

Maneja como
Experta
el Email Marketing
de la A a la Z





¡El email marketing no funcional es común

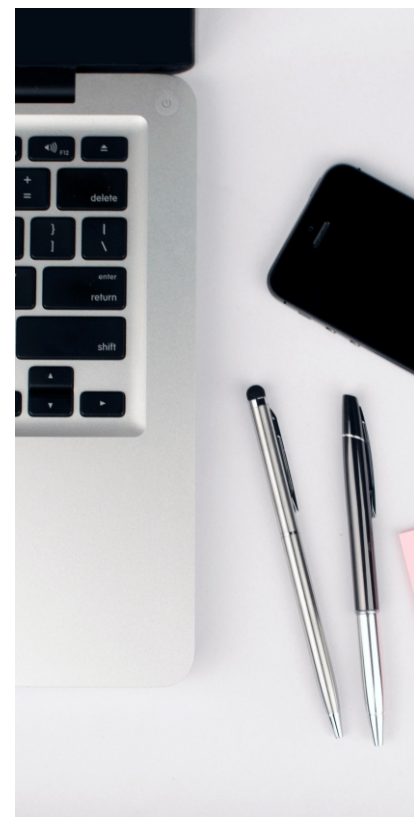
pensar que NO, muchas veces lo he escuchado y digo: esta persona no está familiarizada con la importancia de esta herramienta y mucho menos con la estrategia.

Sin embargo, la realidad es que: ¡no ha pasado de moda y llegó para quedarse! A pesar de la importancia que han venido tomando las redes sociales estas no han logrado desplazar al email marketing ¿qué dirías si te digo que el 91% de los usuarios revisan su mail a diario y que además esta práctica tiene un ROI de 4.300%?

Particularmente a mí también me costó un poco creer en el poder de este monstruo del mercadeo. Al igual que muchos, estaba convencida de que con Facebook y Twitter ya mi marketing no podía ser más interesante pero... ¡estaba equivocada! Mis creencias no estaban basadas en nada, sin embargo las estadísticas y los resultados hablaron por sí mismos. Por eso “no hay que suponer absolutamente nada ni creer que uno sabe, porque la realidad puede ser diferente” como dice una de mis coaches. Es más conveniente practicar el “solo sé que no sé nada” de Sócrates.

El email marketing es una de las herramientas más poderosas cuando quieres conectarte con tus clientes potenciales para después fidelizarlos. En el email marketing hay muchísimo potencial que se puede desarrollar para conseguir nuestro objetivo final, recuerda prestar atención al diseño de la llamada a la acción ya que de ella va a depender el comportamiento del usuario.

¿Por qué es importante para tu negocio? cuando evaluamos herramientas para incluir en nuestro marketing, o en la optimización de nuestro negocio, es necesario tener en cuenta que debemos plantear nuestros objetivos, medir las acciones y nos debe permitir conectar con las audiencias sin que parezcamos unos robots.



Estas y otras ventajas las puedes encontrar con el uso del email marketing pero ATENCIÓN la planificación, la estrategia y la medición deben realizarse.

¡Ninguna herramienta es MILAGROSA!

- En promedio el 95% de las personas envía mínimo un email diario.
- Puedes ser más independiente ya que puedes enviar lo que deseas a tu lista sin tener limitaciones, como por ejemplo las que impone Facebook.
- El correo electrónico es mucho más efectivo para conectar con tus clientes potenciales por encima de cualquier red social
- A los clientes potenciales se les hace mucho más fácil comunicarse contigo a través de un email, ya que se siente más íntimo, es más un contacto uno a uno.
- Una de cuatro personas que reciben emails marketing con fines comerciales de fidelización responden de forma activa.

¿Sabías que cada segundo salen 1.2 millones de correos electrónicos desde nuestros teléfonos inteligentes? ¿Es bastante verdad? Sigue leyendo... aún hay más.



- Cada dirección de correo que tienes en tu lista de email tiene un valor de 1 euro y ¿sabes algo más? te dará un rendimiento de más de 44,25 euros.
- Es una vía directa que te acerca a tus clientes potenciales, lo que te permitirá aumentar el retorno de tu inversión.
- Según la revista Forbes, una de las más famosas y confiables en Estados Unidos, en su encuesta sobre la efectividad del email marketing concluyó que ésta es el segundo canal que más ayuda al posicionamiento SEO.
- Permite una comunicación directa con tus suscriptores sin distracciones, diferente a como sucede en Facebook.
- Los clientes potenciales que se suscriben en tu lista tienen un interés real en tu producto o marca personal, ya saben lo que pueden obtener y están interesados en lo que ofreces. Así que no te sientas mal cuando las personas cancelan sus suscripciones a tu lista de email marketing, eso significa que no están interesados en tu productos/servicios/ marca y la realidad es que no necesitas tener personas en tu listas solo para aumentar el número de suscriptores **¡Necesitas es potenciales clientes!**



- Los mensajes personalizados hacen que los clientes potenciales se sientan más importantes y tomados en cuenta.
- Existen 3 veces más cuentas de emails que de Facebook y Twitter.
- El email es el canal preferido para comunicación empresarial.
- Los emails existirán en todo momento, ¿no crees?.
- Podrás conocer con más exactitud a tu audiencia mediante este canal.
- Es la herramienta ideal para cualquier campaña de marketing en línea que tenga por objetivo hacer crecer tu marca personal.
- Con el uso de los smartphones es fácil que tu audiencia reciba un mail en cualquier lugar.
- Es complemente efectivo como canal informativo.
- El email marketing es medible algo que es extremadamente importante para los negocios en línea.
- Crearás confianza con tus suscriptores.

¿Por qué usar esta herramienta? En este mundo digital existen miles de herramientas, algunas pagas, algunas gratis ¡OJO: NO TODAS TIENEN BENEFICIOS! Sin embargo, al hablar de email marketing te contaré todos los que he experimentado, la idea no es hablarte de algo que no conozco, la idea es hablarte desde mi experticia sobre mi herramienta favorita.

Te cuento que me ha permitido:

1. Conexión con mis clientes
2. Me ahorra mucho tiempo que puedo invertir con mi familia o en mí.
3. Los Emails llegarán en tiempo real, así no esté del otro lado de la computadora.
4. Permite una comunicación frecuente entre mis clientes potenciales y clientes.
5. Tengo la libertad de escribir lo que desees sin depender de una plataforma que no me pertenece, como por ejemplo Facebook.
6. Los costos asociados pueden considerarse bajos para el ROI que representa.
7. Puedo lograr una segmentación ideal.
8. Mi lista está llena de clientes potenciales que en verdad están interesados en mi negocio y eso lo puedes lograr tú también.
9. Cada mail puede tener un llamado a la acción que dependerá de tus objetivos.
10. Es fácil de crear.



Mis suscriptores tienen la posibilidad de compartir mi contenido de email marketing y así otras personas reciben la información de manera gratuita, esto generalmente termina en nuevas suscritas a mi lista.

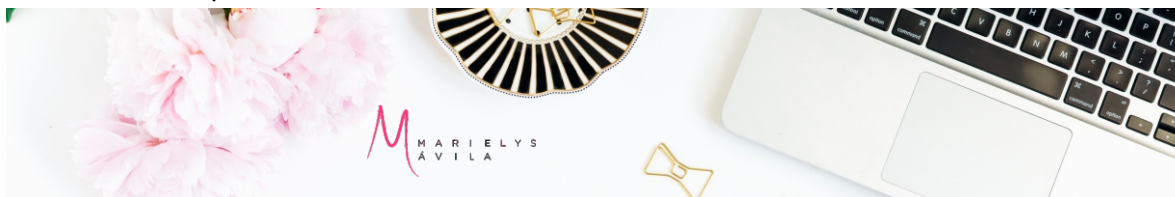
12. No importa en qué lugar del mundo me encuentre.
13. Se genera una relación más profunda con los suscriptores.
14. Puedo experimentar qué contenidos funcionan adecuadamente a mi nicho de mercado.
15. Puedo controlar el auto respondedor y medir si los mails han sido exitosos o no.
16. He logrado a través del email marketing la fidelización de mis clientes potenciales.

¿Necesitas más argumentos? ¡Estoy segura que no!

Advertencia: también quiero mostrarte por qué muchas personas no confían en esta herramienta y cuáles han sido sus errores hasta el momento. No caigas en lo mismo! Sácale el provecho necesario y aumenta el retorno de la inversión.

¿Qué no debemos hacer?

1. Comprar una lista con direcciones de emails sin consentimiento de los suscriptores, Resultado: te van a señalar como spam.
2. No utilizar las herramientas adecuadas.
3. No tener una estrategia.
4. No separar las listas, usar una sola donde se encuentran todos los suscriptores sin segmentar.
5. Escribirles únicamente de vez en cuando, sin una periodicidad establecida.
6. No lograr una conexión real con los posibles clientes a través de los emails.
7. No medir los resultados generados
8. Enviar emails sin hacer una prueba previa de cómo se verá o si está optimizado para móvil.
9. No colocar un buen título ¡sin un buen título no van a abrir el mail! Este punto es totalmente importante.



10. No permitir que los suscriptores puedan decidir si cancelan sus suscripciones a tu lista ¡dales libertad! No tienen que quererte de manera obligada.
11. No tener un diseño profesional de los emails que se van a enviar
12. No conocer tus estadísticas
13. hacer todo el proceso manual ¡todo se puede optimizar!
14. Enviar los emails desde una dirección noreplay@, dales la oportunidad de responderte directamente en el mail, ya que estas direcciones pueden disminuir el % de apertura. ¡Dile NO al noreplay!
15. No ponerle el link directo hasta tu página web.
16. Llamarlo Newsletter, la gente es alérgica, piensa un nombre creativo y más agradable que intrigue y emocione a la gente.
17. Enviar emails sin generar ningún valor al suscriptor, la idea es que los intrigue y los empuje a abrirlos.
18. Enviar contenido concentrados nada más en el producto y la venta, pero no en el cliente potencial, recuerda: él debe ser el tema central, si tiene un problema ¡tú lo resuelves!
19. Emails distantes, fríos, sin emoción, que no dejan ver quién eres, a la gente le gusta hacer negocios con personas reales, concórtate a ti y tu experiencia.

Finalmente, el email marketing al igual que otras herramientas funcionan de la mano de la estrategia, los objetivos claros y el conocimiento. Por tanto, debemos aprender a usarlo para que nuestro retorno de la inversión aumente.

Posiblemente pienses que se puede aprender con “ensayo y error”, pero temo decirte que de esa manera perderás, tiempo y dinero.

M
M A R I E L Y S
Á V I L A

