

Guía 10 consejos para crear buenos envíos de Email Marketing

UN TUTORIAL DE:



MDirector

ANTEVENIO EMAIL MARKETING TOOL

Contenido

- 03 Introducción
- 05 Consejo 1: Piensa en el lector
- 06 Consejo 2: Ponte objetivos
- 07 Consejo 3: Decide el diseño
- 08 Consejo 4: Sé breve y conciso
- 09 Consejo 5: Trabaja la cabecera
- 10 Consejo 6: Presta atención a los titulares
- 11 Consejo 7: Utiliza imágenes
- 12 Consejo 8: Sé regular
- 13 Consejo 9: No descuides el pie de página
- 14 Consejo 10: Analiza los resultados



Guía 10 consejos para crear buenos envíos de Email Marketing

Los envíos de Email Marketing pueden ser una buena forma de mantener una **comunicación fluida y directa** con nuestro público, pero debemos tener en cuenta muchos factores a la hora de realizar los envíos para que sean leídos.

Una vez que hemos conseguido el paso más difícil, que es conseguir resultar lo suficientemente interesantes para que una persona se suscriba a nuestra lista, llega el momento de ofrecerle **contenido de calidad** y mantener su interés de forma prolongada en el tiempo.

Una **newsletter**, por ejemplo, no es más que una **publicación regular** que una empresa manda a sus suscriptores por email. La temática puede ser variada, y puede incluir desde novedades de productos hasta noticias de la empresa u ofertas periódicas.



Recordemos que se trata de un tipo de comunicación **más permisivo** que otros medios, ya que cuenta con la autorización de la persona para recibir mensajes comerciales a través del correo electrónico por parte de la empresa.

Pero antes de nada, tenemos que tener clara una cosa. Con la cantidad de emails (y spam) que la gente recibe en sus correos electrónicos, debemos destacar para ser leídos y conseguir nuestro objetivo. Las personas apenas escanean los asuntos y dedican unos segundos a ver el contenido de los emails, por lo que debemos ser relevantes y atrapar su atención en el mínimo tiempo posible.

Por eso, hemos creado esta lista con **10 consejos para ayudaros a crear buenos envíos de Email Marketing.**

Consejo 1: Piensa en el lector

Un buen contenido es aquél en el que se cruzan los intereses de la empresa y los del lector. Debe haber un equilibrio entre las dos partes, pero es importante que no perdamos de vista que hay una persona que va a leer nuestro mensaje y que éste le debe resultar relevante.

Segmentar tus listas y personalizar los envíos con los nombres de los suscriptores puede ser de gran ayuda en este sentido.



Consejo 2: Ponte objetivos

El primer paso que debes tomar a la hora de realizar tus envíos es preguntarte a ti mismo “¿qué quiero conseguir?”.

Con esto, te será mucho más fácil enfocar el trabajo y redactar tus contenidos. Puede tratarse de informar de tus nuevos productos, sobre las novedades de tu marca u ofrecer ofertas o descuentos periódicos.

Tómate un tiempo para decidir tu objetivo y tu estrategia y no te pongas en marcha hasta que no los tengas claros.

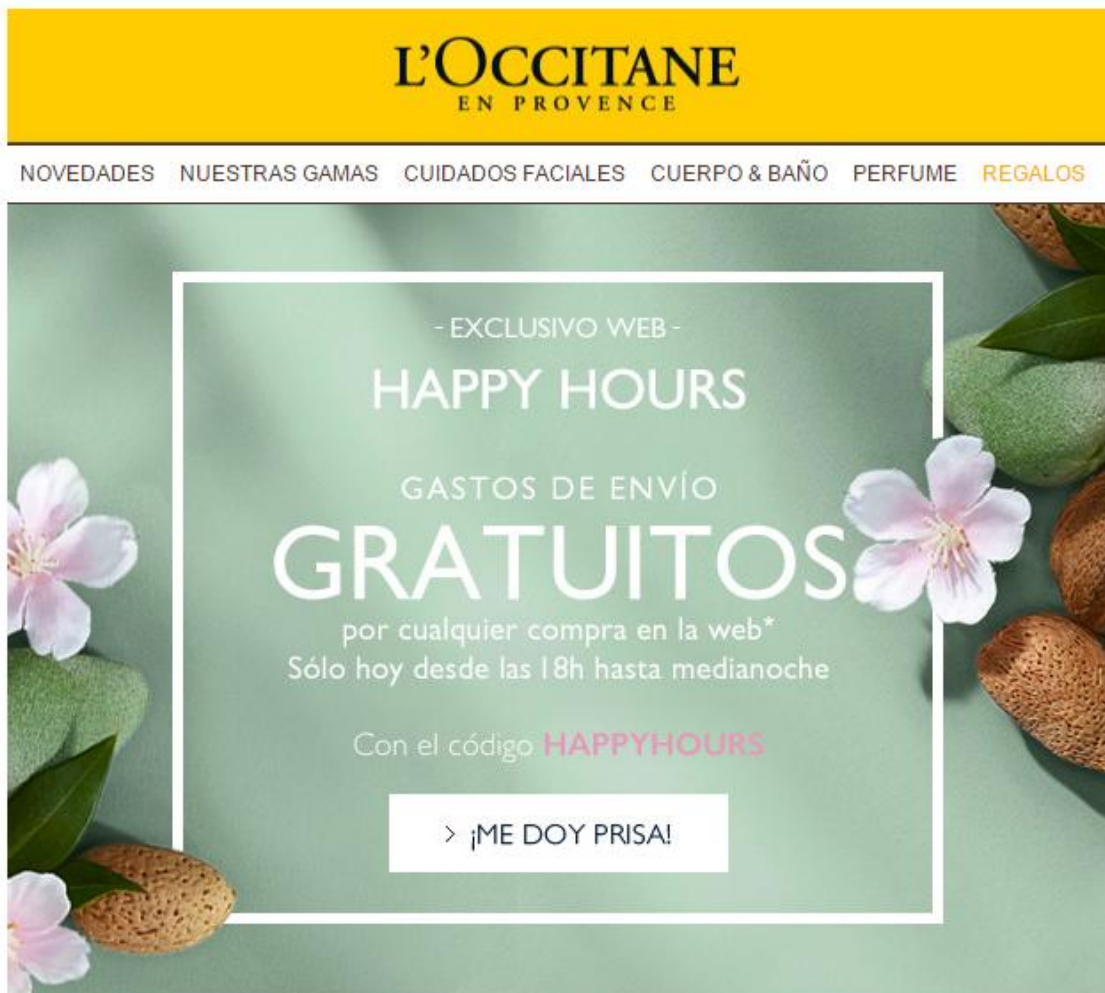
Si sigues este consejo y empiezas el envío de tus emails una vez tengas establecido tu plan de comunicación, verás que los emails que envíes serán mucho más efectivos.



Consejo 3: Decide el diseño

El contenido es importante, pero también lo es la forma en la que lo muestres. Un **buen diseño también forma parte del éxito** de tus envíos y puede ser una buena forma de ser único y diferenciarte del resto.

Utiliza diseños que se adapten y se puedan ver correctamente en todos los dispositivos e incorpora la identidad visual de tu marca para que el lector sea capaz de identificarte en un único vistazo.



L'OCCITANE
EN PROVENCE

NOVEDADES NUESTRAS GAMAS CUIDADOS FACIALES CUERPO & BAÑO PERFUME **REGALOS**

- EXCLUSIVO WEB -

HAPPY HOURS

GASTOS DE ENVÍO

GRATUITOS

por cualquier compra en la web*
Sólo hoy desde las 18h hasta medianoche

Con el código **HAPPYHOURS**

> ¡ME DOY PRISA!

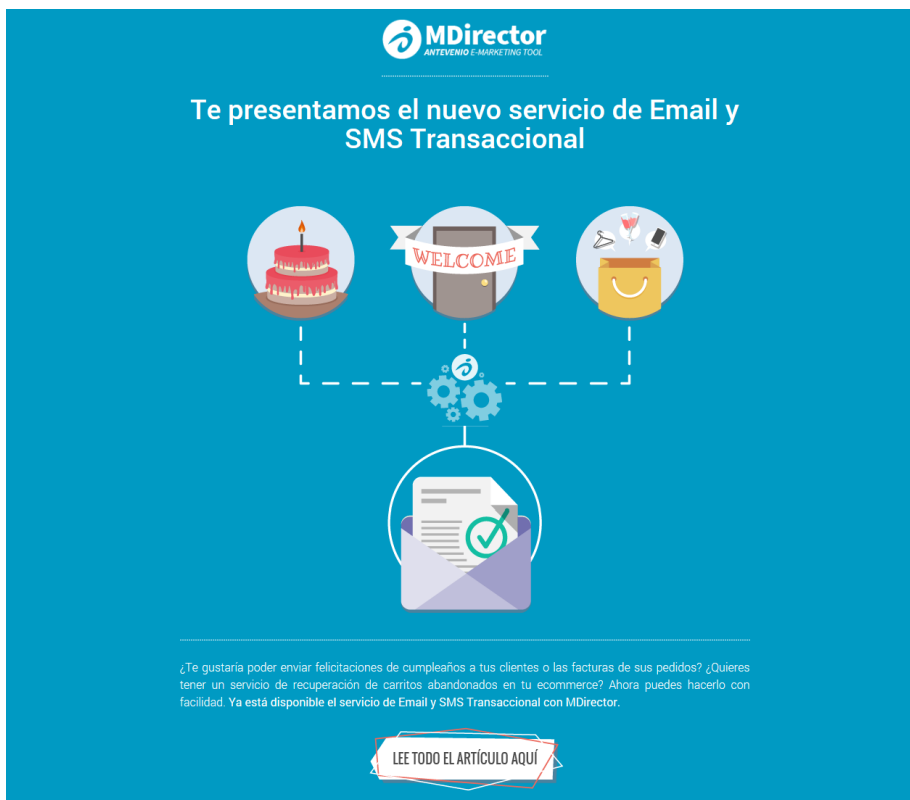
Consejo 4: Sé breve y conciso

La gente no dispone de mucho tiempo para leerte, así que intenta decir lo máximo posible **utilizando el menor espacio**.

Una buena idea puede ser ofrecer un breve resumen de unas pocas líneas y, después, un enlace hacia el contenido completo en nuestro website.

También puedes utilizar otras formas de mostrar la información que te permitan ser más breve, como pueden ser las listas o gráficos.

Otro recurso que está muy de moda y que ayuda a desgarnar todo el contenido de un solo vistazo son las infografías. Suelen ser visualmente atractivas y presentan la información muy bien estructurada.



MDirector
ADVANCED E-MARKETING TOOL

Te presentamos el nuevo servicio de Email y SMS Transaccional

¿Te gustaría poder enviar felicitaciones de cumpleaños a tus clientes o las facturas de sus pedidos? ¿Quieres tener un servicio de recuperación de carritos abandonados en tu ecommerce? Ahora puedes hacerlo con facilidad. Ya está disponible el servicio de Email y SMS Transaccional con MDirector.

LEE TODO EL ARTÍCULO AQUÍ

The infographic features a blue background with the MDirector logo at the top. Below the title, three circular icons represent a birthday cake, a door with a 'WELCOME' sign, and a shopping cart. These icons are connected by dashed lines to a central gear icon, which is then connected to a large envelope icon containing a document with a green checkmark. At the bottom, there is a text block in Spanish and a call-to-action button.

Consejo 5: Trabaja la cabecera

La cabecera es uno de los elementos más importantes de los envíos, ya que **es el primer impacto** que el usuario ve cuando abre tu envío. Trabaja mucho esta sección y, sobre todo, haz que sea única y reconocible.

El lector debe ser consciente de que está leyendo tu email desde el primer momento, si ya te ha leído varias veces y las anteriores ya le resultaron interesantes, es un buen argumento para que siga leyendo y no la elimine antes de continuar bajando.



HOLLISTER
CALIFORNIA

Last Day!
In Stores & Online.

€10 OFF €60
PURCHASE*

USE CODE: 31798

SHOP GUYS

SHOP GIRLS

*In stores & online. Not valid in Italy stores. Exclusions apply. [See Details](#)

Consejo 6: Presta atención a los titulares

Los títulos internos favorecen la lectura y hacen el contenido más digerible por parte del lector. En los tiempos que vivimos y con la cantidad de emails que recibimos diariamente las personas, no podemos detenernos a leer todo lo que recibimos.

Trabajar los títulos internos es una buena forma de **resumir de qué hablamos** en los envíos de emails y que el lector pueda hacer un escaneado rápido de los contenidos y detenerse en aquellos que le resulten más interesantes.

Como hemos comentado anteriormente, es muy importante facilitarle la lectura al usuario para que necesite el menor tiempo posible para entender la información más importante que le queremos hacer llegar.

inviptus & LUSH FRESH
HANDMADE
COSMETICS

¡Eres *Wonderful*, y lo sabes!

Regístrate y consigue el cofre *Wonderful You* de Lush repleto de productos de cosmética fresca



Consejo 7: Utiliza imágenes

Somos animales visuales y las imágenes pueden ser una buena forma de atrapar a los lectores y llevarles a la acción. Tan importante es escoger las fotos adecuadas como redactar un buen texto, por lo que tendrás que combinar ambas partes para crear un buen contenido.

Dependiendo de tu objetivo, tendrás que darle más importancia a una parte o la otra, pero lo ideal es que haya un equilibrio y que las imágenes sirvan para ilustrar lo que estás contando y para **impactar en el lector** y hacer tu mensaje más atractivo.



ring! ring!

new styles added to sale!

(we wouldn't dare let this one go to voicemail.)

SHOP NOW ▶

Consejo 8: Sé regular

Establece un calendario de publicaciones y cúmplelo. A los suscriptores de tus emails les gusta saber aproximadamente con que frecuencia van a recibir comunicaciones por tu parte.

Pero antes de lanzarte a realizar un calendario de publicaciones, deberías conocer a tu target. Hacer un previo análisis de cómo es su día a día para poder acertar en el día y la hora del envío.

Es conveniente saber que **no todos los días de la semana el cliente actúa de la misma manera.** No todos los días abre el correo a la misma hora y no siempre está dispuesto a prestar atención a tus mensajes.

Por ello, lo mejor es que pruebes con diferentes fechas y horas y descubras cuándo te responde mejor tu target.



Consejo 9: No descuides el pie de página

Tan importante es trabajar la cabecera como el pie. Tiene que ser un elemento que **cierre el mensaje**, que lo haga redondo.

Aprovecha esta sección para dejar los datos de contacto para que el lector pueda comunicarse contigo o darte feedback si lo desea. También puede ser un buen momento para invitarle a que comparta el contenido con sus amigos a través de email o redes sociales.

Aprende cómo aumentar las conversiones de tus Landing Pages y **reduce al mínimo los costes de tus acciones de media buying**, consiguiendo el máximo retorno de la inversión. ¡Descubre todos consejos para crear landing pages efectivas gracias a esta guía gratuita!

DESCARGAR WHITEPAPER GRATIS



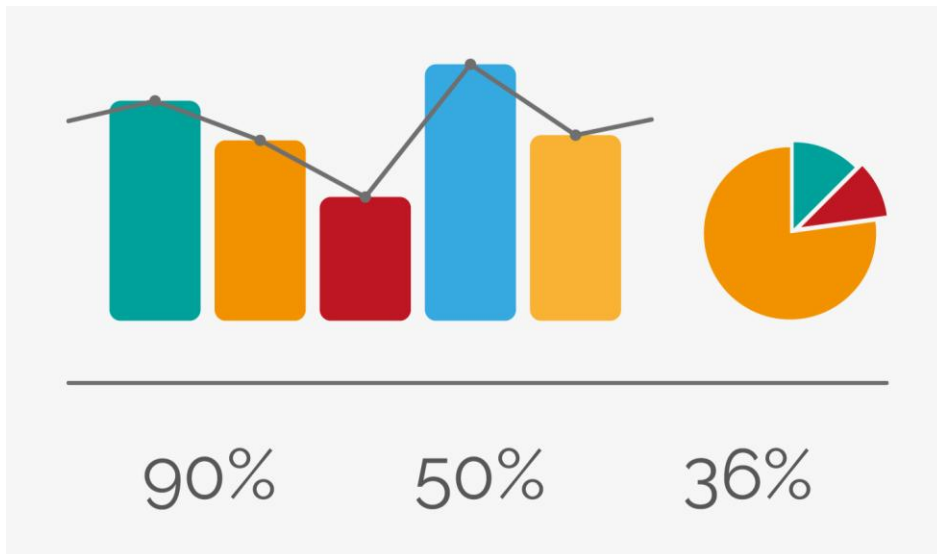
Para dejar de recibir estas comunicaciones haga clic en [baja](#).

Consejo 10: Analiza los resultados

La mejor forma de continuar avanzando y creciendo es aprendiendo de nuestros suscriptores. Y para ello, hay que analizar los resultados y las estadísticas de nuestros envíos.

¿Qué tipo de asuntos han tenido más éxito? o ¿qué contenidos han generado más clics? pueden ser algunas de las preguntas que debes hacerte para seguir afinando tus contenidos y **conseguir una mayor efectividad**.

Averigua los [mejores indicadores para realizar un buen análisis de email marketing](#), y mejora exponencialmente tus campañas.



Plataforma de Cross-Channel Marketing

MDirector es la Plataforma de Cross-Channel Marketing profesional del Grupo Antevenio con la que podrás gestionar campañas de Email, SMS, Social y Display Retargeting de forma fácil y sencilla.

Comunica y fideliza a tus clientes de forma rápida y analiza tus campañas con nuestro sistema de reporting avanzado

Visítanos en
[MDirector](#)

Ponte en contacto con nosotros
(+34) 91 414 91 94 | info@mdirector.com

[¡Crea tu cuenta ahora!](#)

Síguenos en nuestras redes sociales:

