

CLASE 09

Cómo enviar el e-mail adecuado a la persona adecuada



Profesor: Isaac Moche

1

¿POR QUÉ SIGUE
SIENDO IMPORTANTE
EL MARKETING POR
E-MAIL?

**CONCEPTOS ERRÓNEOS
QUE EXISTEN ACERCA DEL
E-MAIL:**

SE CREE QUE EL
MARKETING POR E-MAIL
SIGNIFICA SPAM.

LA GENTE PIENSA QUE EL
MARKETING POR E-MAIL
ES ALGO DE LA VIEJA
ESCUELA.

RAZONES POR LAS QUE FUNCIONA EL E-MAIL

1. 4.3 mil millones de cuentas de e-mail que envían 196 mil millones de e-mails cada día.
2. 91% de los consumidores revisan su e-mail diariamente.
3. El e-mail es un canal que te pertenece.
4. 77% de los consumidores prefieren el e-mail para las comunicaciones de marketing.
5. El e-mail te permite ser muy personal.
6. El e-mail tiene un ROI de marketing del 4.300%.

The background of the slide is a dark blue-grey color with a repeating pattern of small, light-colored lightbulb icons. The icons are arranged in a grid-like fashion, with some appearing slightly more prominent than others, creating a subtle texture.

76%

de los especialistas en marketing dicen que utilizan más el e-mail ahora que hace tres años.

Metodología Inbound



Metodología Inbound



Metodología Inbound



por **HubSpot**

2 CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO A LA PERSONA ADECUADA

CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO

- Determina cuál es tu audiencia
- Segmenta tu base de datos de contactos
- Envía el e-mail adecuado en el momento adecuado
- Cuida a tu oportunidad de venta para convertirla en cliente

CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO

- Determina cuál es tu audiencia
- Segmenta tu base de datos de contactos
- Envía el e-mail adecuado en el momento adecuado
- Cuida a tu oportunidad de venta para convertirla en cliente

Contenido adecuado
Audiencia adecuada
+ Momento adecuado

ÉXITO

ESTRATEGIA DE INBOUND MARKETING



EN PRIMER LUGAR,
SEGMENTA SEGÚN TUS
COMPRADORES.

EL RECORRIDO DEL COMPRADOR



CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO

- Determina cuál es tu audiencia
- Segmenta tu base de datos de contactos
- Envía el e-mail adecuado en el momento adecuado
- Cuida a tu oportunidad de venta para convertirla en cliente

62%

más clics recibidos en e-mails dirigidos específicamente en comparación con listas no segmentadas.

SEGMENTACIÓN DE EMPRESAS

- Tamaño de la empresa
- Tipo de empresa
- Industria

SEGMENTACIÓN DE ROLES

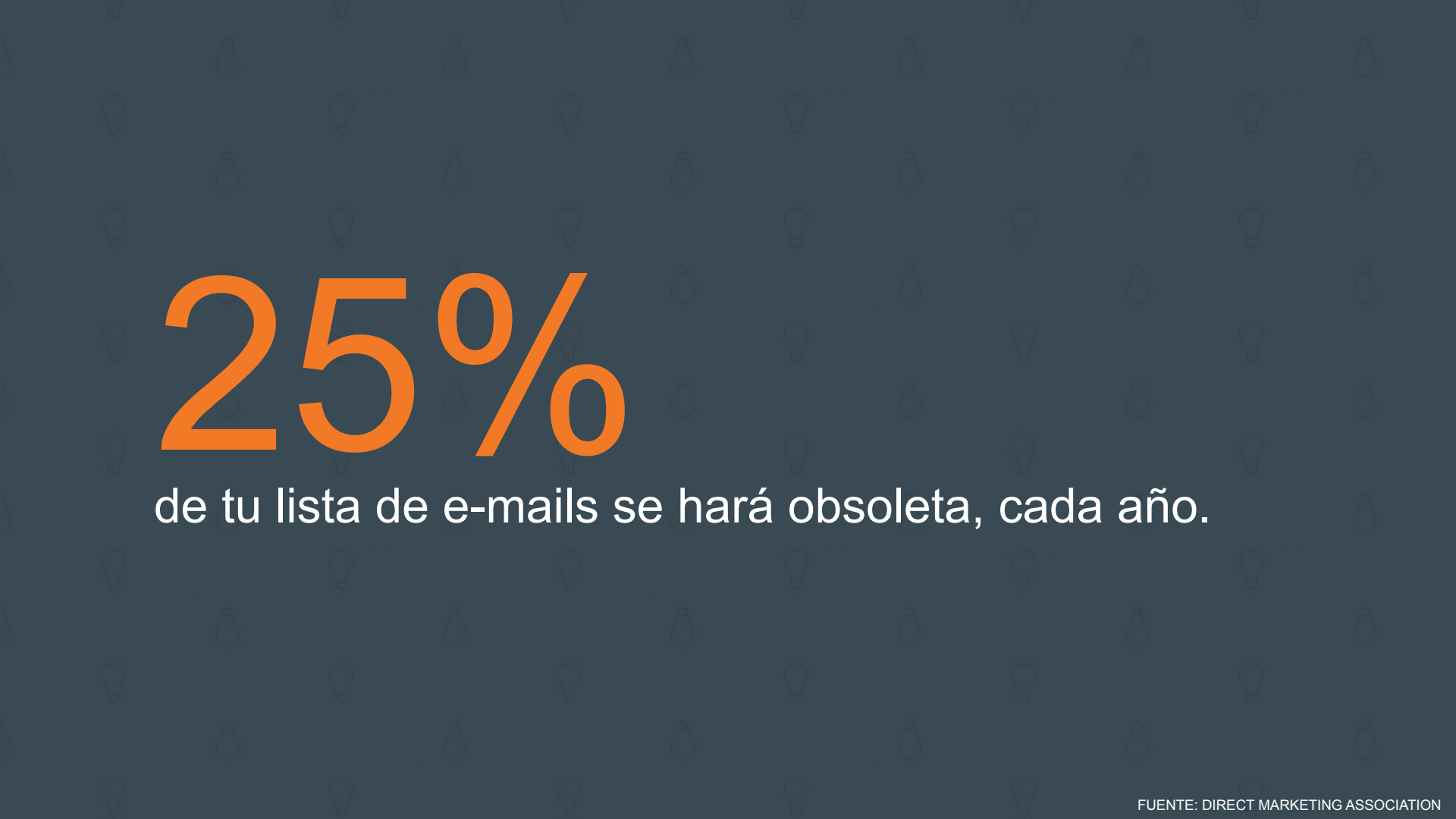
- Departamento
- Antigüedad
- Función

SEGMENTACIÓN DE COMPORTAMIENTO

- Eventos de conversión
- Aperturas de e-mail
- Vistas de página

INTELIGENCIA DE MARKETING

- Cantidad de seguidores en Twitter
- Cantidad de fans en Facebook
- Términos de búsqueda de SEO
- Páginas de un sitio web
- Tecnología



25%

de tu lista de e-mails se hará obsoleta, cada año.



CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO

- Determina cuál es tu audiencia
- Segmenta tu base de datos de contactos
- Envía el e-mail adecuado en el momento adecuado
- Cuida a tu oportunidad de venta para convertirla en cliente

ENVÍA CONTENIDO QUE SE CORRESPONDA CON EL RECORRIDO DEL COMPRADOR



Etapa
Exploración



- Videos
- Posts
- Diapositivas
- Herramientas gratuitas
- Libros electrónicos/guías

ENVÍA CONTENIDO QUE SE CORRESPONDA CON EL RECORRIDO DEL COMPRADOR



Etapa
Consideración



- Webinars
- Casos de éxito
- Hojas de preguntas frecuentes
- Artículos técnicos sobre productos
- Opiniones de terceros

ENVÍA CONTENIDO QUE SE CORRESPONDA CON EL RECORRIDO DEL COMPRADOR



Etapa
Decisión



- Pruebas gratuitas
- Informes sobre ROI
- Demostraciones de productos
- Consultas
- Estimados/cotizaciones

CÓMO ENVIAR EL E-MAIL ADECUADO

- Determina cuál es tu audiencia
- Segmenta tu base de datos de contactos
- Envía el e-mail adecuado en el momento adecuado
- Cuida a tu oportunidad de venta para convertirla en cliente

EL CUIDADO DE LAS OPORTUNIDADES DE VENTA

Es el proceso de construir relaciones con prospectos con el objetivo de hacer negocios con ellos cuando estén listos.

73%

de todas las oportunidades de venta B2B no están listas para ventas.

Los e-mails
deberían
agregar valor,
no pedirlo.



El 47% de todos los e-mails se abren en dispositivos móviles.



CÓMO OPTIMIZAR PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

1. Utiliza plantillas receptivas
2. Cuanto más grande mejor
3. Utiliza mensajes claros y concisos
4. Evita utilizar tamaños de letra pequeños

GUÍA DE CUATRO PASOS PARA E-MAILS PERFECTOS

- Definir un objetivo claro para tu e-mail
- Personalizar cuando sea adecuado
- Enfocarse en interesar
- Probar y analizar

GUÍA DE CUATRO PASOS PARA E-MAILS PERFECTOS

- Definir un objetivo claro para tu e-mail
- Personalizar cuando sea adecuado
- Enfocarse en interesar
- Probar y analizar

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ES UN OBJETIVO ADECUADO PARA UN ENVÍO DE E-MAIL?

- A. Hacer que las personas se inscriban en un webinar
- B. Mantenerte como primera opción
- C. Promocionar tu empresa
- D. Incrementar la tasa promedio de clics

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ES UN OBJETIVO ADECUADO PARA UN ENVÍO DE E-MAIL?

- A. Hacer que las personas se inscriban en un webinar
- B. Mantenerte como primera opción
- C. Promocionar tu empresa
- D. Incrementar la tasa promedio de clics

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ES UN OBJETIVO ADECUADO PARA UN ENVÍO DE E-MAIL?

- A. Hacer que las personas se inscriban en un webinar
- B. Mantenerte como primera opción
- C. Promocionar tu empresa
- D. Incrementar la tasa promedio de clics

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ES UN OBJETIVO ADECUADO PARA UN ENVÍO DE E-MAIL?

- A. Hacer que las personas se inscriban en un webinar
- B. Mantenerte como primera opción
- C. Promocionar tu empresa
- D. Incrementar la tasa promedio de clics

IDENTIFICA UNA META CLARA PARA TU E-MAIL

- Generar oportunidades de venta
- Recabar opiniones
- Educar a clientes y prospectos
- Cuidar a tus oportunidades de venta actuales

GUÍA DE CUATRO PASOS PARA E-MAILS PERFECTOS

- Definir un objetivo claro para tu e-mail
- Personalizar cuando sea adecuado
- Enfocarse en interesar
- Probar y analizar

ENVÍA E-MAILS DE PERSONAS REALES

From Name [Personalize Sender](#)
The name recipients will see.

 Isaac Moche ▼

From Email Address
The address recipients will see and reply to.

 imoche@hubspot.com ▼

Nombre
Descarga
más
importante
Nombre de
la empresa

HubSpot Dashboard Content Social Contacts Reports Marketplace Academy

Email

Content Options A/B Variations Sending

Main Content

Message Subject

Main Email Body

Edit Insert View Style Table Tools

Hi **FIRST NAME**

Interested in learning about Big Data? Download the free **BIGLYTICS MOST RELEVANT DOWNLOAD** and find some useful tips for **COMPANY NAME**. I'd love to know what you think. You can reach me at the information below with questions or ideas.

Best,

SALES REP NAME
SALES REP PHONE

Send email Save Send test email Action

jon@biglytics.com December 31, 2013 3:14 PM

To: You [Hide Details](#)

Download BIGlytics Big Data eBook

BIGLYTICS

BIGLYTICS FREE EBOOK

An Introduction to Big Data

LEARN MORE

AN INTRODUCTION

Hi Mary,

Interested in learning more about Big Data? Download the free BIGlytics *An Introduction to Big Data* eBook and find some useful tips for **Dawson Technologies**. I'd love to know what you think. You can reach me at the information below with questions or ideas.

Best,
Jon
(800) 555 0199

Personaliza tus e-mails con base en información que conoces acerca de tus prospectos.

LA PERSONALIZACIÓN PRODUCE RESULTADOS

- Las oportunidades de venta que se cuidan con contenido dirigido específicamente producen un aumento del 20% en las oportunidades de venta.
- El 40% de los consumidores compran más de minoristas que personalizan la experiencia de compra en los distintos canales.
- Los e-mails personalizados mejoran las tasas de click-through en 14% y las tasas de conversión en 10%.

GUÍA DE CUATRO PASOS PARA E-MAILS PERFECTOS

- Definir un objetivo claro para tu e-mail
- Personalizar cuando sea adecuado
- Enfocarse en interesar
- Probar y analizar

Usa un **lenguaje práctico**
para ser claro y convincente.

Haz que cada componente de tu e-mail sea un llamado a la acción

- Enlaza imágenes con la página de destino de tu oferta
- Agrega un CTA a la firma
- Crea un hiperenlace con el texto adecuado en el e-mail
- Edita el texto alternativo de las imágenes y los CTA
- Modifica el texto de vista previa

LIMPIA EL TEXTO SIN FORMATO DE TU E-MAIL

Save time with these ready-to-use slides.] Preview text
Logo and image alt-text

HubSpot (<http://www.hubspot.com>)

Hi Niti,

Lorem ipsum dolor sit amet, rebum movet definiebas qui ut. Autem oporteat complectitur vel ut. Ius veniam invidunt te, eu vis sapientem explicari (<http://company.com/long-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email>). Veniam maiorum eloquentiam usu cu. Vim id digni invidunt consequat, te clita intellegebat vel. Nominavi hendrerit quo in!

All the best,

Diana

DianaUrban (<https://twitter.com/DianaUrban>)

Diana Urban ← HTML Signature

Head of Conversion Marketing, HubSpot

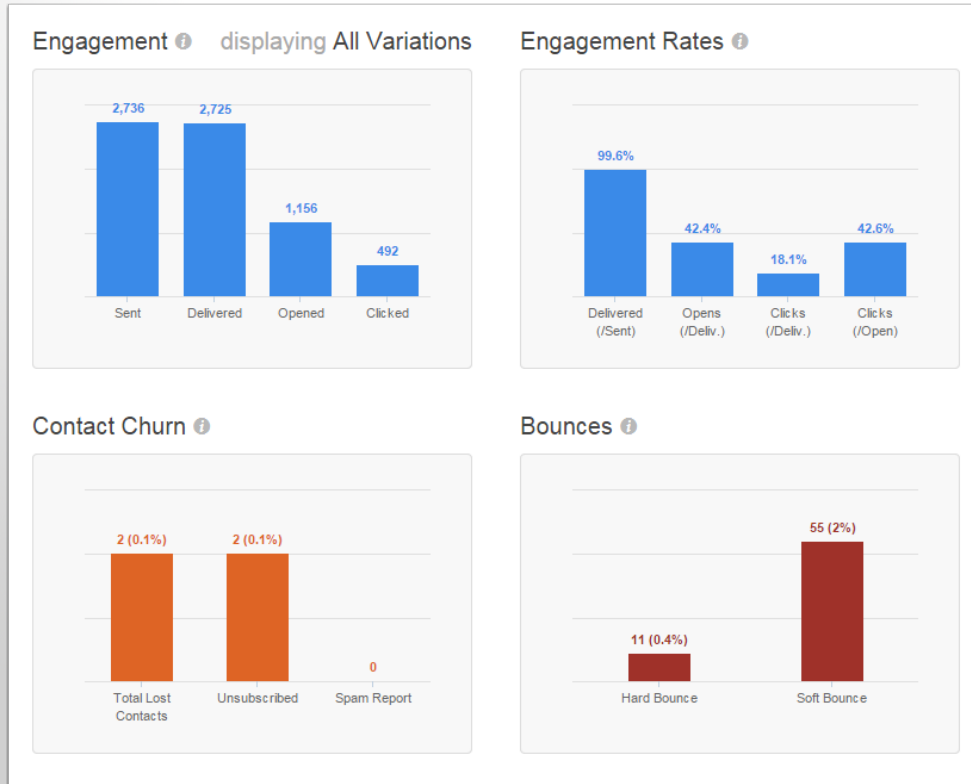
Follow Diana Urban (<https://twitter.com/DianaUrban>) Share buttons

Share on Facebook (http://www.facebook.com/share.php?u=http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Dfacebook) Share on LinkedIn (http://www.linkedin.com/shareArticle?mini=true&url=http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Dlinkedin) Share on Twitter (https://twitter.com/intent/tweet?original_referer=http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Dtwitter&source=tweetbutton&text=) Share on Google+ (https://plus.google.com/share?url=http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Dgoogle_plus) Share on Email (mailto:?subject=Check out http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Demail &body=Check out http%3A%2F%2Fcompany.com%2Flong-tracking-URL-no-one-wants-to-see-in-their-email%3Futm_medium%3Dsocial%26utm_source%3Demail)

GUÍA DE CUATRO PASOS PARA E-MAILS PERFECTOS

- Definir un objetivo claro para tu e-mail
- Personalizar cuando sea adecuado
- Enfocarse en interesar
- Probar y analizar

ESTADÍSTICAS PARA MEDIR E-MAILS



- Tasa de entregas
- Tasa de aperturas
- Tasa de click-through
- Deserción de contactos
- Rebotes por error/suaves

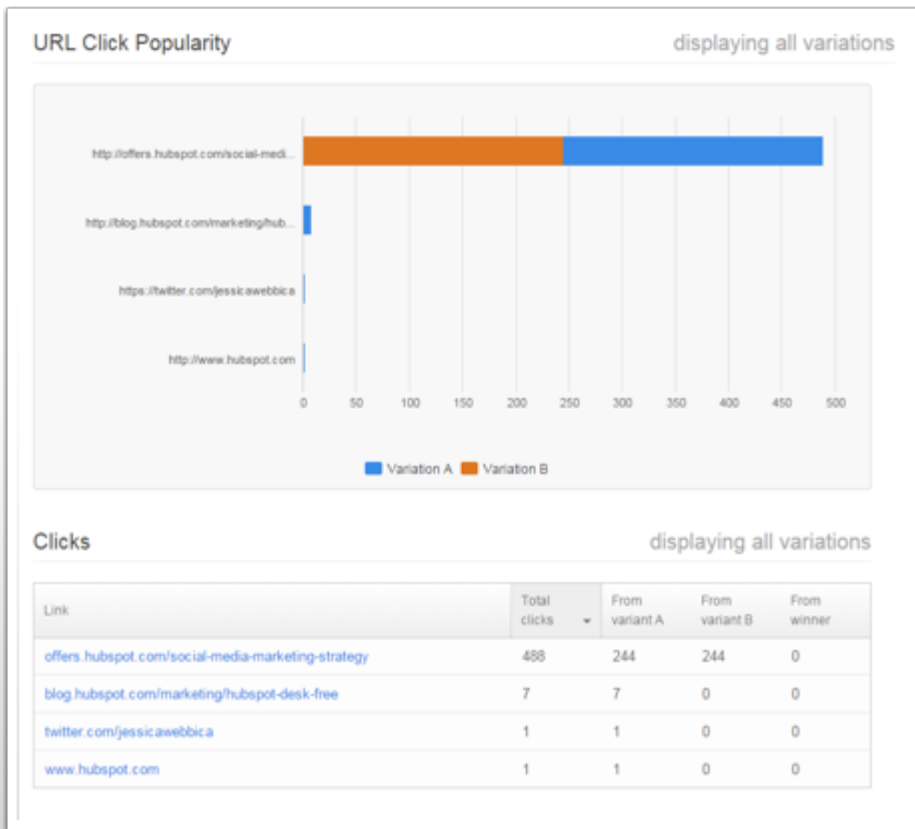
TASA DE ENTREGAS:
**¿ESTÁN LLEGANDO
LOS E-MAILS A TUS
CONTACTOS?**

TASA DE APERTURAS:
TE INDICA LA
EFECTIVIDAD DE TU
LÍNEA DE ASUNTO

TASA DE CLICS:

**¿LAS PERSONAS SE
INTERESAN EN TUS E-
MAILS?**

¿EN QUÉ ENLACES HACEN CLIC LAS PERSONAS?



3 ¿CÓMO LUCE UN E-MAIL GENIAL?

Personalización



Hi Isaac,

These days a social media strategy for your business is key. Interested in improving your social media strategy, but not sure where to start? [This kit walks you through the exact steps](#) you should follow to set up your social media marketing plan from beginning to end.



Imagen como CT

You'll find tips and guidance in the form of audio, video, SlideShares, ebooks, benchmark data, Excel template, PowerPoint templates, one-on-one help, and more!

[Download Now](#)



Lenguaje práctico

Would your colleague be interested in this free marketing content? [Please forward this email along to them](#) or click the button below to email it to them.

[Email to a Colleague](#)

All the best,
Jessica

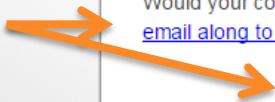


Jessica Webb ([@jessicawebbica](#))

Inbound Marketer, HubSpot

p.s. did you hear? HubSpot's [going desk-free! Learn more...](#)

Incentiva compartir descargas con colegas/amigos



Firma personalizada con CTA



Personalización



Hi Isaac,



Razón para enviar el e-mail

Recently, my team sent out a survey to collect your thoughts on Franchise Hiring. I wanted to take a moment to remind you of this survey and ask that you help us out by answering a few short questions.

Our goal is to understand the issues you face in your hiring process and see how we can help. So, if you haven't had the chance, please take a moment to complete our short survey: <http://svy.mk/1evwiux>



Beneficio para el lector

Thanks for your feedback and happy hiring!

- Jamie

Nombre



Jamie Monahan

National Account Executive, Hyrell



Rol

Direct: 855-887-2965



Línea directa de comunicación

GRACIAS.

HubSpot
Academy 