Mejores Prácticas para el Email Marketing

Jennifer M - 2018-01-30 - Settings & Info

Mantén a tu público en mente

La audiencia es la parte más importante de tu correo electrónico, así que asegúrate de adaptar tu mensaje a ellos siempre que sea posible. Por ejemplo, podría ser muy útil para usted enviar botellas de agua e ideas de bandas de sudor a organizaciones sin fines de lucro en la primavera para sus próximas caminatas benéficas, pero podría no tener tanto sentido para usted enviar esas mismas ideas a un banco. Recuerda que siempre puedes segmentar tu lista y enviarles correos electrónicos separados.

No compre listas de correo electrónico

Estas listas pueden ser enormes, pero a menudo son ineficaces. Muchos de los destinatarios de las listas comprables son aleatorios en el mejor de los casos y no tienen ninguna afiliación con usted. Una lista más pequeña y específica siempre será más eficaz.

Hazlo conciso

Lo más probable es que tu audiencia esté en movimiento y el correo electrónico no sea su máxima prioridad. Trate de mantener su mensaje conciso y al grano siempre que sea posible. Si cree que es necesaria una gran cantidad de palabras, searlo y facilitar la exploración con viñetas o párrafos más pequeños.

Evitar las tácticas de spam

Trate de evitar tácticas de spam comunes como el uso de todas las tapas cuando no es necesario, el enlace a sitios web sospechosos, el uso de caracteres especiales para romper palabras o frases (Por ejemplo: Fre3 W!nn3r) y líneas de asunto engañosas.

Participar con su línea de asunto

Así es como las personas se presentarán a su correo electrónico y es cómo juzgarán si abrirlo o no. Siéntase libre de ser creativo para llamar su atención, pero recuerde que todavía debe tener sentido cuando ven su correo electrónico. Es como una conversación regular; si su introducción no tiene sentido con el resto, es fácil perder interés.

Información útil adicional sobre las líneas temáticas[1]:

- *Cuatro a siete palabras es ideal*
  Si bien las líneas de asunto con cuatro palabras tienen el mayor compromiso, pero hasta siete palabras seguían siendo populares entre los destinatarios.
- *Evitar el "Viernes Negro" y el "Cyber Monday"*
  Curiosamente, se ha demostrado que las líneas temáticas que incluían esas frases

tienen menos participación de los destinatarios.

- *Menor compromiso con los porcentajes*
  El uso de un descuento porcentual exacto en la línea de asunto, como 20%, no tuvo la misma efecatía que aquellos sin un porcentaje. Si desea utilizar un porcentaje de descuento, puede ser ventajoso usar un número único o impar. Además, las palabras como "pronto", "mañana" y "ahora" o "hoy" también tenían una tasa de apertura más alta que un porcentaje.

Comprobación doble antes de enviar

Antes de enviar su correo electrónico, eche un último vistazo a él para cosas como errores gramaticales, imágenes que no se cargan, línea de asunto y campos de formulario. Enviar un correo electrónico de prueba a usted mismo o hacer que otra persona eche un vistazo a su correo electrónico son excelentes maneras de detectar errores. Recuerda que cada correo electrónico que envíes representa tu marca, y los errores pueden distraer te de tu mensaje. Curiosamente, el uso de "Black Friday" o "Cyber Monday" en la línea de asunto indicaba una menor participación.*

Realice un seguimiento de sus resultados

Saber lo que funciona y lo que no es una gran parte de tener éxito. Si sigues enviando temas o ideas que a tu audiencia no le gusta, es posible que se ajusten o cancelen la suscripción. Incluso cambiar el día de la semana o la hora del día puede marcar la diferencia: asegúrate de medir y realizar un seguimiento de los resultados de cada campaña para que puedas ajustarte en consecuencia.

Encuentra tu frecuencia

Cada audiencia tiene diferentes preferencias de correo electrónico, pero intenta no abrumar a tu audiencia con varios correos electrónicos al día. Te recomendamos que establezcas un horario coherente para que tu audiencia sepa qué esperar. Comience por enviar uno a la semana y luego disminuir o aumentar en función de la respuesta. Presta mucha atención a tus resultados. Si recibes muchas cancelaciones de suscripción, envías correos electrónicos con demasiada frecuencia o el contenido no es útil para tu audiencia.

---

1 - https://sendgrid.com/blog/2017-black-friday-and-cyber-monday-data/?login=true