

Tema 1. Introducción al email marketing



Israel López Plata
ilopezpl@ull.edu.es

Christopher Expósito-Izquierdo
cexposit@ull.edu.es

Airam Expósito-Márquez
aexposim@ull.edu.es

1 Introducción al email marketing

- Introducción
- Newsletter
- Ejemplos de Newsletter
- Ventajas de una Newsletter
- Razones para Implementar Newsletter
- Conceptos Básicos
- Aspectos a Tener en Cuenta
- Aspectos a Tener en Cuenta. Objetivos

Introducción al email marketing: Introducción

Decían que el correo había muerto cuando las redes sociales comenzaron a adueñarse de Internet:

Email Marketing	Redes Sociales
El usuario no suele cambiar de correo	El usuario suele cambiar de RRSS
Los correos recibidos son de la marca	Los seguidores de una página en Facebook son de la red social no de la marca
La conversión suele ser más alta y más económica	La conversión suele ser más escasa y más cara
Un correo se queda en la bandeja a no ser que sea eliminado	Una publicación no alcanza a toda la audiencia y muchas veces pasa desapercibida
Es más fácil hacer campañas segmentadas a un público concreto	Es más difícil segmentar, sólo en Facebook es fácil, en las demás es complejo
El correo es una herramienta de venta directa, se puede seducir y conseguir conversión	En redes sociales la seducción puede no ser del todo efectiva

Introducción al email marketing: Introducción



La combinación del uso de redes sociales junto con e-mail marketing suele ser la mejor estrategia para las marcas

Introducción al email marketing: Newsletter

Newsletter

Es un **boletín informativo** que se distribuye de forma **regular** mediante el **correo electrónico**. La información que contiene es **de interés** para los **suscriptores**



Introducción al email marketing: Ejemplos de Newsletter

Formación Marítima y Portuaria

Recibidos x



Cámara de Comercio Santa Cruz de Tenerife boletin@camaratenerife.com [a través de](#) ma
para mí

8:42 (hace 3 horas)



Cámara
Santa Cruz de Tenerife

▶ Entérate antes que
nadie:
síguenos en



▶ Si tienes problemas para
ver
el mensaje, puedes [verlo on
line](#)

FORMACIÓN

enic

ESCUELA DE NEGOCIOS DE LAS ISLAS CANARIAS

**Formación Marítima y
Portuaria**

Introducción al email marketing: Ejemplos de Newsletter

[Si no ves este email correctamente - Haz Click Aquí](#)

Newsletter del 17 Febrero 2017

eSMARTCITY.es

Todo sobre Ciudades Inteligentes

NOTICIAS



Los Destinos Turísticos Inteligentes se debaten en Murcia

Categoría: [Ciudades Inteligentes](#)



Pilotar drones se hace accesible a personas con discapacidad

Categoría: [Gobierno y Economía](#)

PATROCINIO PLATA

PHILIPS

PATROCINIO BRONCE

 **envac**
REMOVING WASTE - CREATING VALUE

 **CIC**

Introducción al email marketing: Ventajas de una Newsletter



- El público que la recibe de verdad **le importa** el contenido
- **Influye** en los suscriptores de manera indirecta
- No requiere de una gran inversión económica
- Hace que los suscriptores estén informados de las últimas noticias y promociones de la marca

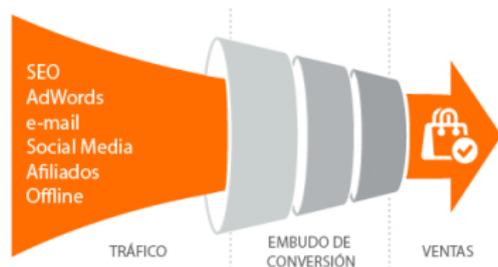
Introducción al email marketing: Ventajas de una Newsletter

- Es una de las fuentes más grande de **tráfico** a la web o blog corporativo
- Es un canal ideal para **fidelizar** a clientes
- Es uno de los mejores canales para vender. Si se tiene una buena estrategia se puede tener más conversiones que en otros canales



Introducción al email marketing: Razones para Implementar Newsletter

- Hay más de 3.2 billones de cuentas de correo electrónico creadas
- A través de la newsletter se puede fidelizar clientes, ofreciéndoles siempre algo mejor que a los no suscritos
- Las newsletter pueden segmentarse y por ende ser personalizadas
- Los newsletter funcionan también desde dispositivos móviles
- El envío de una newsletter ofrece más posibilidades de **conversión** que una publicación en redes sociales



Introducción al email marketing: Conceptos Básicos

Término	Definición
Newsletter	El newsletter es una publicación digital más bien informativa que se distribuye a través del correo electrónico con cierta periodicidad (diaria, semanal, mensual, bimensual o trimestral). Normalmente contienen artículos de interés sobre la marca y del ámbito en que la misma se desenvuelve. Los que reciben este tipo de comunicaciones son suscriptores que previamente han mostrado interés en la marca y han solicitado recibir información por correo.
Mailing	El mailing es una formato más de publicidad utilizado mayormente para promocionar servicios y productos de una marca. Se suele enviar a bases de datos masivas no propias a la marca.
Email Marketing	El email-marketing es una técnica utilizada por las marcas para contactar con su público objetivo a través del correo electrónico. Esta técnica de marketing incluye newsletters y mailing y sobre todo una buena estrategia que avale las acciones que se realizan.

Introducción al email marketing: Conceptos Básicos

Término	Definición
Autorespondedores	El auto respondedor es una funcionalidad que ofrecen las herramientas de email marketing para que los creadores de campañas puedan dejar correos predeterminados que se envían de forma automática según la acción que quiere el creador. Por ejemplo, el típico de bienvenida, de baja o confirmaciones.
A / B	Es una técnica que consiste dividir una campaña de email marketing en dos partes para confirmar cuál es más efectiva. Se suele primero enviar a una parte de la lista. La opción que mejor funcione es la que luego se envía al resto de suscriptores de una lista. Esto es de las mejores cosas que he probado.
Llamada a la acción	Las llamadas a la acción o su abreviación (CTAs en inglés) se refieren a los textos o botones que motivan a los usuarios a realizar una determinada acción. Por ejemplo botón de ver más, o enlaces clicables con algún mensaje seductor, como compra aquí .
Listas	Las listas son utilizadas para recopilar y organizar usuarios determinados bajo una misma categoría. Por ejemplo, tengo una lista para los que se suscriben a mi blog y otra lista de clientes.
Campañas	Una campaña es el proceso de configurar el envío de un correo a una lista determina. Incluye desde la configuración básica hasta el diseño y programación de envío.

Introducción al email marketing: Conceptos Básicos

Término	Definición
Suscripción o Opt in	Es cuando un usuario hace clic para suscribirse a una lista y recibir comunicaciones por correo.
Suscripción y confirmación o Double Opt in	Esto se refiere a cuando un usuario tiene que confirmar a través de un correo electrónico que desea estar en una lista (base de datos). El primer paso siempre suele ser a través de un formulario.
Baja o Opt Out	Una baja representa un usuario que ha decidido darse de baja de tu lista de suscriptores. Esto puede deberse a distintos motivos y es una de las mayores preocupaciones de las marcas.
Rebote duro o Hardbounce	Esto suele aparecer al momento de enviar una campaña. Rebote duro se refiere a un error con correos que no existen o que están bloqueados temporalmente.
Rebote suave o Softbounce	Un rebote suave significa que temporalmente no ha podido ser enviado el correo. Las situaciones más comunes son por correo lleno o problemas de servidor.
Clics	Aunque su propio nombre lo indica, se refiere a la cantidad de veces que un enlace de la campaña ha sido pinchado por los usuarios.

Introducción al email marketing: Conceptos Básicos

Término	Definición
Tasa de apertura o Openrate	La tasa de apertura representa el porcentaje de usuarios que han abierto una determinada campaña. Aunque se muestra en % siempre también se ofrece el número exacto de aperturas y quienes fueron.
Índice de apertura o Delivery Rate	Se refiere al total de correos que han sido enviados de una campaña en concreto.
Índice de clics sobre aperturas o Click Through Open Rate	Se refiere al porcentaje de clics que ha recibido una campaña en comparación con las aperturas (correos leídos). Se dividen los clics entre la apertura.
Etiquetas o TAGS	Las etiquetas son utilizadas para sustituir de forma automática determinadas acciones. Por ejemplo, hay etiquetas para darse de baja, para ver en navegador, etc...
SPAM	Aunque el término es conocido a nivel internacional. En Email Marketing se suele a referir a cuando un usuario expresa que la comunicación que ha recibido es SPAM, es decir que no la quiere recibir más.

Introducción al email marketing: Aspectos a Tener en Cuenta

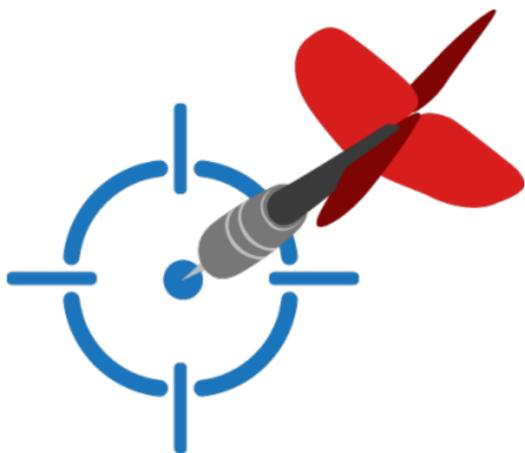
- Para crear, optimizar, enviar y analizar las campañas realizadas
- La base de datos es un gran **activo** de cualquier marca
- Para que una campaña de e-mail marketing funcione mejor se debe incluir elementos gráficos, de ahí la importancia de que se cuente con buenos recursos visuales
- El **copywriting** es sin duda algo que hay que utilizar estratégicamente, hay textos que venden y otros que no
- El **presupuesto** para campañas de e-mail marketing es variable. Por ejemplo, generación de contenidos, diseño y herramientas de e-mail marketing

Introducción al email marketing: Aspectos a Tener en Cuenta

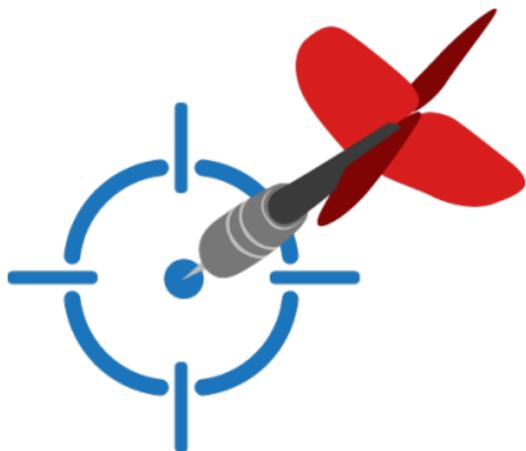


Introducción al email marketing: Aspectos a Tener en Cuenta. Objetivos

- Crear un canal nuevo para fidelizar al público
- Crear un canal nuevo para vender al público
- Crear un canal para promoción de la marca
- Aumentar las ventas a través de la newsletter
- Aumentar la cantidad de suscriptores



Introducción al email marketing: Aspectos a Tener en Cuenta. Objetivos



- Aumentar el tráfico a web/blog
- Crear una base de datos con público
- Simplificar el proceso de venta
- Reducir los costes del proceso de venta

Introducción al email marketing: Aspectos a Tener en Cuenta. Objetivos

- Aumentar el 15% de las ventas
- Aumentar un 20% al mes de los suscriptores a la newsletter
- Aumentar el tráfico proveniente de newsletters en un 30%
- Reducir en un 20% el proceso de venta
- Aumentar la tasa de apertura



Tema 1. Introducción al email marketing



Israel López Plata
ilopezpl@ull.edu.es

Christopher Expósito-Izquierdo
cexposit@ull.edu.es

Airam Expósito-Márquez
aexposim@ull.edu.es