



¡Auxilio! No abren mis *Newsletters* guía para Email Marketing



Email Marketing


En el mundo del Marketing Digital existen diversas herramientas que pueden ayudarte a conectar con usuarios, ganar leads, vender más y mantener el contacto con tu base de datos. Una de las más usadas (y más efectivas) es el Email Marketing.

El Email Marketing se trata de contactar a clientes y leads a través de su correo electrónico, curando contenido de acuerdo a su etapa en el embudo de conversión, ofreciéndole lo que puede interesarle y que lo hace conectar de manera más profunda con tu marca y tu capacidad de satisfacer sus necesidades.

¿Qué te parece si empezamos con datos impresionantes sobre el Email Marketing y su efectividad? (Fuente: wordstream.com). Aquí vamos:

- 1.** 86% de las personas prefieren comunicarse por email cuando se trata de relaciones B2B. Este número es altísimo y quiere decir que es una oportunidad gigante para sacarle el jugo a los correos electrónicos.
- 2.** 59% de los marketers B2B afirma que las ganancias son mejores gracias al Email Marketing.
- 3.** De acuerdo con 10 estudios, el martes es el mejor día para enviar correos.
- 4.** 56% de las marcas que usan emojis en los asuntos de sus correos tienen tasas de apertura más altas (inserte emojis sorprendidos).

- 5.** Los correos de bienvenida son los más efectivos. Hay casos en los que aumentan hasta un 320% las ganancias.
- 6.** Los suscritos a una lista de correos son más propensos a compartir información de la marca, comparados con los que llegan a la marca por otras vías.
- 7.** 80% de los profesionales de retail afirman que el email marketing es la mejor manera de retener clientes.
- 8.** 77% de las personas prefieren recibir correos con autorización previa.
- 9.** Si hablamos de dispositivos: tanto hombres como mujeres pueden convertirse en clientes si abren el correo desde un computador, mientras que las mujeres usan más la tablet y los hombres más el teléfono celular.
- 10.** 73% de los Millennials prefieren el Email como forma de comunicación con las marcas.
- 11.** Los correos de texto plano tienen más tasas de apertura. Menos es más y lo simple enamora.
- 12.** Para el 2019, se estima que los usuarios de correo electrónico serán 2.9 billones.
- 13.** Utilizar la palabra "Donar" en el asunto de Un email puede disminuir la tasa de apertura hasta un 50%.
- 14.** 28% de los usuarios afirma que le gustaría recibir emails promocionales un par de veces por semana.
Podríamos seguir enumerando factores que



Para el 2019, se estima que los usuarios de correo electrónico serán 2.9 billones

te convencen de que el correo electrónico es una de las mejores vías para conectar con tus clientes, pero creemos que ya entiendes el punto: Es importantísimo contar con una estrategia de Email Marketing, acorde con tus clientes, Buyer Personas y el punto del Buyer's Journey en el que se encuentran.

Sin embargo, antes de empezar a planificar esta estrategia, es vital conocer varios factores:

El Asunto y su importancia

¿Has escuchado la frase "No juzgues un libro por su portada"? Seguramente sí. En el caso de los emails, la "portada" de tu correo es el Asunto y lo cierto es que muchos usuarios juzgarán su contenido por este elemento. Un asunto atractivo y llamativo es fundamental para que el cliente quiera saber más, abra el correo y finalmente haga clic en el enlace que te interesa. Para esto, hay varios trucos como utilizar emojis y ciertas palabras que debes evitar (ver punto 13 de la lista anterior). De igual forma, las palabras positivas y que indican acción serán mejores para tu estrategia ("Descubre", "Aprende", "Excelente", "Único").

El contenido

Como te mencionamos en los datos, los textos simples tienen más efectividad que aquellos correos cargados de imágenes y botones ¿Por qué? Básicamente porque cada dispositivo es diferente y la calidad de conexión para cada usuario puede variar, afectando la visibilidad de ciertos elementos. Trata de mantenerlo simple, manejar un mensaje directo y ser amable, utilizando un lenguaje acorde a la personalidad de tu marca y a quien te lee. Además, esto reflejará el respeto que sientes por el tiempo de quien te lee.




CTAs o Llamados a la acción

Los CTAs o Call-To-Actions son invitaciones a realizar alguna acción. Uno de los factores más importantes de este elemento es el verbo ("Compra", "Descubre", "Inscríbete", "Únete") y casi siempre están acompañados por un botón o enlace que lleva al usuario a tu tienda o a una Landing Page en la que puede adquirir el producto en cuestión y seguir con su Buyer's Journey.

Métricas

Como ya debes saber, en Marketing Digital TODO es medible. En internet podemos encontrar las estadísticas de cada acción que toman los usuarios en nuestras herramientas online, y usarlas para nuestro beneficio. Por eso, a la hora de establecer tu estrate-



Identifica los objetivos y luego comparalos con los resultados de tu campaña

gia de Email Marketing es importante identificar los objetivos y luego compararlos con los resultados de tu campaña. Puedes medir la tasa de apertura del correo, lo que te dirá si tu asunto es atractivo o no. Puedes medir la tasa de clicks de cierto enlace, que te indicará si tu CTA está bien ubicado y redactado. Puedes medir la tasa de suscriptores que quieren darse de baja de tu base de datos, con esto puedes segmentar mejor tus listas o modificar la manera en la que te estás comunicando. Hay muchas formas de aplicar estos resultados para lograr una estrategia de Email Marketing positiva para tu empresa.

Plataformas

Hoy en día existen miles de plataformas para hacer buen Email Marketing, dos de las más populares son Mailchimp y Clientify, que son super amigables y fáciles de usar. Además te permiten incluir en tus campañas botones, videos, GIFs, emojis y más recursos que en-

riquecen el contenido y enamoran a tus clientes. Importante: Las versiones gratuitas de estas plataformas tienen límites de suscriptores y correos enviados.

Campañas de Goteo

Una de las maneras más efectivas de hacer Email Marketing es a través de Campañas de Goteo, que consisten en enviar correos con poco tiempo entre ellos, compartiendo una serie de videos o materiales ricos para que el usuario no pierda el flujo de información y tenga la expectativa del próximo email que recibirá.

Constancia y compromiso

En el Marketing Digital el crecimiento es directamente proporcional a la constancia. Crear contenidos originales no es fácil pero puede lograrse con práctica. Establecer un calendario de Email Marketing

que garantice el envío periódico de correos a una base de datos es fundamental para que los usuarios consideren a tu marca como un referente del campo. Si tus clientes esperan que una vez por semana les llegue un correo con tu excelente contenido, al no hacerlo muchos pueden sentirse defraudados y dejarán de creer en ti, verás que no abren tus correos con la misma frecuencia o hasta se darán de baja de la lista. La frecuencia y la constancia denotan seriedad y compromiso, y eso es muy valorado por los usuarios.



Consejitos extras

- Trabajar sin objetivos no solo es ir a ciegas, además es súper aburrido. Establecer metas para mejorar cada cierto tiempo tu estrategia de Email Marketing, le dará a tu equipo una motivación para mejorar y ver resultados exponenciales con cada correo.
- La Empatía es fundamental en todo este proceso: ponernos en los zapatos de nuestros clientes para saber qué necesitan y qué apreciarán en cierto punto de su Buyer's Journey puede ayudarnos muchísimo para ver que nuestras campañas son bien recibidas.

Entonces, si tu campaña de Email Marketing ha sido un poco floja o no tienes una establecida aún, no esperes más. Recuerda que es una de las maneras más efectivas de conectar con tus clientes, deleitarlos y convencerlos de que eligieron bien al suscribirse a tu Newsletter. Contar con una agencia como BTODigital puede enriquecer las estadísticas de tu Email Marketing, ya que contamos con profesionales expertos en escribir y diseñar contenidos atractivos y acordes al momento que viven tus clientes.

Empieza a enviar correos geniales que enamorarán a tus usuarios y los harán quedarse contigo para siempre.



BTODigital
www.btodigital.com



Medellín:
Transversal 39B 73A-21 Edificio Centro 39
Oficina 603,



Madrid
Calle Monte Esquinza, 30. Bajo - Izq.
28010 Madrid

Toledo
Calle Berna, 2. - Edif. Bulevar Planta 1 Of.6.
45003 Toledo