



Guía de Email Marketing

para Principiantes

Contenido

1. La guía de Emailbrain para emarketing.....	3
2. Como aprovechar al máximo al emarketing.....	3
1. Creando la Base de Datos de sus Clientes.....	5
1.1 Recolectando Direcciones de Email por Medio de su Página Web.....	6
1.2 Recolectando Direcciones de Email de sus Clientes.....	7
1.3 Recolectando Direcciones de Email de Clientes Potenciales.....	7
1.4 Recolectando Direcciones de Email–Aproche Directo.....	7
2. Creando sus Promociones de Email.....	9
2.1 Ofertas Limitadas.....	10
2.2 Ofertas de Último Minuto.....	10
2.3 Emails de Boletines.....	11
2.4 Información y Actualización de Productos.....	11
2.5 Boletines de Empleados.....	12
2.6 Invitaciones.....	12
2.7 Emails Luego de Promociones.....	13
2.8 Saludos Personales.....	12
3. Consejos para la Creación de Campañas de Email con Calidad.....	15
3.1 Hágalo Ver Bien.....	15
3.2 Hágalo útil.....	16
3.3 Hágalo Notable.....	17
3.4 Hágalo Personal	17
3.5 Hágalo Vender.....	18
3.6 Pruébelo Antes de Enviarlo.....	19
4. Información de la Compañía.....	20



El éxito de Email marketing es más que configurar una lista de distribución en Outlook y enviar emails a todos sus contactos diciéndoles que les compren algo.

El éxito de Email marketing es un proceso estratégico que puede y deberá:

- Incrementar sus ventas
- Reducir sus costos de mercadeo
- Construir lealtad en los clientes
- Reducir sus ciclos de venta
- General mas referidos
- Ahorrar tiempo automatizando su mercadeo.

Email marketing es una herramienta de mercadeo que está disponible en el mercado de hoy en día que es inmediata, flexible y costo efectivo. Por esta razón es por la cual muchos negocios la están utilizando. Pero pocos de esos negocios lo están haciendo como de verdad lo deben de hacer.

Este documento ha sido desarrollado para permitirle a usted obtener el uso completo del poder de Emailbrain, líder de email marketing, un sistema de administración de base de datos. No hay una “manera correcta” para hacer email marketing, pero hay mejores maneras.

Hay tres pasos para desarrollar su programa de email marketing:

1. Crear la base de datos de sus clientes
2. Enviar sus campañas de email
3. Hacer seguimiento de los resultados

Esta breve guía le proporcionara la información esencial para que pueda comenzar su estrategia de eMarketing.

La estrategia correcta para su negocio dependerá en los objetivos de mercadeo, sus objetivos de mercados y la naturaleza de su negocio.

Si necesita ayuda en cualquier momento para descifrar que es lo mejor para su negocio, por favor no dude en contactarnos.

[El Equipo de Emailbrain](#)



1. Creando la Base de Datos de sus Clientes

La información que ha recolectado sobre sus clientes le permitirá personalizar sus promociones, para que así usted obtenga los mejores resultados de sus esfuerzos eMarketing.

La información que usted necesite de sus clientes depende en la manera en la cual usted va a personalizar sus campañas, como va a llegar a los diferentes grupos de clientes, y de tal manera obtener la mejor respuesta de su eMarketing.

Alguna de la información que puede ser útil para usted, incluye:

- Información de contacto (especialmente dirección de email)
- Estatus del Cliente (como este cliente lo compara a usted con otros clientes)
- Como se entero de usted
- Información demográfica (edad, genero etc.)
- Información personal (nombres de los hijos, pasatiempos etc.)
- Historia de compras (que le han comprado y cuando)

¿Por qué molestarse usted en recolectar información tan detallada sobre sus clientes? La razón es que de esta manera usted podrá organizar su base de datos en diferentes grupos y podrá personalizar sus campañas dependiendo en sus necesidades.

Formato de Web



Interés del Cliente

Nombre

Email

Intereses Música
 Viajar
 Deportes

Enviar

Base de datos de email



Email objetivo enviado



Aquí hay algunos ejemplos para que los considere:

Información de contacto

- Organizado por código postal para enviar ofertas a diferentes áreas.
- Múltiple maneras de contactar para así incrementar la eficacia de sus campañas.

Estatus del Cliente

- Tener como objetivo llegar a esos clientes que hacen menos compras para así generar más ventas de ellos.
- Premios especiales para los clientes que mas ganancias dan.

Como se entero de usted

- Identificar las mejores estrategias promocionales
- Premiar a los referidos

Información demográfica

- Campañas teniendo como objetivo la audiencia femenina o masculina.
- Ofertas familiares
- Campañas teniendo como objetivo los diferentes grupos de edad.

Información Personal

- Notas para ayudarlo a identificar cual campaña será la mas relevante para cada cliente
- Notas para ayudarlo a evadir que un cliente reciba información innecesaria.
- Historia de contacto para hacerle seguimiento a procesos largos de ventas y construir una relación.

Historia de compras

- Llegando a usuarios con información de un producto en particular
- Llegando a clientes que no han comprado un producto de su rango.
- Programando recordatorios de re-compras

Información es igual a flexibilidad. Entre mas información puede recolectar de sus clientes, más flexible y más efectivo será su eMarketing.

Su próximo paso en desarrollar su plan de email marketing es implementar un sistema para asegurarse que su base de datos estén constante en crecimiento, en cierta manera que siga la privacidad y la legislación de anti-spam.

Entre más pronto comience a construir su lista, mas pronto empezara a ver resultados de sus campañas de eMarketing.

A continuación verá un breve resumen de cómo puede hacer crecer sus bases de datos.

1.1. Recolectando direcciones de email por vía de su página web.

Su página web puede ser una fuente muy lucrativa para obtener direcciones de email de clientes potenciales. Usted puede hacer esto de varias formas, incluyendo formatos de suscripción, formatos de encuestas, formatos de órdenes y formatos de retroalimentación.

1.2 Recolectando direcciones de emails de sus clientes.

Cientes nuevos y ya existentes son la fuente más fácil para obtener las direcciones de email para su base de datos.

Usted nunca debe dejar ir a un cliente de su empresa sin al menos obtener su dirección de email. Dependiendo en la clase de su negocio, esta se puede obtener al momento de la venta o mediante las promociones en los almacenes.

1.3 Recolectando direcciones de email de nuevos clientes potenciales.

Si usted desea crear una lista de clientes potenciales, usted generalmente debe de usar un poco de estrategia, y estar preparado para invertir un poco de dinero en la “creación” de su lista. Como una regla, las personas estarán dispuestas a darle a usted acceso a su bandeja de entrada si hay algo que les beneficie a ellos.

Muchas opciones para recolectar nuevos contactos existen, desde tener promociones en un almacén pequeño a tener una campaña de publicidad en una gran escala.

Por ejemplo, un hotel puede poner sus promociones en un periódico, ofreciendo estar en el sorteo de 3 noches gratis si simplemente va a su página web y se inscribe a sus boletines.

1.4. Recolectando direcciones de email– Comunicación Directa

Para algunas compañías, la mejor manera para crear la lista es salir y preguntar por las direcciones de email una a la vez. Esto puede ser bueno para mercados de Empresa-A – Empresa (Business-to-Business B2B). Su énfasis aquí es obtener el permiso para enviar información por medio de emails.

Esto puede ser hecho mediante el teléfono (por medio de su equipo de ventas, telemarketers, usted mismo o en persona.).

Los Sigüientes Pasos

Comenzar es lo más importante, y la mejor manera es creando su base de datos.

1. Creé una base de datos de sus clientes en su cuenta de Emailbrain.
2. Cargue toda la información de contactos de sus actuales clientes.
3. Comience a recolectar datos de sus nuevos clientes.

Una vez usted ya tenga todo lista, el próximo paso es diseñar y enviar sus campañas de email.

2. Creando sus Promociones de Email

Usted está usando email marketing como un medio porque quiere incrementar sus ventas, usando precios bajos y una herramienta de comunicación instantánea. Su próximo reto es darse a ver en medio de todos los mensajes y que su audiencia los lea.

La mejor manera para que sus emails sean leídos, es hacer que sus clientes los quieran leer y esperan recibir sus comunicaciones. Cada cliente le vera un valor diferente a sus comunicados y depende de usted darle este valor. Las secciones a continuación le ayudara a identificar la mejor estrategia para entregarle a sus clientes el mayor valor.

Algunos de los contenidos de email más exitosos incluyen:

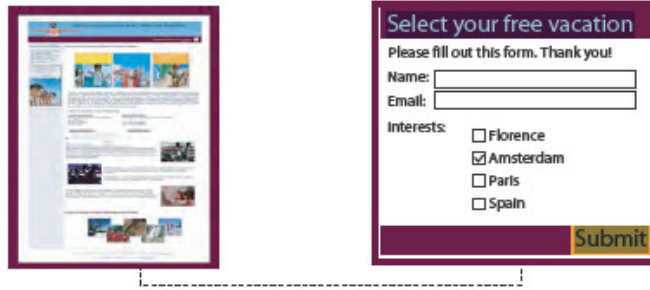
- Información relevante sobre sus necesidades
- Ofertas y descuentos especiales
- Información sobre desarrollos de productos y nuevos servicios
- Noticias de la industria
- Información específica de su área de experiencia
- Casos de estudios y ejemplos que usted ha hecho con sus otros clientes.

Email marketing le funcionara mejor a su negocio si usted les puede ofrecer algo a sus clientes, algo que tenga valor para ellos, pero que no afecte su rentabilidad.

Algunos ejemplos son:

- Información relevante
- Descuentos %
- Regalos gratis
- Periodos de prueba gratis
- Términos de pagos flexibles.

Los emails pueden ser usados como un medio de publicidad, de mercadeo directo, una venta directa y una herramienta de fidelidad o una combinación de todos.



A continuación hay un breve resumen de los diferentes tipos de campañas de email que usted puede querer usar.

2.1 Ofertas Limitadas

Los emails son tan inmediatos que le permiten tener una respuesta pronta de sus ofertas. Haciendo su oferta más limitada, usted puede incrementar la velocidad de las respuestas que obtendrá:

- Solamente 5 disponibles
- Sólo esta semana
- Solamente Hoy
- Responda en los próximos 30 minutos (muchos de las personas de su lista recibieran el email minutos después de usted haberlo enviado).

También puede usar limites para que los tiempos de menos flujo en su empresa tenga más movimiento:

- Valido sólo después de las 2pm
- Valido antes de las 11am
- Valido sólo los lunes en la noche
- Oferta valida sólo los fines de semana

2.2 Ofertas de último minuto

El correo electrónico es una gran manera de poder salir de ese inventario que tanto le molesta. Usted puede enviar una campaña de email marketing a una pequeña parte de su base de datos comentándoles sobre la oferta de último minuto. Cada vez que envíe estas promociones de último minuto cambie las personas, y así no los acostumbra a recibir estas promociones y así cuando llegan realmente aprovechan y compran.

esta estrategia es bien recibida por compañías de servicio. Porque el email es instantáneo,

y que pueden llenar esos últimos espacios vacíos, espacios que antes no le generarían ingresos.

2.3 Boletines de Email

Los boletines de email son la herramienta ideal para crear y mantener una relación de largo plazo con sus clientes. Normalmente cuando hay ofertas especiales o promociones son hechas para que las ventas incrementen y el producto se vaya lo más pronto posible, generar fidelidad con los clientes y incrementar las ventas con el paso del tiempo.

EL objetivo de un boletín de email es entregar contenido valioso a las bandejas de entradas de sus clientes.

Alguno ejemplos de contenidos valiosos son:

- Casos de estudios
- Consejos
- Columnas con avances
- Preguntas frecuentes
- Asuntos técnicos explicados en términos fáciles de entender.
- Análisis de expertos en temas de actualidad que tenga importancia a sus clientes.



2.4 Actualización de productos & Información

Los emails son una manera genial para lanzar nuevos productos y servicios a una audiencia receptiva o para informar a clientes ya existentes de las nuevas características y ventajas:

- Actualizaciones de productos
- Nuevos modelos

- Nuevas características
- Nuevos servicios

Para el éxito de su campaña es importante que usted se mantenga enfocado en darle valor a su cliente y cuando sea posible le de razón de responder:

- Pruebas Gratis
- Ofertas introductorias
- Regalos promocionales y/o descuentos

2.5 Boletines de Empleados

Recuerde de siempre estar en comunicación con sus empleados. Un email enviado por medio de su empresa, sin importar que tamaño tenga, le proporciona a usted grandes molestias de quien lo recibió, quien lo vio y que todo el mundo si está al día con todos los temas de la empresa, temas tales como:

- Próximas promociones
- Importantes anuncios
- Pólizas y procedimientos
- Eventos y actividades de los empleados

2.6 Invitaciones

¿Va a tener un evento? Invite a sus clientes que sean parte del evento enviándoles un email, y hágalos registrar en el formato en línea. Un email puede ser una manera excelente de mantener los costos bajos y la asistencia alta, cuando organiza eventos tales como:

- Lanzamiento de productos
- Sesiones informativas
- Seminarios
- Eventos sociales
- Eventos para recaudar fondos
- Entrenamientos especiales
- Ensayos

Las invitaciones a eventos ayuda a crear un sentimiento que usted valora a su cliente y el lo vera así. El costo más grande al hacer un evento es la impresión y el envío de las invitaciones; así que usando email, el costo no será un obstáculo.

2.7. Emails Luego de las Ventas

Usted puede automatizar algunos (si no todos) de sus servicios después de las ventas usando Emailbrain. Sus clientes les gustara saber que no los han olvidado después que el cheque a sido cobrado y un simple email puede hacer la diferencia. Algunos de los ejemplos de los emails después de las ventas son:

- Dando las gracias por sus compras(negocios)
- Consejos de mantenimiento y cuidado
- Ayudas
- Encuesta de satisfacción después de la compra.

2.8 Saludos Personales

Hay una razón por la cual a recolectado las fechas de los cumpleaños de sus clientes, la cual es poderles enviar una tarjeta de cumpleaños. Usando Emailbrain usted podrá enviar varios emails estándares personalizados, el cual puede enviar a segmentos pequeños de su base de datos en el momento apropiado:

- Tarjeta de cumpleaños
- Recordatorios ("sólo quería dejarle saber que pronto debe de hacer su pedido de nuevo")
- Mensajes dejándolos saber que no se han olvidado de ellos
- Encuesta de satisfacción luego de la compra

Siguiente paso

Usted aprenderá que funciona mejor para su compañía al hacer varias campañas de pruebas:

- Resuma 2-3 campañas que puede probar
- Crea los boletines en su cuenta de Emailbrain
- Envíe las campañas a una lista de contactos especiales
- Llame a esos contactos y pídale retroalimentación

Una vez haya hecho esto, el próximo paso es medir los resultados.

3. Consejos para Crear Campañas de Email de Calidad

Hacerse notar en medio de todos los emails que tiene en su bandeja de entrada es un reto y uno que sólo se puede lograr si envía emails de alta calidad, relevantes y valiosos para su lista de contactos.

En otras palabras, tiene que hacer que sus contactos quieran responder sus emails y quieren recibir mas.

Aquí hay algunos pasos para asegurar que sus emails sean efectivos:

3.1 Hágalo ver bien

Paso 1

El diseño de su plantilla tiene un significado muy importante, ya que estas son la responsables de cómo sus clientes perciban sus campañas.

Algunos factores de que debe de considerar cuando diseñe su plantilla son:

- Use imágenes y gráficos de buena calidad
- No lo sature con mucho contenido o gráficos
- Recuerde que en la mayoría de los bandejas de entradas hay un panel de vista previa con un espacio pequeño, use ese espacio para mostrar su marca y hacer llegar el mensaje.

Aunque plantillas de Emailbrain son hechas para que usted pueda hacer sus boletines fácilmente y rápido, debería considerar que un diseñador profesional diseñe su plantilla inicial.



3.2 Hágalo Útil y Utilizable

Paso 2

Manténgase enfocado en sus clientes mientras crea sus campañas, ya que los emails son una manera fácil y económica de usar. Muchas compañías caen en la trampa de enviar basura vieja, esperando que les funcione. Recuerde que aunque enviar un email es muy fácil, también puede ser saturado fácilmente.

Cosas que debe tener en cuenta:

- Tenga contenido que para sus clientes se relevante y tengan valor.
- Use párrafos cortos y muchos subtítulos.
- Incluya enlaces a las secciones correspondientes de su página web para más información.
- Sea específico, de soluciones reales y no soluciones generales.
- Siempre revise la información que escribió, ya que tener errores de gramática y ortografía puede hacerlo perder credibilidad.
- Compruebe que los enlaces en sus boletines si lo lleven a la pagina correcta.

Emailbrain le permite agregar cualquier contenido y de la manera que usted lo desee. Esto le permite analizar bien que quieren sus clientes cuando vean sus campañas.

3.3 Hágalo Notable

Paso 3

La parte más importante de hacer su email de marketing correctamente es hacerle llegar la información correcta a las personas correctas.

Pregúntese usted mismo cada vez que esté planeando una campaña nueva esta pregunta: “¿Estaría yo contento en recibir este correo?”

Hacer sus campañas notables es muy importante por dos razones:

1. Incrementara el porcentaje de respuesta
2. incrementara el periodo de vida de su email, por medio de la reducción de datos de baja.

Algunas cosas que deben de considerar cuando planean sus campañas:

- Que beneficios hay para sus clientes (promociones, ofertas, información etc)
- ¿Es esto útil para todos los clientes o sólo algunos?
- ¿Qué hay de nuevo?
- ¿Ha funcionado esto en el pasado?
- ¿Cómo puedo obtener retroalimentación de esta campaña?

3.4 Hágalo Personal

Paso 4

Mensajes no deseados pueden versen como spam o pueden versen como un mensaje personal de parte suya a su cliente. Esto depende de la manera en la cual lo use.

Aquí le decimos como puede personalizar sus campañas de email:

- Saludes por su nombre: “Estimado Roberto”
- Adapte ofertas a las necesidades de los diferentes grupos de clientes
- Pida retroalimentación

Personalizar sus emails es muy simple con Emailbrain. Puede parecer como un detalle pequeño, pero saludar a sus clientes por su nombre y enviarles información personalizada, demuestra que usted entiende sus necesidades y hará una gran diferencia en el desarrollo de su campaña.

3.5 Hágalo Vender

Paso 5

Esta es la idea principal ¿o no? Hasta los emails que están creando una relación con los clientes deben de tener un elemento que de la opción de venta. Pero esto no quiere decir que le tiene que ofrecer cosas poco significativas a sus clientes más valiosos. Quiere decir que a usted no le debe de dar miedo decirles que hagan negocios una vez más con usted, y lo debe de hacer confidencialmente.

Aquí hay algunas maneras que usted puede incrementar las “ventas” en sus emails:

El campo “De” (remitente)

La primera cosa que hacen las personas cuando revisando su email es la columna “de”. Si no conocen el nombre hay una probabilidad muy alta que el próximo botón que presionen es el de eliminar. Aquí hay tres opciones que funcionan:

1. Poner el nombre de la persona que ellos conocen y confíen (representante de ventas, gerente etc.)
2. Un grupo al que ellos pertenezcan (ABC viajeros frecuentes, ZXY club de premios etc.)
3. Una compañía en la cual ellos confían (DEF Contadores, Inversiones NMO etc.)

Una vez usted haya seleccionado su enfoque, usted debe ser constante con este para que sus destinatarios reconozcan sus emails, y así puede evitar los filtros de spam.

Línea de Asunto

Si ellos reconocen el nombre de la columna “de”, la próxima cosa que van a ver es el asunto de email. Si el asunto es de poco interés o de cero interés, este será ignorado o eliminado. Si el asunto parece ser interesante tiene mayores probabilidades que sea abierto y leído:

- Manténgalo corto, sólo las primeras palabras serán visibles en la mayoría de los casos.
- Enfóquese en el beneficio del lector
- Enfóquese en el beneficio de leer el artículo (aprenda, descubra, resuelva etc.)
- Trate de usar una pregunta (Qué estarás haciendo hoy en la noche,Cuál es tu chocolate favorito, Etc.) Note que no hay signos de interrogación
- Evite usar trucos

Contenido

- Use una frase que les deje saber que obtendrán si continúan leyendo
- Escriba el texto pensando en sus clientes
- Hágales una oferta
- Use formatos para capturar detalles de clientes potenciales
- Abra y cierre su email con su información de contacto.

3.6 Hágase un envío de prueba antes de enviar

Paso 6

Los errores pueden ser muy vergonzosos, y pueden ser perjudiciales. Siempre haga una prueba de su email antes de enviarlo.

La mejor manera para evitar errores vergonzosos es:

- Cree una lista de contactos que se llame “grupo de prueba”
- Inclúyase usted mismo y empleados claves en la lista.
- Envíe cada email al grupo de prueba
- Revise los detalles del email
- Revise el texto por ortografía y gramática
- Revise que todos los enlaces funcionen
- Haga los cambios que sean requeridos
- Envíelo de nuevo

Cuando este seguro que el email está listo para ser enviado, la pantalla final del proceso de envío le dará una última oportunidad para asegurarse que todo está bien.

- Revise que haya seleccionado los emails correctos
- Revise que haya seleccionado la base de datos correcta
- Revise que haya seleccionado la hora y la fecha correcta para el envío.

Si usted ha hecho todo lo mencionado, incluyendo todas las secciones anteriormente explicadas, entonces usted se ha dado la mejor oportunidad de obtener una campaña exitosa.

ERROR: stackunderflow
OFFENDING COMMAND: ~

STACK: