



**occeeducación**<sup>®</sup>  
Hablemos de tu futuro profesional

# EMAIL MARKETING IRRESISTIBLE

---

CÓMO HACER UNA CAMPAÑA  
EXITOSA PARA IMPULSAR TU NEGOCIO

**Contenido:** Nuri Cobos y Marco Antonio Vargas  
**Diseño:** Carmen Cavazos  
EQUIPO EDITORIAL OCCEducación

# ÍNDICE

- **Introducción.** ¿Por qué hacemos email marketing en el 2015?..... 3
- **Tema 1.** Entendiendo los nuevos tiempos: necesidades vs. tendencias..... 4
- **Tema 2.** Un mensaje 5 estrellas: ¿qué quieres comunicar, a quién, para qué?..... 8
- **Tema 3.** Haz crecer tu base de datos..... 13
- **Tema 4.** Convierte a tus contactos en clientes..... 15
- **Tema 5.** Métricas: interprétalas y úsalas a tu favor..... 22
- **Tema 6.** Conclusiones..... 24

# ¿POR QUÉ HACEMOS EMAIL MARKETING EN EL 2015?

Desde el año 2000, enviar y recibir correos ha sido una de las actividades principales al conectarse a internet.

Ya pasaron quince años. En Latinoamérica el acceso a la web se incrementó exponencialmente, los dispositivos para ingresar a un sitio www se multiplicaron, las redes sociales se convirtieron en parte importante de la vida de la gente, el comercio en línea surgió y se consolidó... y, sin embargo, uno de los dos lugares digitales que más visitan las personas sigue siendo la bandeja de entrada de su email.

Hay una palabra que explica la preferencia por el correo electrónico: confianza. Además de ser ágil para recomendar productos o servicios, se ha convertido en una de las etapas decisivas para que un cliente realice una compra. Llega un email, lo visualiza, encuentra interesante lo que ahí se ofrece y en segundos está adquiriendo el producto.

En la actualidad, cientos de marcas buscan mantener el contacto con sus clientes (potenciales, nuevos, recurrentes, antiguos) a través de este medio; y aunque cuentan con otros espacios –páginas web, social media, blogs– saben de la relevancia y beneficios que tiene el correo electrónico en su estrategia digital.



Entonces, si las empresas ya envían emails y esto se ha realizado durante años, ¿por qué seguir haciéndolo?

Primero, porque cada vez hay más dispositivos móviles a los cuales llegar y adaptarse: de las laptops a los smartphones, que a su vez están abriendo paso a los relojes inteligentes.

Segundo, porque la experiencia de usuario (UX) –qué le dices a quién, cuándo y cómo– es cada vez más relevante.

Y tercero, porque muchos podrán enviar emails; pero pocos sabrán optimizarlos como tú después de leer esta guía.

# ¡BIENVENIDO!

# ENTENDIENDO LOS NUEVOS TIEMPOS... NECESIDADES (2011) VS. TENDENCIAS (2015)

**occeducación**  
PREPÁRATE PARA GANAR

## Titular te de Licenciatura ¿por \$1,820 al mes? ¡Es posible!

- ✓ Modalidades Online y Semi-Presencial *(sábados)*.
- ✓ Sin inscripción ni reinscripción.
- ✓ Certificadas oficialmente ante la S.E.P.
- ✓ Revalidación de materias.

**Estudia mientras trabajas o atiendes otras actividades:**

**utal**

**LISTADO DE LICENCIATURAS**

Licenciatura	Inversión mensual	Más Información
Licenciatura en Contaduría Pública con Especialidad en Planeación Estratégica	Desde <b>\$1,820</b>	Pide informes del plan de estudios y mucho más <b>AQUÍ</b>
Licenciatura en Contaduría Pública con Especialidad en Planeación Estratégica		
Licenciatura en Administración de Empresas con Especialidad en Desarrollo Organizacional		
Licenciatura en Administración de Empresas con Especialidad en Desarrollo Organizacional		
Licenciatura en Mercadotecnia con Especialidad en Inteligencia de Negocios		
Licenciatura en Mercadotecnia con Especialidad en Inteligencia de Negocios		
Licenciatura en Administración de Empresas		
Licenciatura en Mercadotecnia		
Licenciatura en Contaduría Pública		
Licenciatura en Derecho		
Licenciatura en Informática Administrativa		
Licenciatura en Administración Hotelera y Turística		
Licenciatura en Psicología		
Licenciatura en Diseño Gráfico		
Licenciatura en Administración		
Licenciatura en Administración de negocios		
Licenciatura en Administración de recursos humanos		
Licenciatura en Administración de tecnologías de información		
Licenciatura en Administración y Finanzas		
Licenciatura en Contaduría pública		
Licenciatura en Contaduría pública y finanzas		
Licenciatura en Ingeniería en Sistemas Computacionales		
Licenciatura en Ingeniería Industrial		
Licenciatura en Ingeniería Industrial y Administración		
Licenciatura en Mercadotecnia		
Licenciatura en Negocios Internacionales		
Licenciatura en Pedagogía		
Licenciatura en Psicología Organizacional		

**Beneficios y Promociones (por tiempo limitado):**

- Estudia mientras trabajas.
- Pregunta por un plan de BECA para ti.
- 50 pesos de Inscripción y Reinscripción.
- Certificadas oficialmente por la S.E.P.
- Modalidades Online y Semi-Presencial (sábados)\*
- Aceptamos todas las tarjetas de crédito\*
- Pregunta por otros descuentos especiales a tu asesor telefónico.
- Orientación Educativa sin costo alguno.
- Posibilidad de Revalidación de Materias del programa cursado\*
- Flexibilidad de estudio: plataforma online habilitada las 24 horas del día para tu comodidad.
- Destacamos tu Currículo en **ocmundial.com**, para mejorar tus oportunidades de encontrar el empleo de tus sueños.

**Solicitar Plan de Estudios AHORA**

**ocmundial.com**



**occedu**

## LICENCIATURAS ONLINE

Beca del 40%

**MÁS INFORMACIÓN AQUÍ**

**Sigue creciendo profesionalmente**

En tan 2 años y 8 meses podrás concluir una licenciatura sin salir de tu casa u oficina.

Especialízate en áreas como:

- Administración
- Mercadotecnia
- Contaduría
- Educación
- Ingeniería en Sistemas
- Ingeniería Industrial

\*Aplican Restricciones

**CONOCE LAS LICENCIATURAS**

## DEL TEXTO A LA IMAGEN OPTIMIZADA

➤ En el 2011 comenzamos nuestras campañas de email marketing. En tan sólo 4 años la tecnología ha cambiado de forma espectacular, y, en consecuencia, también los hábitos de las personas a las que nos acercamos a través de un correo electrónico.

Por eso es indispensable entender y adaptarnos a los nuevos tiempos digitales. El objetivo siempre es el mismo: mantener la frescura en cualquier mensaje, el interés activo de los clientes y la efectividad de este canal para nuestra área de ventas.

## TIEMPO PROMEDIO DE LECTURA DE UN EMAIL

ANTES DEL 2011



De 15 a 20 segundos

Se calculaba que en promedio una persona leía 50 palabras en la web en 20 segundos, por lo que se recomendaba pensar los mensajes en esta medida.

2015



**Usuarios Apple (iPhone-iPad):** 0 a 3 segundos.

**Usuarios Android:** 15 segundos o más.

**PC:** 15 segundos o más.

Diferentes dispositivos, diferentes intervalos.

SIN HORARIO DEFINIDO

2011

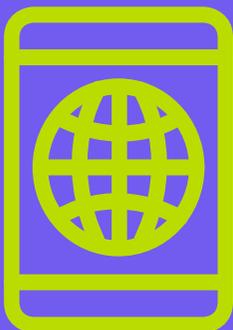


¿EN QUÉ  
DISPOSITIVOS SE  
CONECTAN  
LAS PERSONAS A  
LA WEB?

HORARIOS DEFINIDOS

2015

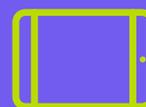
Todo el día



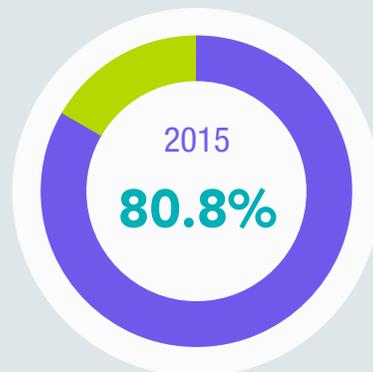
De 8 a.m. a 6 p.m.



En casa, después del trabajo  
(7 p. m. – 12 a.m.)



## ¿PORCENTAJE DE PERSONAS QUE LEEN SUS CORREOS A TRAVÉS DE UN DISPOSITIVO MÓVIL?



Al crecer el número de lectores a través de dispositivos móviles se han tenido que optimizar diversos elementos: imágenes (para adecuarse a los distintos tamaños de pantalla), texto

(reduciendo la extensión para no perder la atención del cliente) y resolución (para presentar una alta calidad visual dependiendo el celular o la tableta, con o sin pantalla HD).



## EL SERVICIO DE CORREO MÁS UTILIZADO

2011



### Puntos a tener en cuenta para email marketing

Acciones inmediatas entre el nombre del destinatario y el asunto del correo: ¿el cliente no te conoce?, ¿tampoco suena relevante tu primer mensaje?, entonces inmediatamente puede borrar o marcar como leído tu mensaje.

**Interacción:** puedes incluir formularios en tu correo para darle la oportunidad al cliente de explorar más de tu oferta sin salir del email.

**Limpieza programada:** ¿envías correos periódicamente? Si al cliente no le interesa ver tus mensajes más de una vez puede programar una limpieza automática para borrarle en un número específico de días después de llegar a la bandeja de entrada.

2015



### Puntos a tener en cuenta para email marketing

Pestañas: Gmail administra de forma automática los correos en diversas pestañas: Principal, Promociones, Social, Notificaciones, Foros. Al detectar links, llamados a la acción (CTA) (da clic aquí, envía tus datos, ¡llámanos!), imágenes, entre otras cosas, probablemente tu correo terminará en el apartado de Promociones.

**Promociones:** contrario a lo que parece, que tu correo se encuentre en esta pestaña puede favorecerte: si la persona te brindó su correo y espera tu contenido, al encontrarlo estará más receptivo a las ofertas o promociones que le comuniqués.

**Imágenes:** en ocasiones, como medida de seguridad, Gmail pregunta a los usuarios antes de mostrar una imagen, lo que dificulta ciertos datos estadísticos y la efectividad de tu campaña.

## CONTENT MARKETING

2011

Público cansado de la mercadotecnia INTRUSIVA



2015

Público interesado en DESCUBRIR nuevas experiencias digitales



## EMAIL MARKETING Y REDES SOCIALES



2011

Contenido orientado en productos y servicios

2015

Contenido orientado en experiencias de usuario



¿EJEMPLOS?

- Storytelling
- Detrás de cámaras



# UN MENSAJE 5 ESTRELLAS: ¿QUÉ QUIERES COMUNICAR, A QUIÉN, PARA QUÉ?

A través de tu página web o por una recomendación o porque apareciste en Google... una persona se enteró del producto o servicio que ofreces, le pareció interesante y quiere más información de tu negocio: te proporciona su correo electrónico.

**¡FELICIDADES, SE HA CONVERTIDO EN UN POSIBLE CLIENTE!**

**¿Y ahora qué sigue?**

Ahora necesitas **OLVIDAR** la idea de hacer anuncios para emails y **PREPARARTE** para crear mensajes específicos dirigidos a públicos específicos.

## PIENSA QUÉ QUIERES LOGRAR Y EN CUÁNTO TIEMPO

Establecer metas medibles y alcanzables es el primer paso para crear un mensaje 5 estrellas. ¿Qué quieres lograr enviando correos: conocimiento de tu marca, nuevos clientes, retención de compradores, tráfico a tu sitio web, más ventas? Seguramente sí, y establecer objetivos en un tiempo específico te ayudará, a la vez, a definir tu estrategia de email marketing.

OBJETIVO



¿EN CUÁNTO TIEMPO?



¿DE QUÉ MANERA?

- Ofertas
- Descuentos por primera compra
- Información de valor

## ERES ESPECIAL Y POR ESO TE ESCRIBO A TI

Utilicemos uno de los ejemplos más sonados de la mercadotecnia: *“la gente no está interesada en comprar taladros (producto); sino en adquirir la herramienta que le ayude a hacer un agujero en una pared (resultados/beneficios)”*.

Aunque poseas el correo electrónico de muchas personas, no con todas puedes comunicarte igual, no a todas les interesa lo mismo. Es por eso que necesitas conocer o definir el perfil de tus clientes y así acercarte a cada uno de ellos de manera efectiva.

### ¿Quiénes son las personas interesadas en lo que ofreces?



### ¿Cuáles son sus inquietudes?

Escucha a la audiencia en

- Redes sociales
  - Foros
  - Blogs
- Fuera de internet

### ¿Qué experiencia lograrán con tu producto o servicio?

Cumplir sus metas en (?) tiempo

Estar más informado en...

Mejorar profesionalmente para...

Mejorar personalmente para...

[\(En el capítulo 3 sabrás la forma de segmentar tus bases de datos para incrementar la efectividad de tus campañas email marketing.\)](#)

➤ Entre más conozcas a las personas con las que te comunicas, más probabilidades de éxito tendrá tu inversión (de tiempo y dinero) en correo electrónico.



## NO LE HABLES A CLIENTES, HÁBLALE A PERSONAS

El correo electrónico es un medio digital de gran alcance que te permite hablar con cientos o miles de hombres y mujeres al mismo tiempo, y a la vez comunicarte con cada uno de ellos de forma personalizada.

Es una manera de hacerles saber que los piensas más allá de una dirección de Gmail.

Esto se logra a través de herramientas especializadas como HubSpot, en donde puedes incluir el nombre de los usuarios dentro del email; pero también desde la primera línea de comunicación que recibe un cliente potencial de tu negocio: **el asunto o subject**.

De acuerdo con cifras de Hubspot, *los emails personalizados son un 14% más leídos vs. los mensajes genéricos.*

### ¿QUÉ ASUNTO TE PARECE MÁS INTERESANTE PARA ABRIR UN CORREO?



Especialízate en tu área.  
Crece profesionalmente



Noemí, obtén un ascenso en 1 año.  
Especialízate

## “¿QUIÉN ERES Y POR QUÉ ME ENVÍAS UN EMAIL?” REMITENTE Y SUBJECT: LAS LLAVES PARA SER LEÍDO

Cuando una persona proporciona su dirección de correo electrónico, es seguro que espere información de valor de tu empresa. Sin embargo, tampoco puede adivinar que eres tú quien le hace llegar un email cuando tus datos no son del todo claros.



Antes de enviar un mensaje, verifica cuál será el nombre del destinatario que aparecerá. En ocasiones, una mala configuración puede ser el motivo por el cual no sea abierto tu correo.

### EJEMPLOS QUE NO DEBES COMETER

Noreply@occeducacion.com

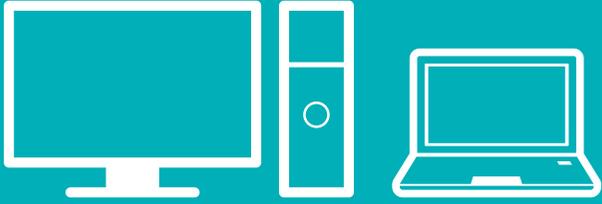
Ventas54545@occeducacion.com

MEduMX@occeducacion.com

correosmarketing@occeducacion.com

Y algo similar ocurre con el asunto (subject): cuando excedes un determinado número de caracteres, el usuario no alcanza a leer todo lo que quieres comunicarle. **Desenlace: correo no abierto.**

Recomendaciones:



**CONCISO Y POTENTE:**  
enfócate en los primeros 50 caracteres



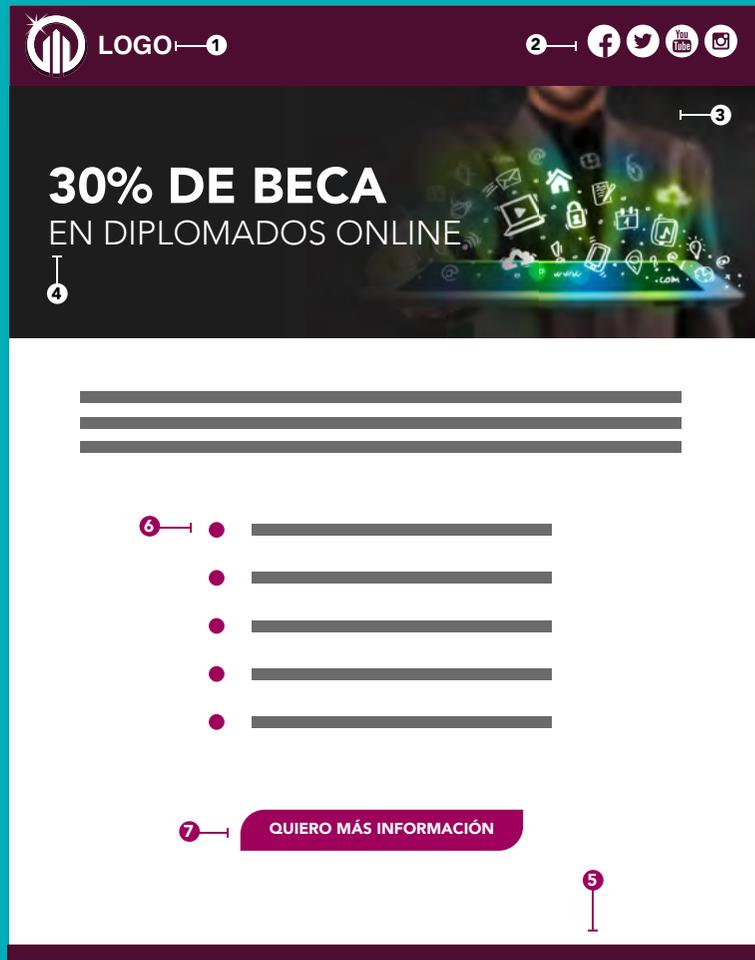
**BREVE Y EFECTIVO:**  
menos de 30 caracteres son una apuesta segura

## DÉJAME CONTARTE QUÉ HACE MI EMPRESA

No todos los correos son para vender. Existe un abanico de posibilidades para acercarte a las personas que comparten su email contigo, y en todos tienes la oportunidad de brindarle contenido útil que le hará recordar a tu marca.

BIENVENIDA	NEWSLETTER (BOLETÍN DE NOTICIAS)	SEGUIMIENTO	DEDICATORIA	VENTA DIRECTA
 <p>Es el primer contacto que tienes con un nuevo usuario. Puedes agradecerle la confianza que tuvo por brindarte su correo.</p>	 <p>Si lo que quieres es mantenerte en la mente de los clientes a través de contenido, un correo diario, semanal o mensual es una gran opción.</p>	 <p>Una serie de tips automatizados sobre las experiencias que podría tener la persona alrededor de tu producto o servicio también hace que siga adentrándose en tu marca.</p>	 <p>Un evento que realizarás, una oferta limitada, un beneficio especial por el tiempo que llevan interactuando a través de correos...</p>	 <p>Utilizar fechas específicas para una promoción o descuento te da la oportunidad de acercarte a tus clientes en un momento especial.</p>

# LOS BÁSICOS DEL DISEÑO EN TUS CORREOS



- 1. Incluye el logotipo de tu empresa** en la parte superior de la pieza.
- 2. Mantén a la vista tus redes sociales** para llevar al usuario a otros canales de comunicación.
- 3. Presenta una imagen relevante** (65% de las personas prefieren imagen sobre texto en un email).
- 4. MUESTRA EN EL PRIMER VISTAZO cuál es el beneficio**, oferta o relevancia de tu correo. Es lo principal que tiene que ver cualquier persona en cuanto abra tu email.
- 5. Utiliza los colores de tu marca** para crear una identidad en tu comunicación. (Si no cuentas con ellos, establece un determinado número de colores y combinaciones para usarlos en todas tus piezas.)
- 6. Sé breve en el texto.** Utiliza viñetas. Ordénalo en pocas columnas para que sea fácil leerlo. (Piensa en cómo se verá en la pantalla de un celular.)
- 7. ¡Haz un llamado a la acción!** ¿Cuál es la finalidad de ese correo? Incluye un botón que lleve al usuario a tu página web o a una landing page (página de aterrizaje) o a tu blog... O si necesitas que sea una actividad fuera de la web, sé claro al mencionarlo (llama ahora al teléfono, acude a la tienda ubicada en...).

# HAZ CRECER TU BASE DE DATOS

OBTENER UN NUEVO CONTACTO Y SUMARLO A TU BASE DE DATOS ES UNA PARTE CRUCIAL DE TU ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING.

De nada servirá que hayas creado los mejores mensajes y tengas las herramientas adecuadas si tu base de datos no crece. La manera más inteligente de hacerlo es optimizar todas tus plataformas para que la gente llegue a ti por sí misma, de este modo aseguras que quien haya dejado un registro está interesado en ti.

Puedes conseguir que nuevos usuarios te conozcan desde diferentes canales:



Tu página web,  
interesados en productos  
o servicios



Desde redes  
sociales a través de  
la recomendación  
de un amigo



Suscribiéndose a tu  
blog para recibir más  
información

## 5 ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR TU BD

Hay más de **1 billón**  
de **websites** en todo el  
**MUNDO**

Fuente: Netcraft

Tan solo en **México** existen  
más de **764 mil** sitios que  
incluyen el dominio **.mx**

Fuente: NIC México

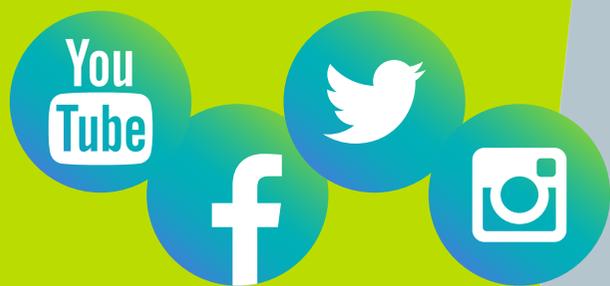


**1. Optimiza tu sitio web.** El reto es que tu sitio contenga las palabras clave y el contenido necesario para que Google te seleccione como una de las opciones más relevantes a mostrar a la gente que busca lo que tú tienes. A eso se le llama Search Engine Optimization (SEO) y puedes empezar por investigar qué palabras relacionadas con tu producto o servicio son más buscadas por la gente y asegurarte de incluirlas en tu sitio web.



**9 de cada 10 internautas utiliza al menos una red social. Facebook es la más popular.**

Fuente: AMIPCI 2015



**2. Alimenta tus redes sociales.** Aprovecha este canal para brindar contenido útil a tus seguidores, comunícate con ellos, comparte información, habla de mejoras en productos y/o servicios, atiende dudas y brinda servicio a clientes de inmediato. También puedes aplicar promociones exclusivas para tu audiencia en redes sociales.

**38% del tráfico de OCCEducación proviene de nuestro blog**



**3. Crea un blog.** Actualmente el blog de OCCEducación cuenta con más de 10,000 suscriptores y nos ha generado más de 3 millones 300 mil páginas vistas. El secreto ha sido compartir información valiosa y contar con un equipo dedicado a la producción de contenidos de calidad. Asegúrate de brindar información atractiva e invita a tus lectores a suscribirse a tu blog.

**> ¿QUÉ HACEN LAS PERSONAS CUANDO RECIBEN UN CORREO COMERCIAL INDESEADO?**



**4. Regala contenido Premium.** Tu público objetivo, esos clientes que quieres atraer hacia tu producto o servicio están buscando soluciones, si les das algo más que tu competencia crearás fidelidad. Eso lo consigues con el contenido Premium. Ebooks, webinars, guías y otros contenidos son una manera inteligente de llegar a clientes potenciales.



**5. Coloca formularios en el lugar correcto.** El formulario es una herramienta clave en el ciclo del email marketing. Permite que las personas que se interesaron en tus productos o servicios, tu contenido o tus redes sociales se registren para recibir tu información. No olvides incluirlos en tu blog, tus landing pages, tu sitio web, etc.

## CONVIERTE A TUS CONTACTOS EN CLIENTES

### SEGMENTA ¿CÓMO ELEGIR A TU AUDIENCIA?

El éxito de tus esfuerzos de email marketing está directamente relacionado con la calidad de tu base de datos. Mientras mejor seleccionados sean los destinatarios, mejor respuesta obtendrás.

Para segmentar a tu base de datos es necesario conocer a tu audiencia. Cada vez que sumas a un nuevo contacto, atraído por tus productos o la información que compartes, es importante invitarlo a brindarte información clave.

Un buen formulario te puede dar más que un nombre y un email, por ejemplo: edad, zona geográfica, intereses o necesidades específicas, etc.

Conocer a tus destinatarios te permite compartirles contenido relevante. OCCEducación, que busca llegar a personas interesadas en preparación académica en línea, segmenta sus campañas de la siguiente manera:

**Edad.** De acuerdo a la edad de nuestra audiencia preparamos comunicación específica que se relacione con sus necesidades.

**Grado de Estudios.** Conocer su último grado académico nos permite saber cuál es su siguiente paso y qué podemos ofrecer.

**Experiencia Laboral.** El área de experiencia de nuestro público nos dice qué oferta educativa puede ayudarlos a su desarrollo profesional.

**Idioma.** Podemos brindar oferta académica en inglés a nuestros contactos que dominan el idioma.

## OPTIMIZA TU EMAIL Y HAZ CLIC EN ENVIAR

occeducación

TODOS CONOCEMOS A ALGUIEN QUE SUEÑA CON TERMINAR LA UNIVERSIDAD TAMBIÉN PODRÍAS SER TÚ

LICENCIATURAS EN LINEA

Es joven, tiene las ganas y la ambición de ser profesionista

Ha luchado por cada logro y solo necesita una oportunidad para crecer

Quiere realizarse personal y profesionalmente sin importar su edad

**NOSOTROS TENEMOS LA MEJOR OPCIÓN PARA HACERLO POSIBLE**

[CONOCE NUESTRAS LICENCIATURAS](#)

Un buen email será capaz de informar, convencer e invitar a la acción al lector. El primer paso es definir el objetivo del mensaje y enviarlo a las personas correctas. Una vez que sabes lo que quieres comunicar y a quién, es momento de optimizar cada elemento clave.

**1. Subject.** De un buen subject depende que tu correo sea abierto, no sirve de nada que la información del interior sea atractiva si de inicio tu correo no se distingue del resto en la bandeja de entrada del destinatario.

### 3 TIPS

- Hazlo breve
- Incluye verbos de acción
- Personaliza

**2. Encabezado.** El subject logró convencer. Ahora la persona espera encontrar lo que le prometiste antes de abrir el correo. Cuida que la primera idea que comunique tu pieza de email se relacione directamente con el subject.

**3. Contenido.** Ya hablamos del mensaje, sea un mail transaccional, una promoción o un newsletter, la calidad del contenido tendrá el poder de convencer a la acción.

**4. Call To Action (CTA).** Cuando el lector llega al momento de tomar una decisión a partir de la información de tu correo, la mitad del ciclo se ha cumplido. Convéncelo de que está a un paso de obtener lo que desea con un Llamado a la Acción atractivo.

### Checklist para antes de enviar un email

- ✓ Revisa la gramática y la ortografía, nadie leerá un correo mal escrito
- ✓ Comprueba que las ligas de tu mail funcionen
- ✓ Verifica que aparezcan las imágenes correctamente en la vista previa de tu correo
- ✓ Incluye la opción 'Cancelar Suscripción' en todos tus correos
- ✓ No olvides personalizar el nombre del remitente, será más atractivo para el lector

## COMPONENTES CLAVE DE UNA LANDING PAGE EFECTIVA

CUANDO EL DESTINATARIO HA LEÍDO NUESTRO MENSAJE Y LE INTERESA NUESTRA INFORMACIÓN HARÁ CLIC EN ALGUNO DE NUESTROS ENLACES Y LLEGARÁ A DONDE HAYAMOS DECIDIDO LLEVARLO:



Un sitio web



Un artículo de blog



Nuestras redes sociales

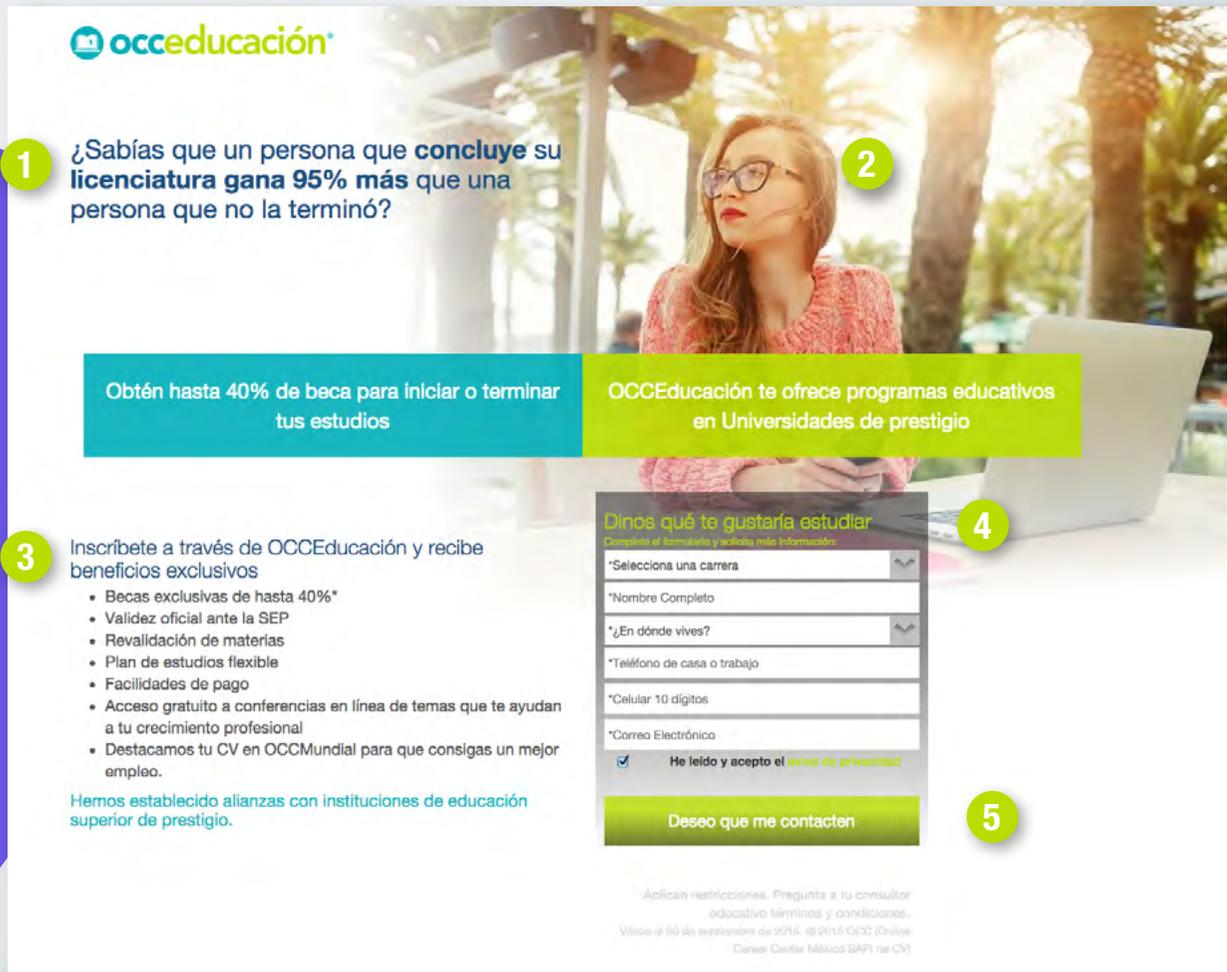


Una landing page

En esta última concentramos a personas interesadas en tu producto o servicio que desean obtener una promoción, realizar una compra u obtener algún contenido exclusivo.

El email no es la única ruta para llegar a la landing page (página de aterrizaje), también pueden llegar a ella personas que no nos conocen y que nos encuentran a través de redes sociales, buscadores en internet u otros sitios donde nos anunciamos.

La landing page nos sirve para concretar una acción con un posible cliente, seguidor o suscriptor. Cuida cada elemento:



- 1 **Encabezado.** Recuérdale a la persona por qué llegó ahí y qué va a obtener.
- 2 **Imagen.** Utiliza una imagen que apoye tu mensaje principal.
- 3 **Beneficios.** Describe claramente las ventajas de realizar la compra, suscripción o registro. Ofrece soluciones. Utiliza *bullets* para simplificar la información y hacerla más fácil de leer.
- 4 **Formulario.** Incluye un formulario claro, con campos sencillos y ordenados. Incluye tu Aviso de Privacidad para generar confianza sobre los datos que estás recabando.
- 5 **Call To Action (CTA).** Tu llamada a la acción es la última oportunidad para convencer. Hazlo con una frase contundente.
- 6 **SEO.** Recuerda que tu landing page vivirá en la web, no olvides optimizar el SEO incluyendo palabras clave en tu título, imágenes, meta description, etc.

## CÓMO HACER UN BUEN FORMULARIO

1. Dile a las personas qué van a obtener.
2. Utiliza los campos que realmente necesitas.
3. Pon a la vista tu Aviso de privacidad.
4. Incluye un Call To Action Atractivo.



## MOBILE: NICHU CLAVE PARA LAS ESTRATEGIAS DE EMAIL MARKETING

La popularidad de los dispositivos móviles entre usuarios de internet abre la demanda de contenidos que se ajusten a cualquier pantalla. Un email que no puede ser leído fácilmente desde un celular o tablet es un email que se va a la papelera.



**47%**

de todos los emails son abiertos en dispositivos móviles

\*Science of Email Marketing 2014

## Checklist para tu estrategia mobile de email marketing

- ✓ Comprueba que tus correos puedan leerse en dispositivos móviles
- ✓ Realiza una versión HTML y otra solo de texto de todos tus emails para ofrecer ambas al lector
- ✓ Asegúrate de que tu sitio web tenga una versión móvil o esté optimizado para estos dispositivos
- ✓ Utiliza una herramienta como HubSpot que optimice todo esto por ti
- ✓ Considera invertir en el desarrollo de tu propia aplicación móvil

## A/B TESTING, ESTRATEGIA PARA DAR EN EL BLANCO

Tus esfuerzos de email marketing siempre persiguen un objetivo claro: queremos que la persona realice una acción:

- Se suscriba a nuestro sitio
- Cree una cuenta con nosotros
- Adquiera nuestro producto
- Descargue nuestro contenido

¿Pero qué sucede cuando no obtenemos el resultado esperado? Sin duda algo está fallando en la manera en que nos comunicamos, y el reto es identificar qué elemento puede hacer la diferencia. Para eso existe el A/B Test, una herramienta que permite medir el impacto en respuesta de los usuarios ante el cambio de algunas variables en piezas de comunicación como emails y landing pages.

Google utiliza A/B Test desde el año 2000 para evaluar cómo responde el usuario ante la presentación y orden de la información, y cómo puede cambiar su percepción con modificaciones tan sutiles como palabras y colores. También es una herramienta común en plataformas como HubSpot, que permite enviar dos versiones de un correo y medir cuál tiene mejor resultado.



Variante a evaluar: Subject

VERSIÓN A

**MAESTRÍAS ONLINE**  
BECAS ACADÉMICAS

MÁS INFORMACIÓN AQUÍ

La maestría que tú quieres al ritmo que tu vida te exige

Una maestría en línea te da la oportunidad de combinar tus estudios con tu trabajo, tu familia y tus actividades personales.

Especialízate en áreas como:

- Administración
- Educación
- Mercadotecnia
- Negocios
- Recursos Humanos
- Tecnologías de la Información

CONOCE LAS MAESTRIAS

VERSIÓN B

**MAESTRÍAS ONLINE**  
BECAS ACADÉMICAS

MÁS INFORMACIÓN AQUÍ

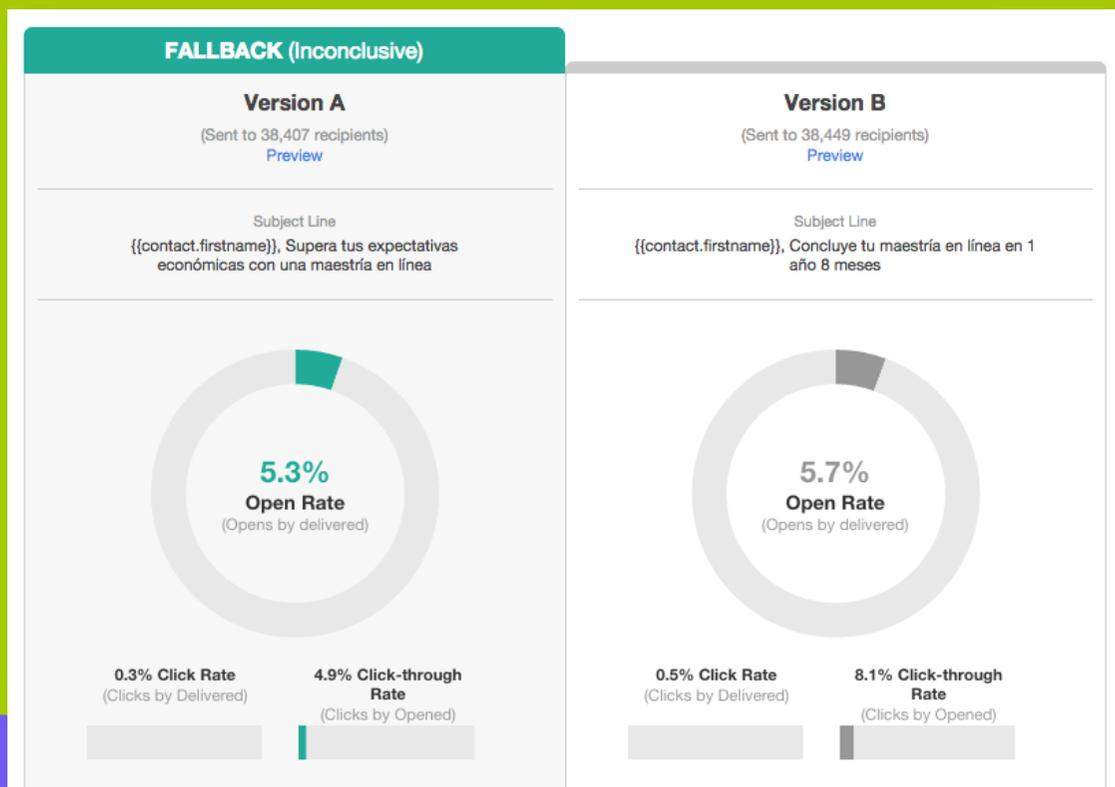
La maestría que tú quieres al ritmo que tu vida te exige

Una maestría en línea te da la oportunidad de combinar tus estudios con tu trabajo, tu familia y tus actividades personales.

Especialízate en áreas como:

- Administración
- Educación
- Mercadotecnia
- Negocios
- Recursos Humanos
- Tecnologías de la Información

CONOCE LAS MAESTRIAS



## EVITA QUE TU MAIL SE VAYA A SPAM

El correo basura o SPAM es el tipo de email que nadie quiere ver en su bandeja de entrada. Actualmente los servicios de mensajería electrónicos como Gmail cuentan con filtros ANTISPAM que identifican mensajes sospechosos o indeseados en las bandejas de entrada de los usuarios.

Sigue estas recomendaciones para que tus correos no sean reportados como SPAM

- **Un subject breve, no más de 50 caracteres**
- **Evita palabras como 'gratis' 'sin compromiso' 'garantizado'**
- **Evita el uso excesivo de mayúsculas**
- **Elimina los símbolos como % # \$\$\$**
- **Nunca envíes correos con subjects incompletos o irrelevantes**
- **Personaliza tus mensajes, incluye el nombre de tu destinatario en el subject**
- **Evita comprar bases de datos, la gente no espera tu correo ni solicitó tu información**

## MÉTRICAS: INTERPRÉTALAS Y ÚSALAS A TU FAVOR

En email marketing ya existen herramientas que permiten medirlo todo: cuántos correos se entregan, cuántos se abren, cuántos hacen clic en el CTA, cuántas personas cancelan la suscripción a nuestros boletines y más.

OCCEducación ha trabajado con HubSpot desde 2011, una herramienta que ha sido capaz de integrar esfuerzos de email marketing, optimización en páginas web y landing pages, nuestra base de datos y nuestro blog para crear una estrategia de marketing digital completa y efectiva.

Para nosotros éstas son las métricas clave que debes seguir y analizar:

MÉTRICA	QUÉ TE DICE	PREOCÚPATE SI	QUÉ PUEDES MEJORAR
<b>Entrega (delivery rate)</b> 	De los correos enviados, cuántos llegaron a la bandeja de entrada de los destinatarios.	Hay un alto porcentaje de correos no entregados, significa que tu base de datos es de poca calidad: cuentas inexistentes o viejas.	Incrementar tu lista de suscriptores aportando contenido de valor. <a href="#">Ver más sobre cómo hacer crecer tu base de datos</a>
<b>Apertura (open rate)</b> 	Es el número de correos recibidos que fueron abiertos.	El porcentaje de apertura es muy pequeño, puede significar que tu base no está bien segmentada o las personas no encuentran relevante tu información.	Verifica que tus subjects sean contundentes y atractivos. Personalizarlos puede elevar la tasa de apertura. También cuida la segmentación de tu base de datos.
<b>Clickeo (clic rate)</b> 	Es el número de lectores que se interesó en tu información e hizo clic en el CTA.	Hubo un alto índice de apertura pero pocos clics. Quizá tu mensaje no fue claro o no proporcionó la información esperada.	Cuida que tu mensaje sea relevante, que deje claro al lector qué es lo que obtendrá. <a href="#">Ver más sobre cómo crear un mensaje 5 estrellas</a>
<b>Conversión (conversión rate)</b> 	Es el número de personas que realizaron la acción objetivo: suscribirse a tu blog, descargar algún contenido exclusivo, registrarse para recibir información o realizar una compra.	La apertura y clickeo son buenos, pero al llegar a tu landing page pierdes a tu cliente.	Recuerda que una landing page es clave para lograr la conversión. Optimízala con estas recomendaciones. <a href="#">Ver más sobre cómo hacer una landing page efectiva</a>
<b>Hard Bounce</b> 	Es el número de direcciones de correo electrónico inválidas, bloqueadas o inexistentes.	Si compraste tu base de datos, a menudo incluyen correos viejos y además nadie te asegura que esté bien segmentada.	Cuando un usuario recibe correos inesperados que no le interesan, puede calificarte como SPAM. Procura hacer crecer tu base de datos por la vía inteligente.

# CONCLUSIONES

El email marketing es efectivo, siempre y cuando se haga de manera inteligente, integrando diversas plataformas y entendiendo el comportamiento de tu público objetivo. En OCCEducación hemos obtenido mucho de esta estrategia y te compartimos 5 recomendaciones finales.

**Elige la mejor herramienta.** Una estrategia de email marketing efectiva requiere de un proveedor de servicios confiable que te ayude a optimizar tus envíos y obtener las métricas clave. HubSpot ha trabajado con OCCEducación desde 2011 brindándonos una herramienta integral y efectiva.

**Haz crecer tu base de datos.** Ofrecer contenido de valor ha probado ser una estrategia efectiva para atraer clientes potenciales a tu servicio o producto, tu base de datos es lo más valioso de tu estrategia, cuidala y hazla crecer.

**Conoce a tu público.** Hay muchas herramientas para estar en contacto con tus clientes, conocerlos te permite comunicarte con ellos de mejor manera, crear confianza y hacerlos embajadores de tu marca.

**Realiza una estrategia integral.** El email marketing es solo una parte del rompecabezas. Redes Sociales, SEO, blogging, mientras más canales integres mejores resultados obtendrás.

**Si algo no funciona, ¡prueba algo diferente!** No esperes resultados diferentes haciendo siempre lo mismo, si una estrategia pierde efectividad haz cambios e intenta de nuevo.