

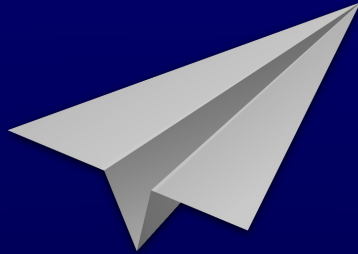
IMPULSA EL **CRECIMIENTO** DE TU **NEGOCIO** CON **EMAIL MARKETING**





ÍNDICE

¿Qué es una campaña de Email Marketing?.....	4
¿Cómo funciona el Email Marketing?.....	8
Cómo crear una campaña de Email Marketing paso a paso con Activecampaign.....	14
Principales beneficios del Email Marketing.....	22
Cómo analizar los resultados de tus campañas de Email Marketing.....	25
¿Qué hemos aprendido hasta el momento?.....	28
Conclusiones.....	30



¿Aún no sabes todo lo que el **email marketing** puede llegar a hacer por ti y tu estrategia de marketing digital? Hoy en día, con la gran competencia existente en el mercado es necesario aprovechar al máximo cada pequeño movimiento que puedas realizar.

Esto con el fin de destacar entre la mayoría mediante **constantes optimizaciones** que buscan atraer a nuevos potenciales clientes. Un punto importante a tener en cuenta cuando de **atraer público digitalmente** se trata, son las múltiples herramientas disponibles que puedes utilizar.

Entre estas, el correo electrónico que, lejos de ser obsoleto, es una pieza fundamental para llevar aún más allá tu estrategia. Además, cabe destacar que es uno de los favoritos para un sinnúmero de usuarios alrededor de todo el mundo.

¿Quieres saber un poco más sobre todo lo que puedes hacer por tu estrategia de marketing digital solo con el correo electrónico?

¡No te lo pierdas a continuación!

PARA COMENZAR: ¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA DE **EMAIL MARKETING**?

Cuando se habla de **email marketing** se habla de algo a lo que se le considera como una de las mejores estrategias de comunicación digital. Este es un recurso que cumple con un objetivo final, el de **atraer potenciales o posibles clientes**.

Generalmente, estas campañas están destinadas a usuarios a los cuales les podría interesar tu propuesta, es decir, un público objetivo. Además, brinda la posibilidad de fortalecer la relación con los clientes y desarrollar la lealtad de los mismos.

Por otra parte, es necesario resaltar que este elemento, dentro de una estrategia de **marketing** digital, siempre será una pieza vital. Por lo que, básicamente, se puede concluir que es un excelente medio de comunicación para hacer crecer el potencial de tu clientela cuantitativamente.

Importancia del email marketing como canal

En la actualidad, es totalmente válido afirmar que no se puede tener un negocio sin contar con un recurso tan esencial como el correo electrónico. En términos de crecimiento, el **email marketing** puede desempeñar varias funciones al mismo tiempo, incrementando el nivel de confianza entre tu empresa o negocio y el cliente.

Además, se le considera como un elemento ideal para incrementar el nivel de notoriedad de tu marca o tu negocio como tal. Por lo que, si tu objetivo en este momento es conseguir un mayor alcance por parte de tu negocio, este puede ser extremadamente útil.

Todo esto, sin mencionar que, además de este, existe una buena variedad de canales por donde se puede obtener acceso a potenciales clientes. Sin embargo, el uso del correo electrónico es algo totalmente ideal.

El **email marketing** puede ofrecerte, entre otras, las siguientes ventajas o características indispensables:

- **Reputación.**

Brinda la oportunidad de enseñar tu empresa o negocio.

- **Buena imagen.**

Te posiciona como un negocio con experiencia.

- **Objetivos directos.**

Puedes vender tus productos o servicios de forma directa.

- **Habilidad de escalar fácilmente.**

Puedes enviar mensajes directamente mediante el correo a un sin número de contactos o potenciales clientes

Elementos fundamentales del email marketing

A continuación, queremos enseñarte algunos elementos con los que tu empresa contará al momento de iniciar un manejo adecuado del uso del marketing por correo electrónico:

Conversión más elevada en comparación a redes sociales

Mediante un buen contenido claro y sencillo que aporte valor, podrás observar los beneficios de contar con un **email marketing** de altísimo nivel. Esta es una de las causas principales por las cuales muchos profesionales de la materia, lo prefieren.

Alto nivel de personalización

Poder enviar correos de manera masiva a un gran número de destinatarios, permitirá a tu empresa conectar de una forma directa. Sin mencionar que, en dicho elemento enviado, puedes agregar el nivel de personalización que te plazca; claro, debes saber que esta será una especie de tarjeta de presentación.

Mayor promoción de upselling y ventas cruzadas

Utilizando la vía de **email marketing** como canal, cuentas con la posibilidad de enseñar tus diversos productos y lo que ofreces a los clientes o potenciales clientes.

Si alguno de ellos no conoce toda la gama, fácilmente puedes hacer uso de estrategias de venta como upselling o ventas cruzadas; así, estarás combinando dos herramientas altamente eficientes y obtendrás, como resultado final, un mayor número de ventas y un mayor número de clientes satisfechos.

Gran accesibilidad

Si lo que deseas es llegar a una alta tasa de diferentes espectadores y potenciales clientes, este método entonces es insuperable. Suena como algo un poco difícil de creer; sin embargo, existen muchas personas que no se sienten cómodas con el uso de Internet.

Esto convierte al correo electrónico como algo ideal para todos, incluyendo a los más convencionales. El **email marketing** es una vía que te permitirá crear lazos más cercanos y fuertes con tus clientes.

Siempre en mente

A su vez, al utilizar el correo electrónico, puedes desarrollar un buen segmento de recordatorios que te permitirá **permanecer en la mente del consumidor**. Generalmente, y muy repetidamente, cuando un cliente deja de optar por un servicio o producto es porque este se ha olvidado de la existencia de él. Uno de los objetivos de esta estrategia, precisamente, es que esto nunca suceda.

Eficiencia

¿Cuentas con nuevos productos? ¿Quizás actualizaste los precios o invertiste en otros productos demandados? El correo electrónico es un medio que puedes utilizar para que, de forma prácticamente inmediata, la información llegue a su destinatario.

Su nivel de eficiencia y las demás características anteriormente mencionadas, sencillamente, son inigualables. No cabe duda de que el **email marketing** puede ser un as bajo la manga para cualquier empresa o proyecto, siendo uno de los más eficientes.

¿CÓMO FUNCIONA EL EMAIL MARKETING?



Contrario a lo que muchos puedan llegar a creer, el *marketing* vía correo electrónico no resulta o no debería resultar siendo *spam*. La idea de todo el asunto es que, más allá de enviar correos solo por enviarlos, estos **tengan contenido de alto valor**.

Otro factor bastante determinante para evitar este tipo de situación, es contar con un sistema adecuado para que el usuario esté de acuerdo con recibir tu información. Es decir, **crear una base de datos** con contactos que verdaderamente estén interesados en lo que ofreces.

De esta forma, evitarás estar enviando correos sin sentido a un sinnúmero de personas, y estarás incrementando el alcance de tu negocio a potenciales clientes interesados. Si el **email marketing** se utiliza adecuadamente y se expone contenido de interés a un público verdaderamente objetivo, sin duda, puede marcar una diferencia notable.

Clasificación para tipos de correos de email marketing

Esta clasificación dependerá, en gran medida, de lo que pretendes lograr al enviar un determinado mensaje a tus contactos. Las intenciones y el objetivo de los mensajes son las características fundamentales a tener en cuenta. A continuación, algunos de los más relevantes.

▪ **Email ocasional**

En marketing digital, específicamente en el **email marketing**, se le conoce como email ocasional a aquél mensaje enviado cuando es requerido o necesario; dependiendo, de igual forma, del ritmo que maneje tu negocio.

A su vez, estos pueden ser divididos en dos subgrupos:

1. Boletines informativos. Son aquellos enviados con el propósito de presentar nuevos productos o de actualizar la información para tus clientes. Es un elemento bastante eficiente para mantenerte siempre disponible en la mente de toda tu clientela.

2. Campañas. Está más enfocado en llevar a cabo una tarea más de publicidad y ventas. Un ejemplo sería alguna promoción por un día especial o un producto en oferta. Generalmente, suelen ser más de dos correos con información relevante sobre el objetivo específico que se quiere enseñar.

▪Automatización de Email

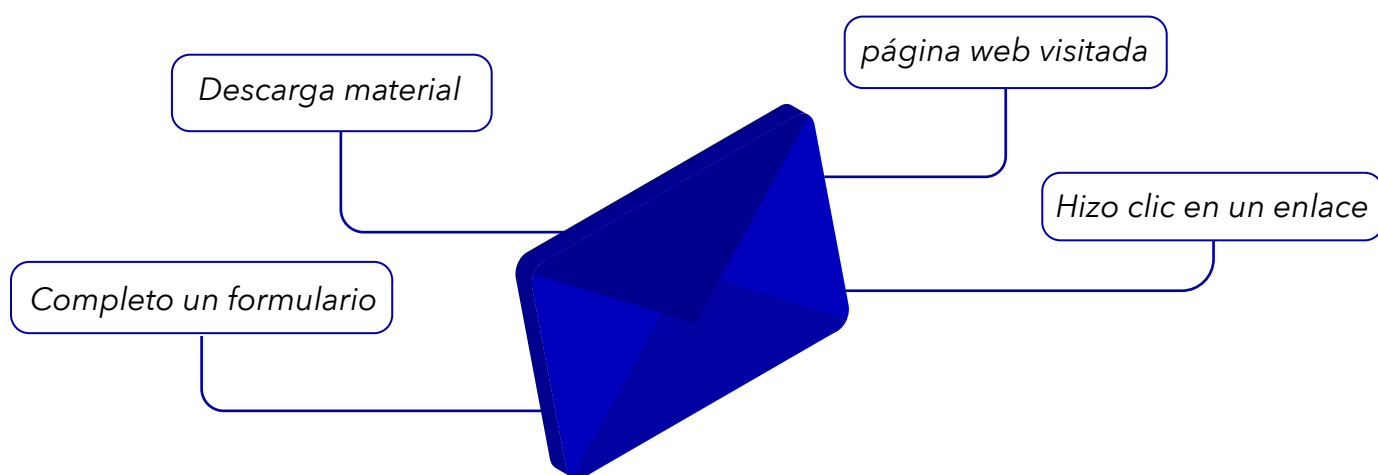
El **email marketing** que cuenta con automatización de emails, definitivamente, puede significar un ahorro de recursos y personal. La primera ventaja, y la más notable, es que realmente no necesitas de nadie para un funcionamiento pleno. Solo requieres **configurar el envío automático a potenciales clientes**.

Esto dependiendo de búsquedas similares o de registro a reportes informativos a empresas parecidas a la tuya. Puedes seleccionar el gatillo para que la información que deseas sea enviada al destinatario de forma automática.

De igual forma, estos correos pueden clasificarse en email marketing de la siguiente manera:

1. Transaccionales. Como su propio nombre indica, estos son aquellos enviados luego de una transacción. Un ejemplo de esto sería, luego de un registro, un correo de bienvenida que se envía de forma automática al destinatario. También pueden ser útiles al momento de verificar o confirmar distintos tipos de reservaciones, o luego de realizar alguna compra en el sitio.

2. Marketing Automation. En esta ocasión, el gatillo de envío es presionado por las acciones concretas de algún usuario. Es decir, si el usuario asiste a algún seminario, enviarle algún aporte de valor de forma automática para complementar y mantener su atención.



Elección de **software** para email marketing

Este es un punto sumamente importante pues, seleccionar un **software** adecuado para llevar a cabo tu estrategia de **email marketing**, sin duda alguna, se verá reflejado en los resultados.

Existen diferentes herramientas tecnológicas que puedes elegir, sin mencionar que **todas aportan beneficios atractivos**. Además, este es otro de los componentes vitales para que una buena campaña de **marketing digital**, sea llevada con éxito. Básicamente, se trata de un recurso indispensable, por lo que es relevante tenerlo siempre en cuenta.

- Administración y gestión de suscripción a correos
- Estadísticas de las campañas que estás llevando a cabo
- Información sobre el público ideal para captar potenciales clientes
- Desarrollo y creación de campañas sin necesidad de extensos conocimientos sobre diseño o entornos similares

Estos son algunos de los beneficios que este tipo de **software** puede ofrecerte a ti y a la estrategia de **marketing** de tu empresa o negocio. Más adelante, te enseñaremos cómo crear una campaña paso a paso, utilizando uno de estos **softwares**.

De esta forma, podrás incrementar aún más tu conocimiento y manejo del **email marketing** y su funcionalidad dentro de cualquier estrategia.

Clasifica tus potenciales clientes

Otro de los pasos que te ayudarán a llevar a cabo un buen **email marketing** es clasificar tus contactos de acuerdo a sus intereses.

Conocer los gustos de tus clientes es algo necesario para cualquier emprendedor o empresa como tal; por esto, clasificar contactos de acuerdo a intereses permitirá **enviar información de alto valor** a un público que realmente estará interesado.

Incrementar y optimizar la entrega

Para que la capacidad de entrega sea ideal, se debe contar con una lista de contactos actualizada y con contenido de valor. De esto dependerá que la recepción de tu información sea bien recibida o no. Con una lista actualizada, contarás con un mayor interés en lo que envías.

Diseños creativos y profesionales

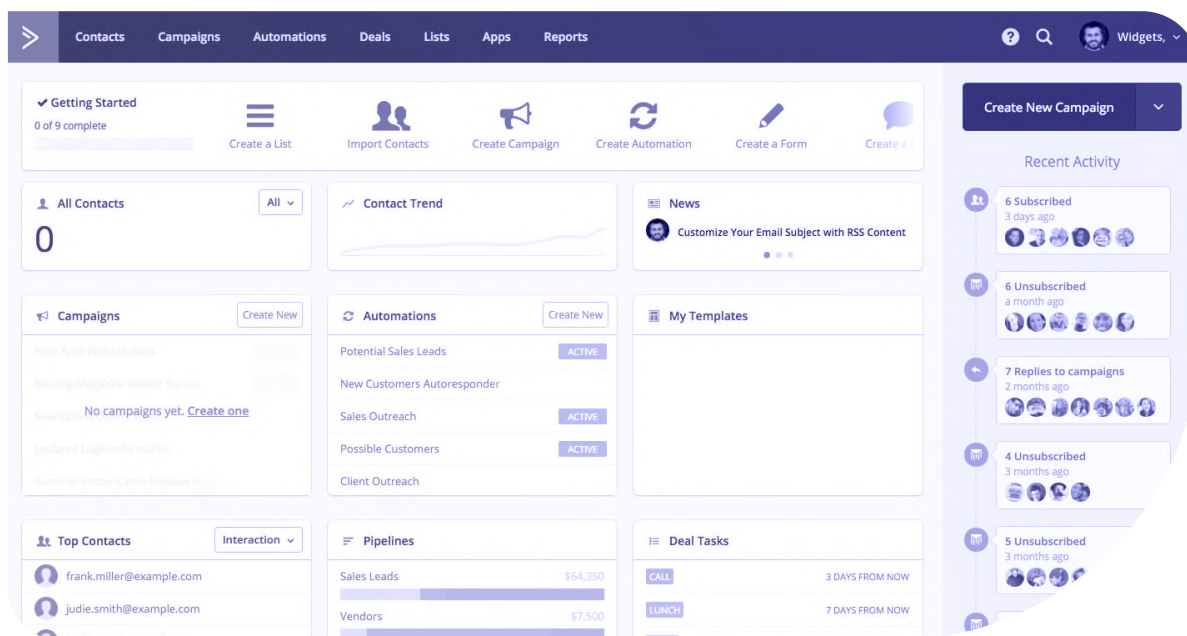
En el **email marketing** el diseño es tan importante como la información. Algo que debes tener siempre presente es contar con diseños creativos, originales, claros y con información poderosa. De esta forma, **captarás y mantendrás la atención del usuario** a quien estás enviando la información.

Es muy difícil que una persona se interese por alguna información sobre productos o servicios, si verdaderamente no llama la atención a primera vista. Por esto, es de suma importancia utilizar plantillas de **emails** y colores llamativos; aunque también es buena idea usar los colores de tu empresa para un mayor nivel de identificación.

En tu estrategia de **email marketing** es preciso que tengas estos datos presentes, ya que pueden significar la diferencia en cuanto al alcance y la efectividad de tus mensajes. Sin duda alguna, son pequeños detalles que pueden elevar el nivel de cualquier estrategia a realizar.



CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE **EMAIL MARKETING** PASO A PASO CON ACTIVECAMPAING



Los **softwares** enfocados en colaborar con el **email marketing**, sin duda alguna, son uno de los puntos que debes conocer en mayor medida.

Se trata de herramientas ideales que te permitirán personalizar y hacer de cada mensaje, algo totalmente único. Sin mencionar que te facilitarán todo el proceso y hasta te parecerá entretenido una vez que lo domines.

ActiveCampaign es un software *ideal para la creación de campañas* de marketing, mediante el uso del correo electrónico. Básicamente, este software hará el trabajo pesado de **email marketing** por ti; por esto, es vital que conozcas cómo utilizarlo.

A continuación, queremos enseñarte cómo crear una campaña efectiva utilizando este **software**. Presta atención a cada uno de los pasos para que, al terminar, seas capaz de iniciar con tu proyecto de la mejor manera.

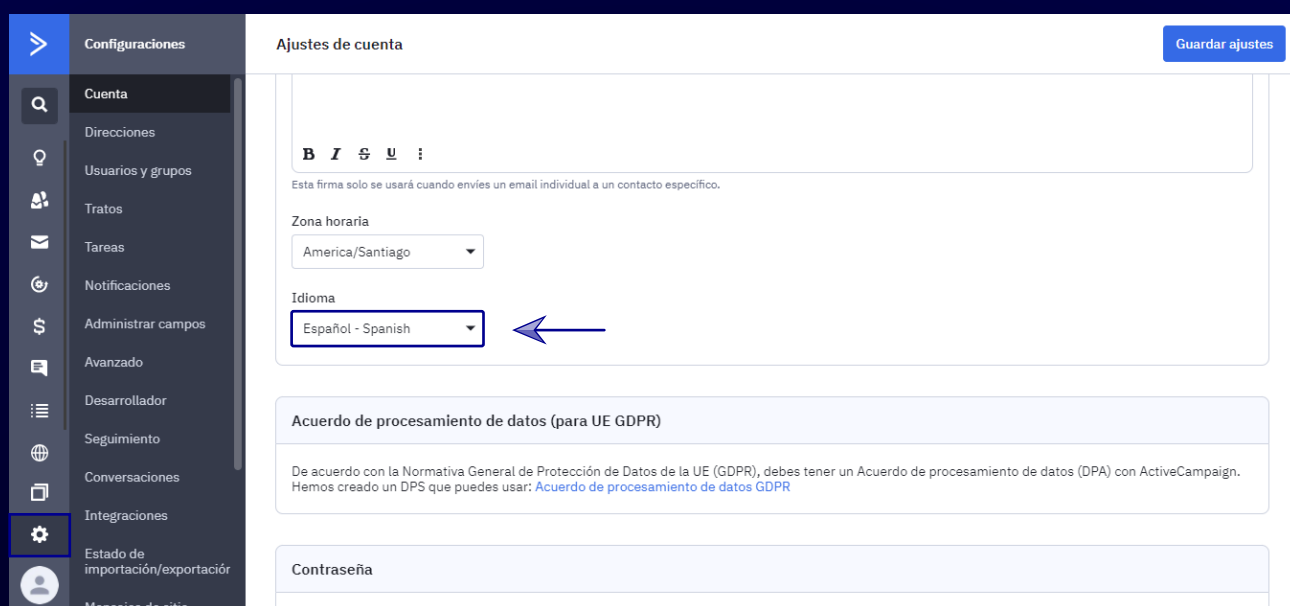
Campaña en ActiveCampaign, paso a paso

Lo primero que debes saber sobre este **software** es que **puedes utilizar una cuenta gratuita** que te permitirá utilizar todas las herramientas dentro de la plataforma; durante un máximo de 14 días. Si luego de probarlo, estás seguro de que se trata de tu herramienta ideal, entonces, puedes proceder a adquirir la versión paga.

Otro punto importante a conocer es que para realizar **email marketing** (comenzando) solo requerirás la versión **Lite**. Existen otras versiones; sin embargo, son mucho más completas y complejas, por lo que podrás evaluarlas luego de que cuentes con un poco más de experiencia.

1. Seleccionar el idioma

El primer paso, a pesar de que suena un poco obvio, es seleccionar el idioma en el que trabajarás con el **software**. En configuración puedes buscar la lista de lenguajes y seleccionar el tuyo. Generalmente, al descargarse, **ActiveCampaign** inicia en lenguaje inglés, por lo que lo ideal sería cambiarlo a castellano o español.



The screenshot shows the 'Ajustes de cuenta' (Account Settings) page in ActiveCampaign. On the left is a sidebar with various configuration options. The main area contains settings for the account, including a signature block, time zone, and language. The 'Idioma' (Language) dropdown menu is highlighted with a blue box and a blue arrow pointing to it, showing 'Español - Spanish' selected. Below this is a section for the 'Acuerdo de procesamiento de datos (para UE GDPR)' and a 'Contraseña' (Password) field.

Configuraciones

- Cuenta
- Direcciones
- Usuarios y grupos
- Tratos
- Tareas
- Notificaciones
- Administrar campos
- Avanzado
- Desarrollador
- Seguimiento
- Conversaciones
- Integraciones
- Estado de importación/exportación
- Mensajes de sitio

Ajustes de cuenta Guardar ajustes

B I S U :

Esta firma solo se usará cuando envíes un email individual a un contacto específico.

Zona horaria
America/Santiago

Idioma
Español - Spanish

Acuerdo de procesamiento de datos (para UE GDPR)

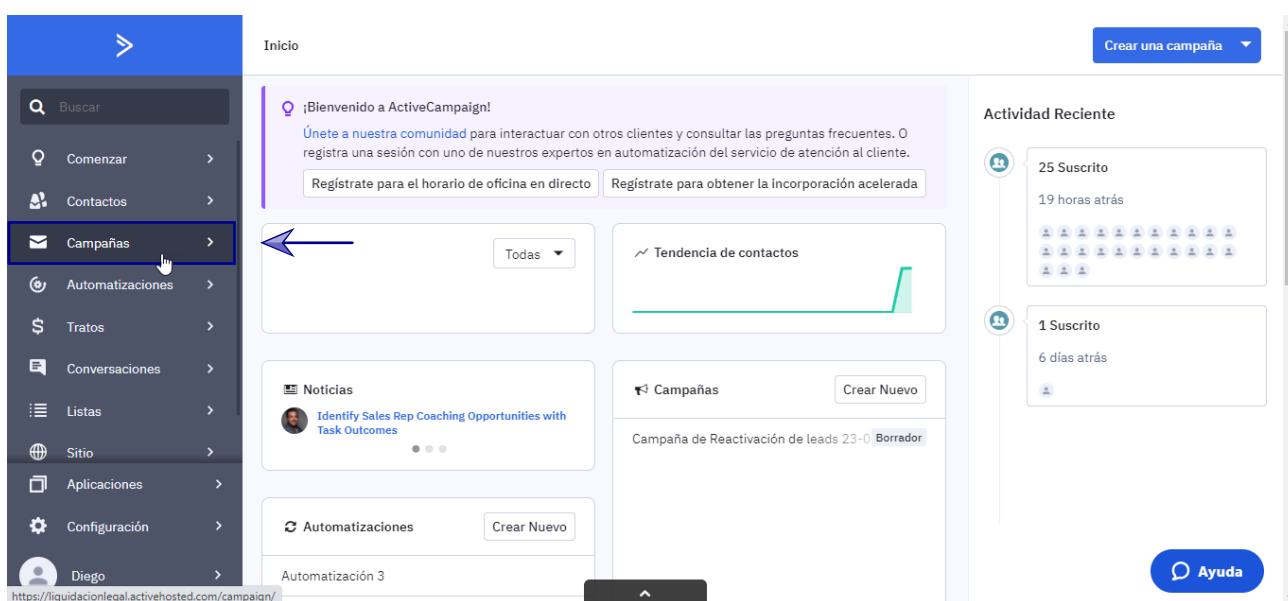
De acuerdo con la Normativa General de Protección de Datos de la UE (GDPR), debes tener un Acuerdo de procesamiento de datos (DPA) con ActiveCampaign. Hemos creado un DPS que puedes usar: [Acuerdo de procesamiento de datos GDPR](#)

Contraseña

2. Campaña y nueva campaña

Una vez seleccionado el idioma correspondiente, puedes iniciar tu campaña de **email marketing** de una forma sencilla. En la parte izquierda de la pantalla, contarás con un menú desplegable donde encontrarás la sección "Campaña".

Al seleccionar esa opción y luego dar clic en "Nueva campaña", podrás iniciar con todo el proceso.

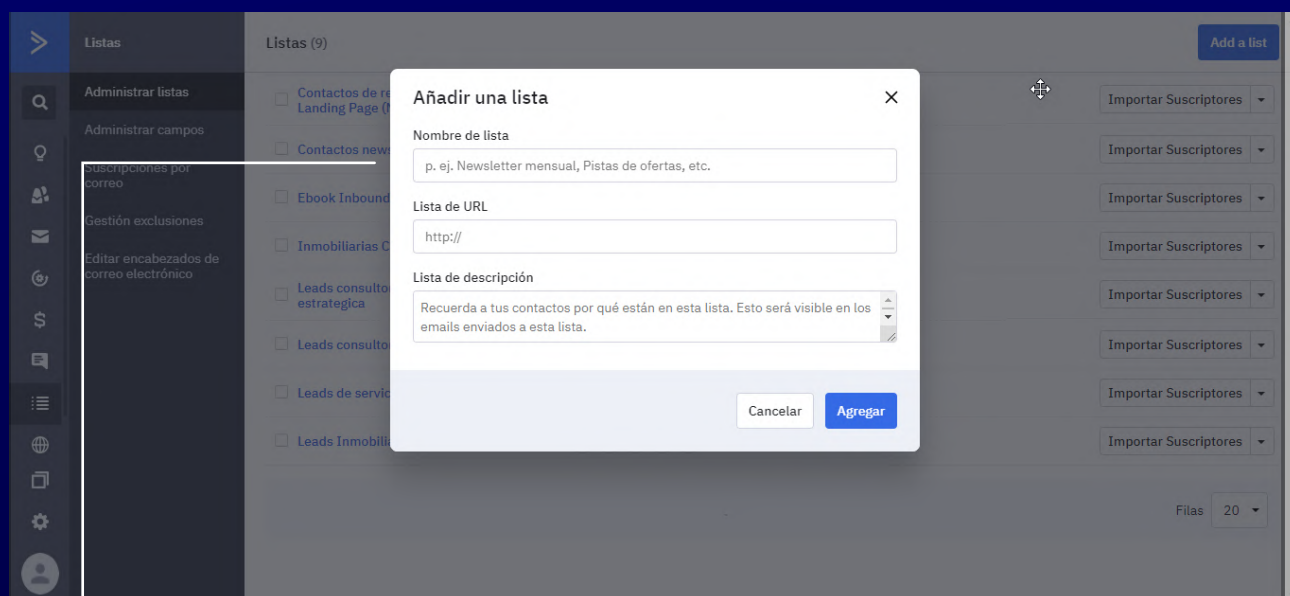


■ Crear una nueva lista.

Aquí podrás darle nombre a tu lista y seleccionar los destinatarios a quienes deseas que llegue la información de tu empresa. En este paso, es importante decirte que debes especificar que se trata de una lista de contactos que previamente aceptaron recibir tus mensajes o se registraron para esto. Recuerda siempre que debes apegarte a esta normativa en todo momento.

3. Nombre de la campaña

Luego de contar con una lista de suscriptores, añadirlos a la lista creada y haber completado el paso anterior, lo siguiente es el nombre. Puedes utilizar este nombre en tu estrategia de **email marketing** para destacar que se trata de una nueva promoción, artículos nuevos o similares.



Añadir una lista

X

Nombre de lista

p. ej. Newsletter mensual, Pistas de ofertas, etc.

Lista de URL

http://

Lista de descripción

Recuerda a tus contactos por qué están en esta lista. Esto será visible en los emails enviados a esta lista.

Cancelar

Agregar

4. Seleccionar el tipo de campaña

< Salir

TipoListaDiseñoResumenEnviar

Siguiente >

Nombre de campaña

Introduzca un nombre que le ayude a recordar sobre qué es esta campaña. Solo usted podrá ver esta información.

Seleccionar un tipo de campaña



Estándar
Envíe una campaña de correo electrónico normal una sola vez



Automatizado
Crea secuencias personalizadas de acciones y condiciones de email.



Auto Respuesta
Una campaña automatizada que se enviará cuando alguien se suscriba.



Pruebas Divididas
Comparar múltiples emails para probar cual funciona mejor.



Se activa RSS
Se enviará cuando su fuente RSS se vaya actualizando.



Basado en fecha
Enviar en los cumpleaños, los aniversarios y fechas importantes del contacto.

Al momento de seleccionar el modelo, clase o tipo de campaña, contarás con algunos tipos disponibles dentro de la plataforma por los que puedes optar.

Cada uno de ellos, por separado, cuentan con una gama de beneficios y características propias; por lo que debes estar atento y elegir aquella que realmente te ayudará a conseguir tu objetivo. Estos son los tipos que encontrarás y sus principales atributos:

- **Campaña estándar.** Esta es la opción ideal si se trata de tu primera campaña de **email marketing**, pues cuenta con las características básicas que toda buena estrategia necesita. Además, es un tipo de campaña que cualquiera puede realizar y llevar a cabo a la perfección sin muchos contratiempos.
- **Automática.** Anteriormente, mencionamos la posibilidad de contar con un envío automatizado que no requiera de la presencia de ningún trabajador para enviar. Este tipo de campaña requiere un poco más de proceso para realizarse que la estandarizada; además de un sistema automatizado de campaña. Sin embargo, te ahorrará tiempo y recursos.

- **Autorespuesta.** Este tipo de campaña puede programarse para situaciones específicas como cuando se da de alta un seguidor en tu base de datos. Es decir, acepta recibir información de tu empresa; por lo que, al registrarse, recibe en su correo una respuesta de tu parte. A su vez, esto trae como beneficio directo, una relación más estrecha mediante tu estrategia de **email marketing** y el uso del correo electrónico.

- **Preguntas divididas.** Este es un tipo de campaña extremadamente útil y ventajosa para cualquiera. Una vez que hayas utilizado campañas estándar y hayas adquirido mayor conocimiento y experiencia dentro del **software**, este tipo puede ser una de las más recomendables de acuerdo al caso.

Esto porque te da la posibilidad de crear dos titulares y comparar resultados; así, podrás conocer qué titular o información fue mejor recibida o captó mayor número de interesados; en otras palabras, cuál funcionó mejor.

- **RSS.** Cuando tienes el RSS activado en tu sitio web, el contenido que deseas se irá publicando de forma automática en tu sitio. Es una especie de automatización del sistema; sin embargo, cuenta con algunas características diferentes en las que se puede profundizar.

- **Basado en fecha.** Este es un tipo de campaña para **email marketing** extremadamente beneficiosa cuando de fidelizar clientes se trata. Si el cliente cuenta con datos personales actualizados como fechas de cumpleaños o similar, esta opción permite enviar un mensaje con este propósito.

De esta forma, el cliente se sentirá mucho más cercano a tu compañía.

5. Realizar campañas estándar

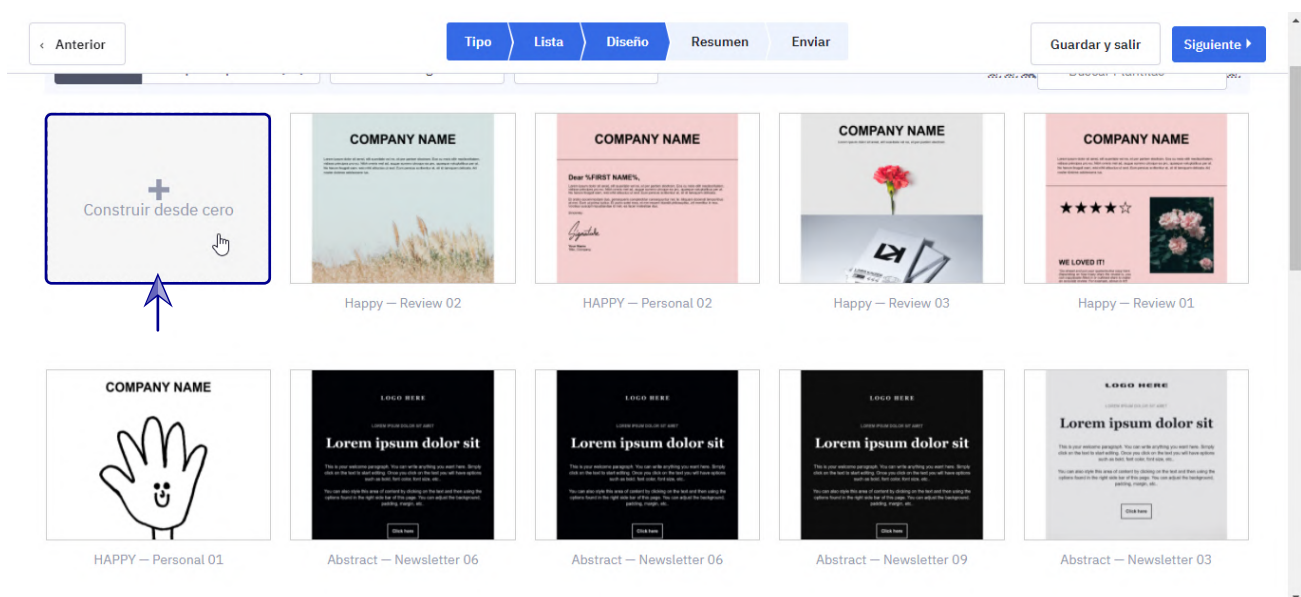
El objetivo es que consigas realizar, por cuenta propia, tu primera campaña de forma rápida y sencilla. Por eso, las campañas estándar siempre serán la mejor opción. Es importante destacar que, con ellas, también puedes realizar segmentaciones y otras especificaciones en tu lista de destinatarios.

▪ **Agregar lista de contactos.** Esto puedes hacerlo de forma manual, uno a uno, con una lista de contactos legal y corroborada; o mediante algún archivo de Excel que contenga dichos destinatarios.

▪ **Clic en campaña.** Aquí podrás visualizar tu campaña de email marketing añadiendo la lista de contactos anteriormente realizada, y pasando al siguiente paso de diseño e información.

Plantillas. La misma plataforma te ofrece un gran abanico de plantillas que puedes seleccionar y utilizar en tus correos. Incluso, la plataforma te ofrece una rápida vista previa en caso de que quieras asegurarte de que esa es la plantilla que quieres utilizar.

▪ **Plantilla en blanco.** Utilizando esta plantilla, podrás iniciar una sencilla campaña a tu gusto desde cero. También, puedes seleccionar entre distintos diseños de plantillas como: boletín, columna a la izquierda, a la derecha, personalizada y solo texto.



- **Datos del remitente.** En este espacio solo debes llenar la información relevante para proseguir con tu campaña de **email marketing**. Encontrarás algunos campos por rellenar como el asunto del mensaje, nombre del remitente, entre otros.
- **Vista previa.** Luego de completar el paso anterior, podrás observar una especie de boceto o vista previa de cómo va quedando el email. Lo que resta, luego de esto, es simplemente maquetar.
- **Personalización en ActiveCampaign.** El siguiente paso es seleccionar las opciones que desees para lograr un mayor grado de personalización en tu mensaje. El ancho, bordes, alineación, tamaño de texto y otras características de personalización.
- **Insertar texto.** Este es un campo dentro de tu campaña de **email marketing** que te permitirá ingresar el texto relevante, es decir, tu mensaje.
- **Añadir firma y fotografía.** Esto es un paso opcional, debido a que se trata de una primera campaña. Estos son recursos para cuando logres un mayor entendimiento de la plataforma; sin embargo, tampoco es difícil de comprender. Simplemente, el **software** te permite añadir una foto tuya o de tu empresa y una firma, lo que añade un poco más de confiabilidad al mensaje.
- **Enviar prueba/ vista previa.** Una vez realizado el mensaje, puedes obtener rápidamente una vista previa, o puedes enviarlo como prueba para verificar cómo se ve al recibirlo.
- **Sumario de campaña.** Una vez el proceso de creación de tu email marketing esté terminado, aparecerá una pantalla para verificar todos los datos importantes; como el correo del remitente y otras características.
- **Enviar ahora.** Este es el último paso; solo debes dar clic en la pantalla superior derecha al espacio de "Enviar ahora". Aparecerá una nueva pantalla indicando que la campaña se encuentra en proceso de aprobación y, una vez aprobada, será enviada a tu lista de destinatarios.

PRINCIPALES BENEFICIOS DEL **EMAIL MARKETING**



A lo largo de todo el contenido, hemos dejado claro algunos de los beneficios o ventajas más marcadas del **email marketing** dentro de una estrategia empresarial. Además de ser un canal extremadamente efectivo, sin mencionar lo muy convencional, el alcance de tu campaña puede llegar mucho más lejos.

De igual forma, como también mencionamos, esta estrategia **es capaz de crear lazos o relaciones más duraderas y significativas** entre tu empresa y sus clientes; por lo que estarás optimizando una vía clásica al máximo, que cuenta con un sinnúmero de usuarios a los que, posiblemente, les interese tu empresa y sus servicios.

Con un **marketing** de correo electrónico adecuado, los beneficios podrían llegar a ser infinitos y llevar a tu empresa a un nuevo nivel. Y esto es solo el comienzo, ya que muchas de las ventajas otorgadas por este tipo de **marketing**, ni siquiera han sido mencionadas hasta el momento.

A continuación, te enseñaremos algunos de los beneficios principales de usar **email marketing** como estrategia para atraer clientes nuevos

1. Canal convencional. El correo electrónico es un sistema que, prácticamente, todo el mundo utiliza. No importa si es anticuado, pues los resultados siguen siendo altamente eficientes.

Para cualquier tipo de registro, compra en línea, entre otras acciones, requieres de un correo electrónico; por lo que es una herramienta a utilizar para aprovechar su máximo potencial, siempre.

2. Mayor conversión. ¿Mencionamos que el correo electrónico genera mayores conversiones que las muy utilizadas redes sociales de la actualidad? Pues es así. Una buena estrategia o campaña es capaz de brindarte un mayor número de conversión, sin mencionar una relación más estrecha y particular.

3. Ahorra recursos. No solo es un método sencillo de utilizar y de aprender, también puede significar el ahorro de recursos tanto económicos como de tiempo. Si se comparará el costo entre esta vía y otra, sin ninguna duda, el **email marketing** sería más económico; así que, esto es algo para tener en cuenta.

4. Nivel alto de accesibilidad. No solo por tratarse de un canal gratuito, sino porque puede ser revisado en cualquier parte donde te encuentres. Si llega un correo a tu bandeja y cuentas con un dispositivo móvil, solo requieres algunos **taps** para leer el mensaje.

5. Incrementa el ROI de tu empresa. Si eres fanático de las estadísticas, esta es una ventaja que no puedes obviar. El ROI de tu empresa mediante el uso de este **marketing**, es de un promedio mayor al 120%. Es decir que, si inviertes, por ejemplo, un euro, obtendrás cuarenta de retorno.

6. Posibilidad de medición. Existen algunas herramientas de medición que puedes utilizar para conocer el alcance de tu **email marketing** de forma rápida y sencilla. Por lo que podrás saber si realmente tu estrategia funciona o si necesitas una nueva.

7. Procesos automatizados. Otro de los grandes beneficios es que puedes simplemente olvidarte de cierta responsabilidad y hacer uso de sistemas automáticos.

No requerirás de personal presente, ni de recordar fechas o cosas similares; sencillamente, el **software** y el sistema se encargarán de hacer todo por ti de forma automática, de acuerdo a la configuración que selecciones.

8. Mayor tráfico. Si logras obtener una buena medida de aperturas y vistas, el tráfico existente en tu página web o dominio, se verá notablemente en aumento. Esto va de la mano con que la campaña sea verdaderamente exitosa y aporte contenido de interés a tu clientela.

9. Combinación con otros canales. Si el **email marketing** aún no te convence del todo, solo ten en cuenta que también puede ser combinado con otros canales de comunicación. Así que, básicamente, podrías fusionar estrategias de este tipo con lo que se quiere en redes sociales, y así obtener resultados aún mejores.

10. Gestiona contactos. Esto es sumamente importante debido a que prácticamente puedes escoger a quién le envías el correo. Según los intereses y gustos de cada usuario, puedes clasificarlos, ordenarlos o gestionarlos, para que reciban la información que más valor tenga para ellos.

11. Transmisión del mensaje directo. Por último, el **email marketing** permite a tu empresa comunicarse de una forma directa con tus clientes o potenciales clientes. Sin necesidad de publicidad en páginas u otro instrumento, podrás llegar a donde quieres llegar, utilizando únicamente un correo electrónico como medio.

12. Uso de software. El uso de un **software** para preparar tu campaña es algo ideal. Te permite crear campañas efectivas de forma rápida y sencilla sin necesidad de ser diseñador o un conocedor de este entorno.

Por lo que, con conocimientos básicos establecidos, puedes crear una campaña a tu gusto sin ningún problema.

CÓMO ANALIZAR LOS RESULTADOS DE TUS CAMPAÑAS DE **EMAIL MARKETING**



Analizar los resultados es la tarea a donde se debe llegar. De esta forma, podrás examinar si tus campañas de **email marketing** verdaderamente están logrando los objetivos planteados o no.

Además, también son ideales para modificar el proceso de las estrategias y campañas a futuro; ya que podrás contar con datos concretos de qué funciona y qué no funciona; además de conocer lo que más causa interés a tus clientes o potenciales clientes.

Generalmente, las tasas de medición y los aspectos medibles pueden ser encontrados dentro del mismo **software** que utilizas para enviar tus mensajes. Por lo que no requieres profundizar mucho en conocimiento respecto a esto.

Sin embargo, existen algunos términos y medidas que debes conocer para saber con exactitud qué es lo que se está evaluando y midiendo. A continuación, te enseñamos todo esto.

Tasa de apertura

También conocida como tasa de apertura por su nombre en inglés. En pocas palabras, esta es una medida que compara el número de personas que han abierto tu campaña de **email marketing**, con el número de **emails** enviados en tu campaña. Es, quizás, la primera estadística arrojada desde que se envió tu campaña, por lo que serán estos los primeros datos que obtengas.

Clics

La tasa de clics mide exactamente eso, cuántas personas han dado clic en el mensaje del total de mensajes enviados. También, es bastante útil para conocer cuántas personas han dado clic a algún enlace dentro del mensaje que has enviado. Por lo que cada clic significará un número de medición dentro de esta tasa.

Clics de únicas aperturas

Esta es una tasa por la cual es importante que el mensaje y el diseño sean coherentes y atractivos. Esto debido a que mide el número de personas que han dado clic luego de abrir el mensaje enviado.

De rebote

Todas las mencionadas anteriormente, están dirigidas a realizar mediciones positivas de funcionamiento del **email marketing** o de su eficiencia. Esta es todo lo contrario, ya que mide el número de mensajes que, por alguna razón, no fueron entregados a los buzones.

Pueden encontrarse rebotes por una bandeja caída a causa de un servidor defectuoso (blando), o porqué la bandeja no existe o se cometió un error al momento de tipear la dirección (duro).

De baja

Otro de los medidores para circunstancias negativas es este. Él arrojará el **número total de personas que han cancelado suscripciones** a los mensajes de tu página web.

Quizás, a simple vista, no luzca como algo relevante; sin embargo, es vital debido a que a partir de estos números puedes modificar contenido, diseño y otras características de personalización; con el fin de disminuir el número de este medidor y alcanzar un margen más positivo.

¿QUÉ HEMOS **APRENDIDO** HASTA EL MOMENTO?



Con el **email marketing** se pueden obtener un sinnúmero de beneficios y características que muchos, actualmente, no tienen; ya sea por subestimar este canal de comunicación o por otras causas.

Por esto, es importante que el conocimiento verdaderamente quede en ti y puedas utilizarlo en el momento indicado. Repasemos algunos de los puntos importantes a tener siempre en cuenta para lograr que tu estrategia de **marketing** alcance su máximo nivel.

- El **email marketing** usa uno de los canales más antiguos y convencionales cuando de tecnología hablamos (correo electrónico). Pero no por esto deja de ser **altamente eficiente o funcional**; todo lo contrario, este es su punto fuerte. Cualquiera puede obtener la información de tu empresa rápidamente.

- Con esta estrategia cuentas con una mayor conversión en comparación a otros canales como las redes sociales. Aunque no necesariamente, esto quiere decir que escojas entre una y la otra; pues incluso, puedes fusionar o combinar algunas características.
- Permite crear **relaciones más estrechas y confiables** entre tu empresa y sus clientes. Sin mencionar que, utilizando cierta configuración, incluso puedes felicitar a tus clientes en fechas importantes de forma automática.
- Mediante el uso de un **software**, la creación de tus campañas sencillamente se realiza de forma ideal; adaptando cada una de ellas a lo que realmente quieres transmitir y a los resultados que quieres obtener.
- Puedes obtener mediciones de los resultados de tu campaña de **email marketing** para conocer si verdaderamente fue exitosa; o, por el contrario, se necesita llevar a cabo una nueva estrategia que sea mucho más acorde a lo que ofrece y a lo que desea tu empresa.
- No se trata de enviar mensajes aleatoriamente sobre lo que ofrece tu empresa. Es un canal que **requiere de previa autorización** para recibir dicho contenido, por lo que puedes orientarlo hacia un público verdaderamente objetivo y de interés.

CONCLUSIONES E INVITACIÓN FINAL



Ahora que ya conoces la importancia del **email marketing para tu negocio**, te quiero dejar una invitación. Quiero que pongas en práctica lo aprendido y que des tus primeros pasos creando tu primera campaña de email marketing **TOTALMENTE GRATIS**.

Accede a tu prueba gratuita de 14 días en el enlace:

[¡Comienza a construir tu primera campaña de email marketing!](#)

Espero que logres poner en funcionamiento tu estrategia y que puedas complementar toda esta información con material que te estaremos compartiendo en un futuro cercano.

¡No esperes más! Toma acción e impulsa tu negocio.

Se despiden deseándote mucho éxito
Equipo Posiciónate Digital



**POSICIÓNATE
DIGITAL**



www.posicionatedigital.com