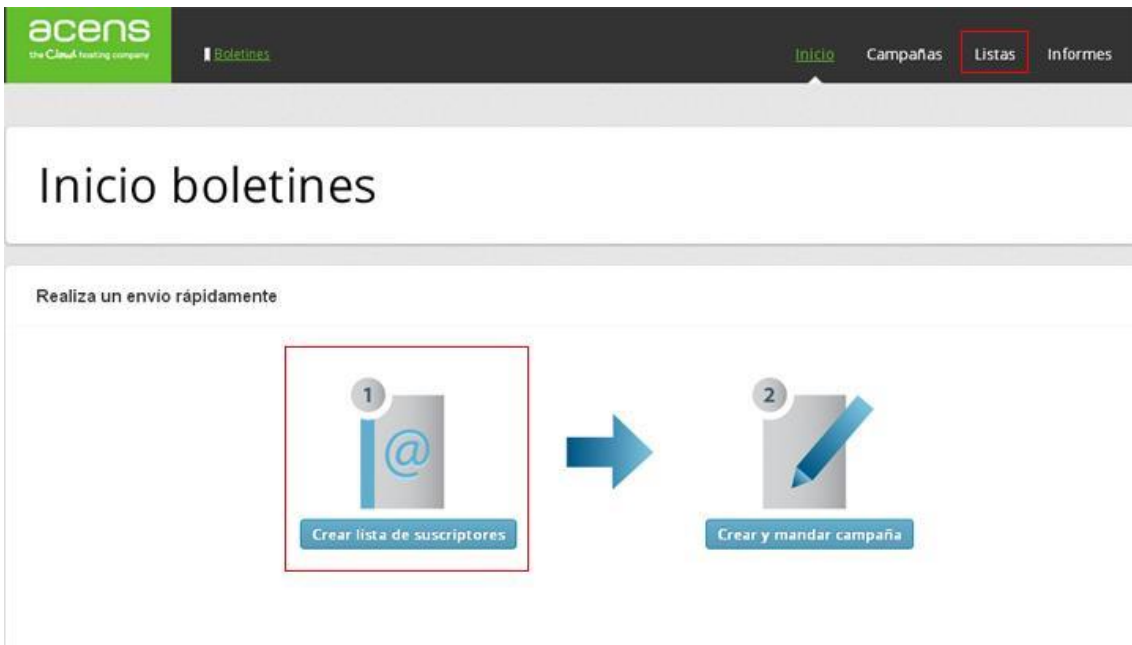
- **Envío masivos de correos a vuestros suscriptores**, ya sea boletines de noticias, ofertas o cualquier otro tipo de correo que enviemos.
- **Control en tiempo real de las estadísticas de cada envío**. Podremos conocer al instante la repercusión que está teniendo nuestra campaña y saber el número de emails que han sido abiertos o qué elementos generan más clics.
- **Gestión de las listas de suscriptores**. Podremos crear tantas listas como necesitemos, insertando nuestros suscriptores de forma manual o bien mediante el uso de ficheros .XLS o .CSV. Además podremos clasificar a nuestros contactos por diversos parámetros, lo que nos permitirá hacer envíos mucho más personalizados.
- **Plantillas para generar nuestra campaña**. Olvídate de laboriosos trabajos de maquetación ya que Tu Boletín te ofrecerá una serie de plantillas donde montar la información que enviarás a tus usuarios.



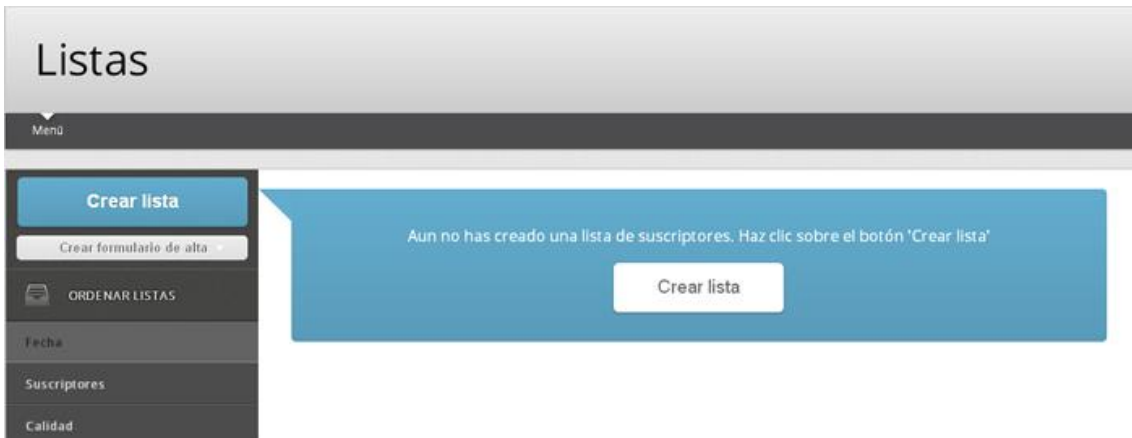
- **Muy económico.** Tu Boletín tiene una versión gratuita, limitada a 2.000 envíos al mes. Si necesitas más puedes optar por planes superiores, y si conoces de antemano el número de suscriptores con los que cuentas podrás contratar el plan que mejor se adapta a tus necesidades.

Cómo funciona Tu Boletín

Una vez que nos hemos dado de alta en el servicio y hemos entrado en la aplicación, lo primero que tendremos que hacer es crear nuestra lista de suscriptores. Para ello pulsamos en la opción **“Listas”** que aparece en el menú de la barra superior o bien en el icono **“Crear lista de suscriptores”** si estamos en el inicio de la aplicación.



Una vez hecho este paso, pulsaremos en el botón **“Crear lista”** para iniciar el proceso.



A continuación nos aparecerá un formulario para introducir los datos referentes a esta nueva lista, tal y como podéis ver en la imagen a continuación.

Introduce el nombre de la lista *

Parece correcto :)

Descripción

Parece correcto :)

Empresa *

Parece correcto :)

País

Parece correcto :)

Cp

Parece correcto :)

Ciudad

Parece correcto :)

Provincia

Parece correcto :)

Dirección

Parece correcto :)

Teléfono de contacto

Parece correcto :)

El botón “**Crear**” nos lleva a la sección de añadir nuestros suscriptores. Para realizar esto nos aparecerá en la siguiente pantalla dos opciones: Importar suscriptores y Añadir campos.

 Primeros pasos tras crear una lista
Has creado una lista, pero aún no tiene contenido

Has creado una lista, pero aún no tiene suscriptores

¿Qué hago ahora?

Importar suscriptores

Añadir campos

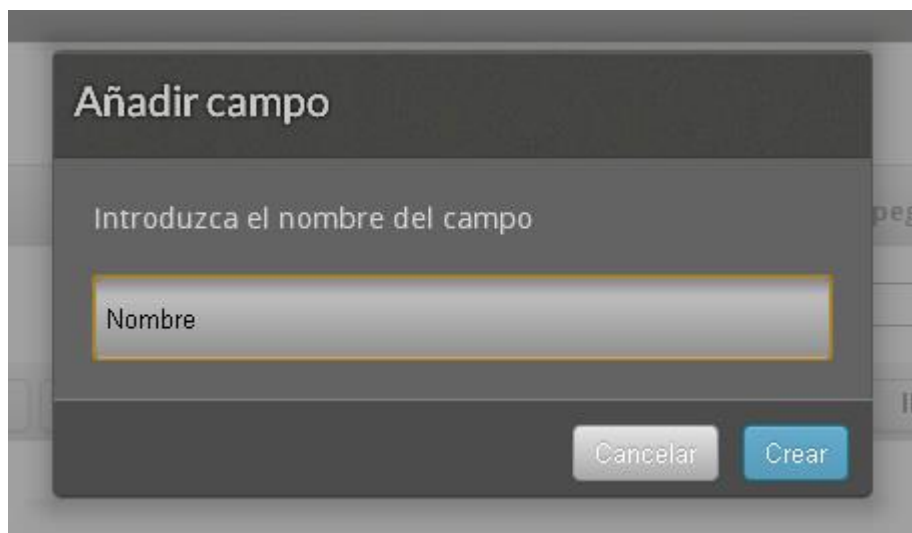
La opción “**Añadir Campos**” nos permitirá insertar los campos de información que queremos recoger de cada uno de nuestros suscriptores. Por defecto y obligatoriedad nos aparecerá creado el campo “**Email**”.



Si queremos añadir por ejemplo el campo “**Nombre**”, pulsaremos sobre el botón del tipo “**Text**”.



Nos pedirá el nombre del campo. En nuestro caso pondremos “**Nombre**”, y pulsaremos en el botón “**Crear**”.



El campo nuevo nos aparecerá en nuestro listado de campos pertenecientes a la lista que hemos creado.


Campo de etiqueta	Tipo	Obligatorio	Comando para pegar la etiqueta
<input type="text" value="email"/>	Email	siempre	* EMAIL *
 <input type="text" value="Nombre"/>	Char	siempre	* NOMBRE *

+ Añadir campo:

Pulsamos en el botón **“Guardar”** para almacenar los cambios.

Hecho este primer paso, es hora de añadir nuestros suscriptores. Para ello pulsamos en la opción **“Añadir Suscriptores”** que vemos en la barra del menú y que os resaltamos en la siguiente imagen.

Menú Estado Suscriptores **Añadir suscriptores** Editar campos Formularios Ajustes Email de bienvenida Alta por URL


 Editar etiquetas de lista


Campo de etiqueta	Tipo	Obligatorio	Comando para pegar la etiqueta
<input type="text" value="email"/>	Email	siempre	* EMAIL *
 <input type="text" value="Nombre"/>	Char	siempre	* NOMBRE *


+ Añadir campo:


En este momento estaremos en una pantalla que nos ofrecerá varias formas de añadir nuestros contactos.

Importar a Mi primera lista


 Archivo CSV


 Introducir Manualmente


 Listas de MailChimp

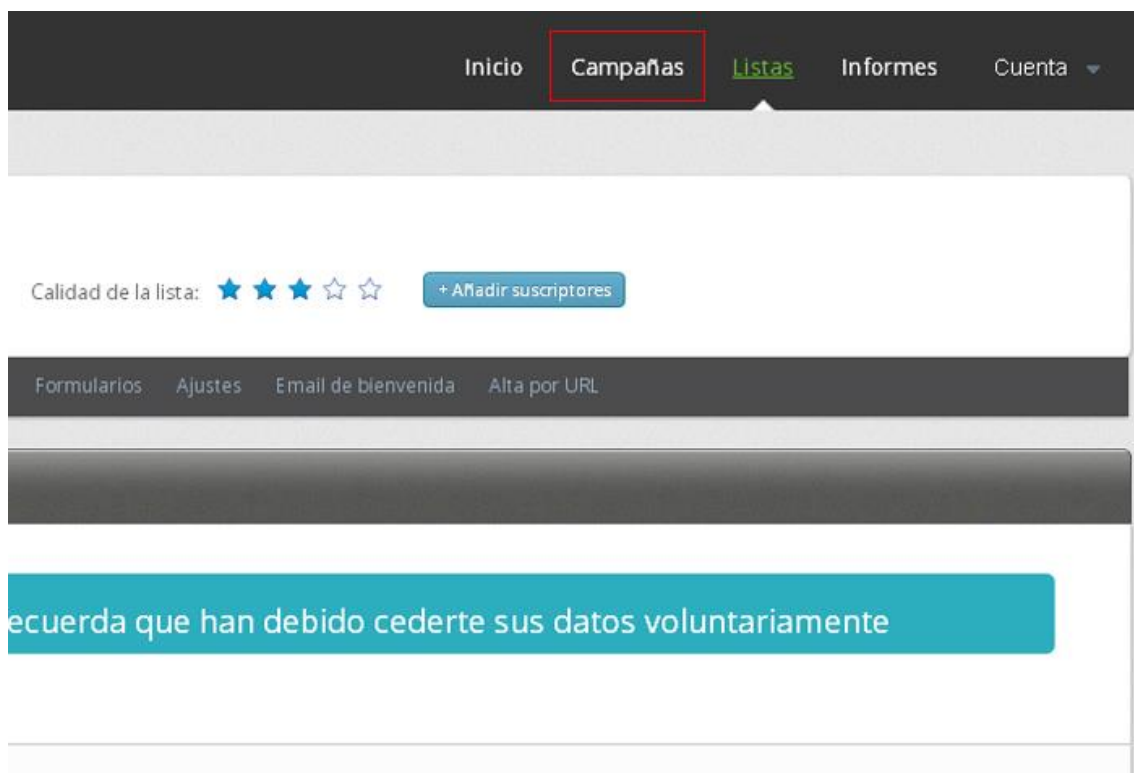

 Listas de MailJet

Historial de importación

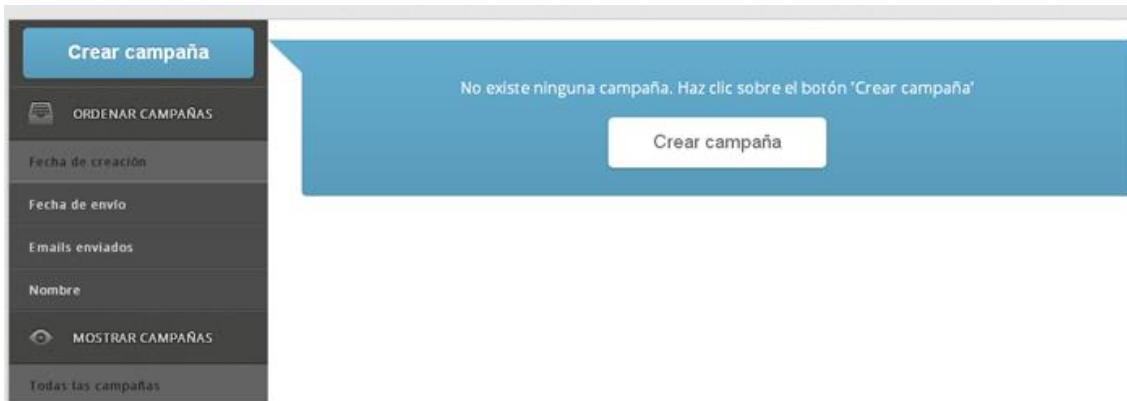
Esta lista no tiene importaciones.

- **Archivo CSV:** Mediante el uso de este tipo de archivos que contengan todos los datos de nuestros suscriptores.
- **Introducir manualmente:** En este caso nos aparecerá un formulario con los campos que hemos puesto en el paso anterior. En nuestro ejemplo nos aparecería el Email y el Nombre.
- **Listas de MailChimp:** Si utilizáramos con anterioridad este sistema de envíos, podremos hacer una importación de los datos que teníamos ahí almacenados.
- **Listas de Mailjet:** Similar al caso anterior, pero con el tipo de listas Mailjet.

Una vez que hayamos importado todos nuestros contactos será el momento de crear el mensaje que queremos enviar a nuestros suscriptores. Para ello pulsamos en la opción “**Campañas**” del menú superior.



En la siguiente pantalla pulsaremos en el botón “**Crear campañas**”.



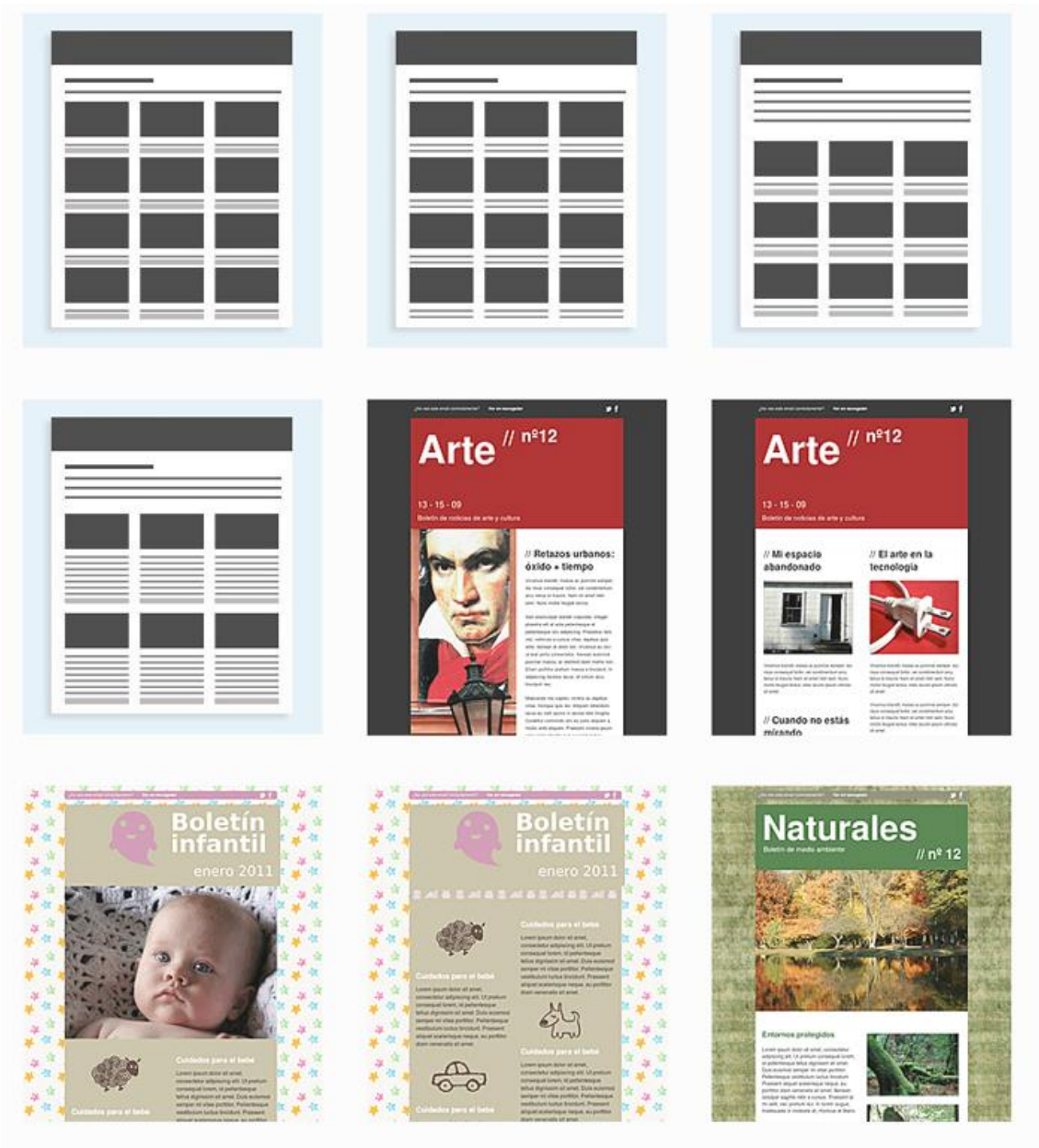
Esa acción nos llevará hacia un formulario que nos permitirá crear nuestra campaña.

A screenshot of a form for creating a campaign. It has several input fields, each with a green feedback bar below it: 'Nombre de la campaña' (containing 'Primera Campaña'), 'Email del remitente' (containing 'prueba@hostalia.com'), 'Nombre del remitente' (containing 'XXXX'), and 'Asunto' (containing 'Primera prueba de campaña'). Below these are three checkboxes, all checked: 'Control de aperturas', 'Control de links', and 'Activar Google Analytics'.

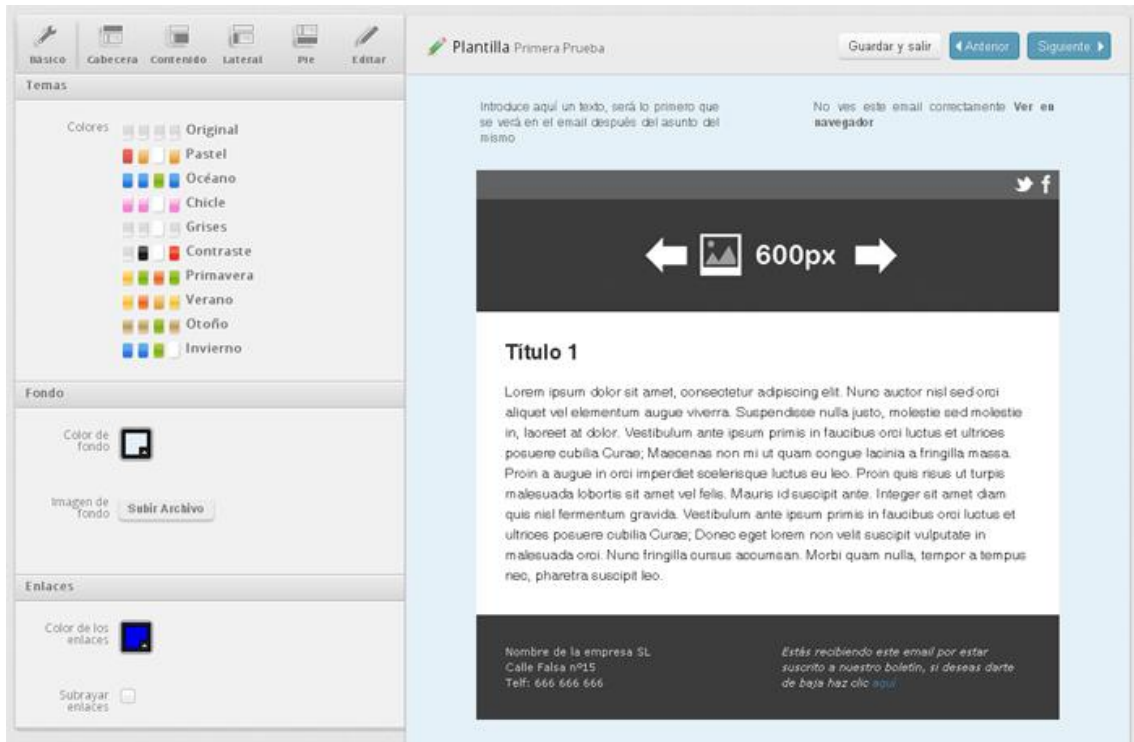
Una vez rellenados los campos pulsamos “**Siguiente**”, lo que nos llevará a la sección desde donde elegiremos a cuál de nuestras listas creadas queremos enviarle nuestra campaña.

A screenshot of a selection screen. At the top, it asks '¿A qué lista o listas te gustaría enviar esta campaña?' with a subtext 'Selecciona una o varias listas y/o segmentos. Si lo deseas, puedes configurar tus listas'. Below this is a list with one item: 'MI primera lista (5 suscriptores activos)'. To the right of this item is a link 'Seleccionar un segmento de esta lista'. At the bottom right are three buttons: 'Guardar y salir', 'Anterior', and 'Siguiente'.

Seleccionada la lista, pulsaremos en “**Siguiente**” lo que nos permitirá elegir la plantilla que queremos utilizar para crear nuestro mensaje. La aplicación nos permite elegir una entre más de 30 modelos diferentes. En la imagen siguiente podéis ver alguno de esos modelos.

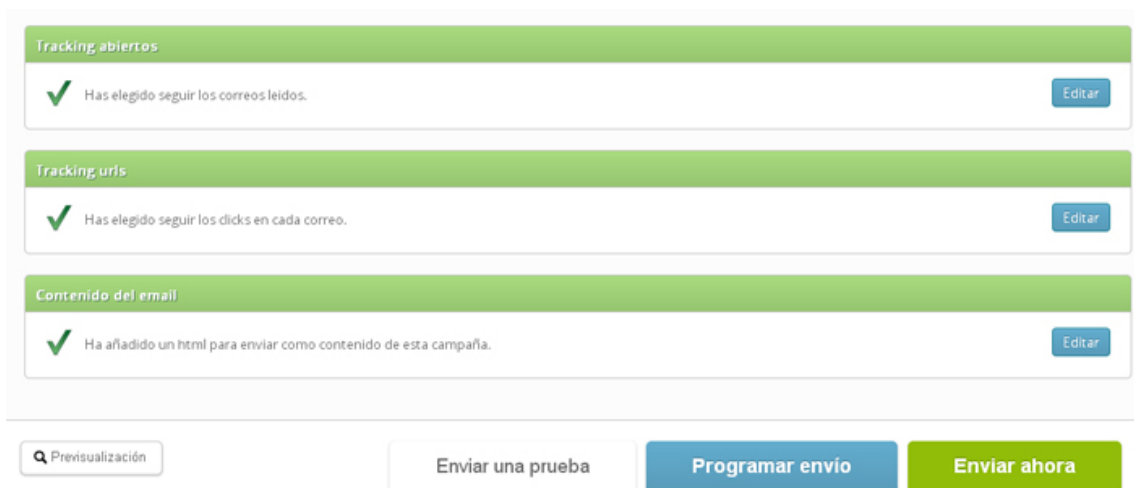


Una vez que hayamos seleccionado la plantilla a utilizar, será hora de personalizarla con nuestra información por medio de un intuitivo editor.



Como vemos en la imagen superior, podremos personalizar cualquier elemento, ya sea cabecera, textos, colores de fondo, pie...

Una vez que ya esté personalizada, pulsamos en el botón siguiente situado en la esquina superior derecha para ir a la pantalla donde realizaremos el envío de la información a nuestros contactos.



Por último, si queremos seguir el estado de nuestro envío, podemos hacerlo por medio del sistema de informes que trae la herramienta. Para acceder a ella pulsamos en la opción **“Informes”** del menú superior.



Esto nos llevará a nuestro listado de campañas que tengamos creadas, por lo que tendremos que seleccionar aquella campaña de la que queremos conocer los datos. En nuestro caso, como sólo tenemos una creada, pulsaremos encima del nombre **“Primera Campaña”**.

Mis informes
Consulta las estadísticas que han generado tus campañas

Nombre	Listas	Emails	Abiertos	Clicks	Exportar
Primera Campaña	Mi primera lista	5	2	0	

A continuación la aplicación nos mostrará información sobre el envío, acompañado de gráficos que nos ayudarán a ver la evolución de la campaña.



Información general

Acción	Cantidad
Enviados	5
Errores al enviar	0
Veces totales abiertos	2
Última vez abierto	13 de marzo de 2013 16:27:18
Clics únicos	0
Clic totales	0

Si quieres ver todo el potencial de esta herramienta, te invitamos que pruebes la **versión gratuita de Tu Boletín** que te permite realizar hasta 2.000 envíos al mes.