

The logo for emBlue, featuring the text "emBlue" in white lowercase letters with a horizontal line underneath, all contained within a blue circular shape that tapers to a point at the bottom.

emBlue

5 CLAVES PARA CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING EXITOSAS

Plantilla para elaborar una campaña de
email marketing exitoso

www.embluemail.com

@embluemail

Los 5 aspectos claves



**BASE
DE DATOS**



**CONOCIMIENTO
DE
USUARIOS**



**SEGMENTACIÓN
CUSTOMER
JOURNEY**



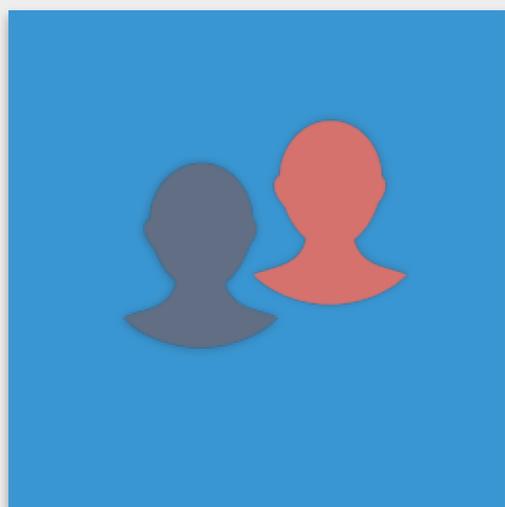
**MENSAJE /
MOMENTO
CORRECTO**



**KPIs /
OPTIMIZACIÓN**

I. BASE DE DATOS

LA BASE DE DATOS ES LO MÁS IMPORTANTE PARA LAS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING. ESTAS PREGUNTAS TE AYUDARÁN A INICIAR UN PROCESO DE RECOLECCIÓN DE BASE DE DATOS ADECUADA



¿ESTA USANDO TODOS TUS CANALES (ONLINE Y OFFLINE) PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN DE TUS USUARIOS?

¿LA INFORMACIÓN ESTÁ QUEDANDO EN UNA BASE DE DATOS O ALGÚN TIPO DE ARCHIVO DIGITAL POR EJEMPLO EXCEL Y NO EN EL PAPEL?

¿HA SEGUIDO LAS REGLAS DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS? (HABEAS DATA) AL RECOLECTAR LA INFORMACIÓN. CONOCE MÁS: [HTTPS://GOO.GL/J5J4GR](https://goo.gl/J5J4GR)

¿ES FACIL REGISTRARSE EN SUS CANALES VIRTUALES, ES CORTO EL FORMULARIO, ES VISIBLE EL LINK DE REGISTRO?

II. CONOCER A LOS USUARIOS

SI QUEREMOS SER RELEVANTES DEBEMOS CONOCER CON MÁS DETALLE LOS GUSTOS E INTERESES DE NUESTROS CLIENTES Y USUARIOS. ESTAS SON ALGUNAS OPCIONES PARA OBTENER MÁS INFORMACIÓN.

EN SUS FORMULARIOS PREGUNTE INFORMACIÓN QUE REALMENTE LE VA A SERVIR Y QUE VA A USAR - ENTRE MÁS CORTO MEJOR

CUANDO ENVÍA UN CORREO, CADA LINK SIGNIFICA UN INTERÉS DE ESAS PERSONAS.

¿SU PLATAFORMA DE EMAIL LE PERMITE SABER QUIEN HIZO CLICK EN QUE LINK?

PUEDA AGRUPAR FÁCILMENTE ESTOS USUARIOS SEGÚN ESOS INTERESES?

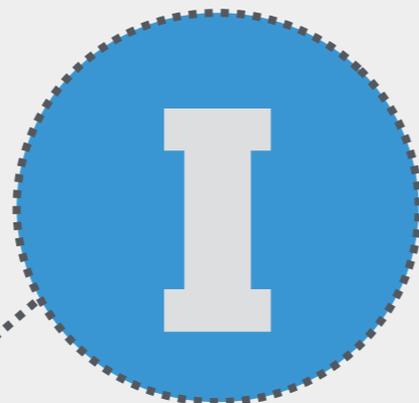
AHORA ALGUNAS PLATAFORMAS DE EMAIL MARKETING TAMBIÉN LE PERMITEN CONOCER LA NAVEGACIÓN EN LAS PÁGINAS WEB, ESTA TAMBIÉN LA DARÁ CLAVES SOBRE LOS GUSTOS E INTERESES.

¿ESTÁ RECOLECTANDO INFORMACIÓN DE LA NAVEGACIÓN DE CADA PERSONA?



III. SEGMENTACIÓN/CUSTOMER JOURNEY

SU OFERTA DE VALOR TIENE SENTIDO CUANDO LOGRA ENCONTRAR GRUPOS CON INTERESES SIMILARES PARA PODER COMUNICARSE CON ELLOS EFICIENTEMENTE Y COMBINAR ESTA INFORMACIÓN CON EL PROCESO DE COMPRA. ¿CÓMO CREAR LOS MEJORES SEGMENTOS PARA SUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING?



INTERACCIÓN

CON SOLO INFORMACIÓN MÍNIMA DE INTERACCIÓN YA PUEDE CREAR ALGUNOS SEGMENTOS DE MUCHO VALOR

- REGISTROS QUE REALMENTE EXISTEN Y QUE SE INTERESAN EN SU CONTENIDO,
- REGISTROS CON MÁS INTERACCIÓN CON MI
- TIPO DE DISPOSITIVO MÓVIL VS PC



INTERESES / COMPORTAMIENTO

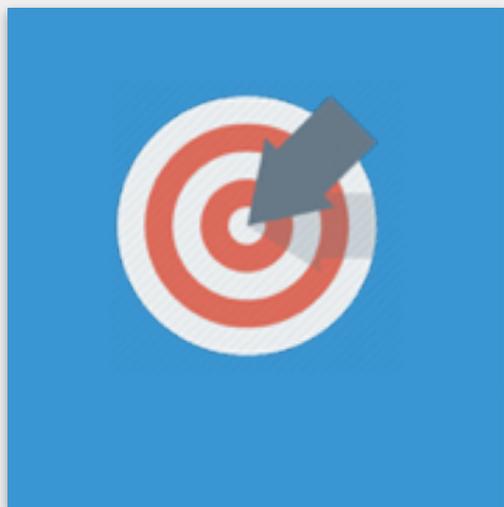
BASADOS EN LA INFORMACIÓN DE INTERESES Y COMPORTAMIENTO QUE CADA USUARIO MUESTRA DÍA A DÍA EN SUS INTERACCIONES CON EMAIL, NAVEGACIÓN WEB E INCLUSO EN SU COMPORTAMIENTO OFFLINE PUEDE MANTENER ACTUALIZADOS SUS SEGMENTOS



VALOR

ESTABLECER EL VALOR DEL CLIENTE EN TÉRMINOS RFM (RECENCIA FRECUENCIA Y VALOR MONETARIO)

ES CLIENTE O NO? , HACE CUANTO FUE SU ULTIMA COMPRA, CUAL FUE EL VALOR DE SU COMPRA?, HACE CUANTO NO INTERACTUA CONMIGO?



IV. MENSAJE CORRECTO - CONTENIDO DINÁMICO PERSONALIZADO

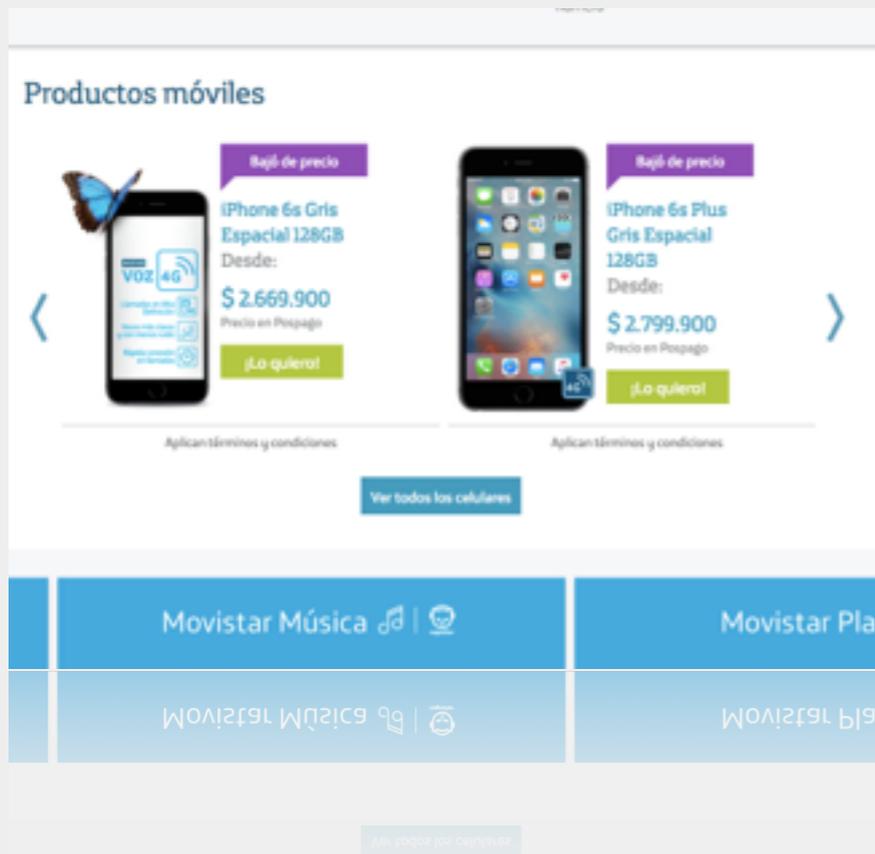
COMUNICARSE CON CADA PERSONA A TRAVÉS DE MENSAJE BASADOS EN SUS INTERESES Y ÚLTIMOS COMPORTAMIENTOS GARANTIZA UNA MAYOR EFECTIVIDAD

OJO, PIENSE EN TENER PLANTILLAS HTML QUE SEA RESPONSIVE (SE VEA BIEN EN DISPOSITIVOS MÓVILES) - LA MAYORÍA DE PLATAFORMAS TIENEN PLANTILLAS QUE TE LE PUEDEN AYUDAR CON ESE DISEÑO

PARA QUE SEA EFICIENTE PARA, PIENSE EN UNOS POCOS HTML, DONDE PUEDA CAMBIAR LOS BLOQUES DE INFORMACIÓN DE ACUERDO A LOS SEGMENTOS QUE ELIGIÓ

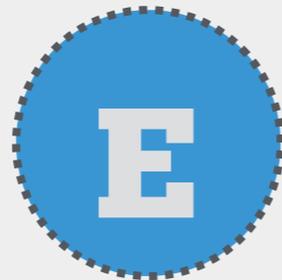
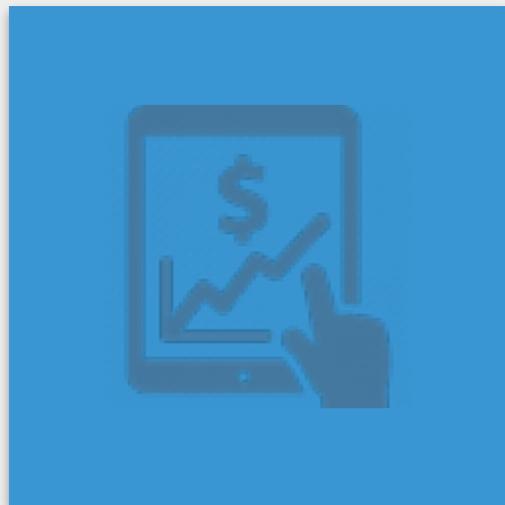
IDENTIFIQUE REALMENTE SEGMENTOS DE UN VOLUMEN ADECUADO, SEGMENTOS MUY PEQUEÑOS (HIPERSEGMENTAR) A VECES NO SON COSTO EFICIENTE Y MUY GRANDES PUEDEN SER MUY GENÉRICOS PARA UNA OFERTA DE VALOR PERSONALIZADA

PLATAFORMAS AVANZADAS DE EMAIL MARKETING LE PERMITEN REALIZAR UN SOLO ENVÍO, DONDE EL CONTENIDO CAMBIA SEGÚN LOS INTERESES QUE HAN MOSTRADO ESOS SEGMENTOS DE MANERA AUTOMÁTICA.



V. KPIs. ¿QUÉ ESTÁ MIDIENDO PARA MEJORAR?

EXISTEN MUCHAS VARIABLES QUE PODRÁ MEDIR. EXPONEMOS LAS QUE LE PERMITIRÁN OBTENER RESULTADOS DE MAYOR IMPACTO MÁS RAPIDAMENTE



ENGAGEMENT:

MIDE QUE TANTO ESTÁN INTERESADOS E INTERACTUANDO LOS USUARIOS CON SUS CAMPAÑAS.

- ▶ **DESUSCRIPCIÓN:** CUANTOS SE DESUSCRIBIERON O LO DENUNCIARON COMO SPAM
- ▶ **APERTURA:** DEL TOTAL DE ENVIADOS CUANTOS ABRIERON EL CORREO
- ▶ **CLICK:** DEL TOTAL DE ENVIADOS Y ABIERTOS CUANTOS HICIERON CLICK
- ▶ **USUARIOS ACTIVOS O INACTIVOS** (CUALES ABREN O NO)
- ▶ **DESDE HACE CUANTO MIS USUARIOS NO INTERACTUAR**

V. KPIs. ¿QUÉ ESTA MIDIENDO PARA MEJORAR?

EXISTEN MUCHAS VARIABLES QUE PODRÁ MEDIR . EXPONEMOS LAS QUE LE PERMITIRÁN OBTENER RESULTADOS DE MAYOR IMPACTO MÁS RAPIDAMENTE



ROI:

CUAL ES EL RETORNO DE LA INVERSIÓN POR CAMPAÑA

TASA DE CONVERSIÓN GENERADA DESDE DE EMAIL

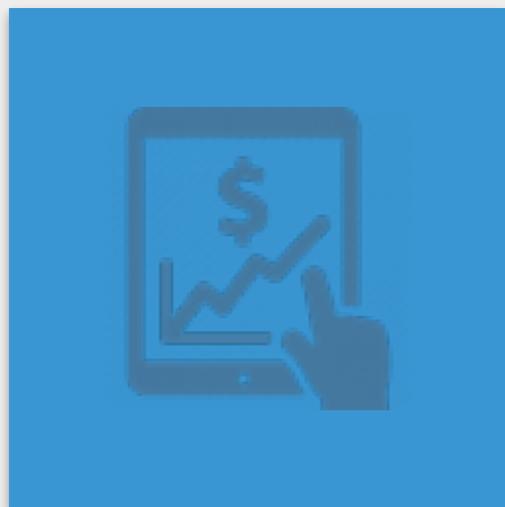
TAMBIÉN PUEDE SER UNA MEDICIÓN DEL IMPACTO DE LA CAMPAÑA EN

VISUALIZACIONES DE LA INFORMACIÓN Y CANTIDAD DE PERSONAS QUE

LA COMPARTIERON.

V. KPIs. ¿QUÉ ESTÁ MIDIENDO PARA MEJORAR?

EXISTEN MUCHAS VARIABLES QUE PODRÁ MEDIR . EXPONEMOS LAS QUE LE PERMITIRÁN OBTENER RESULTADOS DE MAYOR IMPACTO MÁS RAPIDAMENTE



INDICADORES DE CONOCIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN

ENCONTRAR PATRONES ADICIONALES DE CONOCIMIENTO DE CADA USUARIO

- ▶ EN QUE DÍAS Y HORAS ESTÁ OBTENIENDO MEJORES RESULTADOS
- ▶ CUALES SON LOS SEGMENTOS DE MEJOR COMPORTAMIENTO SEGÚN SUS OBJETIVOS
- ▶ TIPO DE ASUNTOS Y DISEÑOS CON MEJOR DESEMPEÑO
- ▶ CANTIDAD DE EMAILS QUE REQUIERO ENVIAR PARA LOGRAR UNA DETERMINADA CANTIDAD DE APERTURAS Y/O CONVERSIONES



MUCHAS GRACIAS

Carrera 11 # 94a - 25 of 201
PBX: 703.62.15
Bogotá

www.embluemail.com |