EWALL MARKETING

La Guía Completa



Benchmark

TABLA DE CONTENIDOS

1 Como Usar Este Manual

- 1 ¡Bienvenido a Su Guia de Email Marketing!
- 1 Acerca de los Enlaces, las Casillas Azules de Información y las Casillas Verdes de Discusión

2 Por Qué Utilizar Email Marketing para Todo?

- 2 Por Que Usar Un Servicio Profesional de Email Marketing?
- 5 Diagrama de Flujo del Email Marketing
- 7 Por Qué Debería Escoger Email Marketing En Vez De Correo Directo?
- 8 Por Qué Anunciar a Todos?
- 10 Hay alguna una Diferencia Entre el Email Marketing y la Publicidad?
- 12 La Mezcla de la Promoción con el Mezclador del Marketing

13 Preparación

- 13 Expectativas
- 14 Escoja el Software Correcto

16 Autorización y Spam

- 16 Términos que Usted Debe Saber Sin Excepciones
- 17 Ley Federal de Violaciones de Spam
- 18 Directrices para El Cumplimiento de los CAN-SPAM y Nuestras Mejores Prácticas
- 20 Qué Pasa si mi Lista no es Legalmente Spam, sólo Cuestionable?
- 20 Usted no Tiene que Violar la Ley para Sufrir Consecuencias Letales



- 21 Como Construir Una Lista Basada en Permisos
- 23 Cómo Convertir Una Lista Cuestionable en una Lista de Permisos
- 25 Vinculación de Otros Software de Contactos de Negocios con su Servicio de Email
- 25 Tenga Cuidado con los Supuestos Permisos del Clientes de Email

26 Segmentos de Listas

- 26 Segmentos Fáciles
- 27 Seguimiento Avanzado de Segmentos

28 Campañas

29 Una Campaña Ejemplo para una Tienda al Minorista

30 Programación

- 31 Como Programar Trabajos
- 31 Programando Las Mejores Prácticas
- 32 Respuestas Automáticas Tiempo de Lanzamiento del Email Marketing

33 Contenido

- 34 Su Creación de Contenidos, Paso a Paso
- 34 La Línea de Asunto
- 39 Elección y Formato de su Plantilla
- 41 Puedo Utilizar mi Propio Código HTML?
- 41 Personalice las Secciones de Su Plantilla
- 45 La Copia
- 46 Proporcionar Contenido Fresco

49 La Entrega

- 51 Reputación
- 52 Su Reputación es una Puntuación
- 54 Lo Que Su ESP Debe Hacer Por Su Reputación



56 Seguimiento y Reporte

- 56 La Importancia del Seguimiento
- 57 Usted Necesita Reportes en Tiempo Real
- 58 Cómo Puedo Utilizar ésta Información Para Optimizar Mis Esfuerzos de Marketing?

60 Revolución de Redes Sociales

- 60 El Mundo de la Web Seguro se ve Diferente Ahora
- 62 El Concepto de Compartir
- 63 Compártelo en Facebook
- 65 Compártalo en Twitter
- 66 Todo Acerca de los Blogs
- 68 Digg.com y Delicious.com son Marcadores Sociales
- 69 StumbleUpon es un Motor de Búsqueda Social
- 69 Más Trafico Significa Que Los Motores De Búsqueda Notifican Tu Página
- 70 Una Red Social Le Da Un Rostro a La Persona
- 71 En Conclusión

71 Acerca de Benchmark Email

72 Contáctenos



COMO USAR ESTE MANUAL

¡Bienvenido a Su Guia de Email Marketing!

"Si el email fuera un país, sus 1400 millones de usuarios lo harian el más grande del mundo. Más grande que China, más grande que la población de los EE.UU. y la Unión Europea combinados." – Informes del Email Marketina (2009)

Úsenos Para Planear su Éxito

Hola y bienvenidos a la guía completa del email marketing de Benchmark Email. Hemos diseñado esta guía para que sea fácil de entender el manual completo sobre el proceso del email marketing. Y aunque esperamos sinceramente que usted elija nuestro servicio, esta guía está diseñada para todos y cada uno de ustedes como un manual para el arte en general del marketing profesional moderno del email.

Hemos Diseñado un Manual Neutral

Esto no es un argumento de venta de 83 páginas de nuestro servicio, sino una profunda Guía sobre las normas fundamentales, las prácticas y técnicas que cada negocios debe saber antes de comenzar sus primeras campañas. El Email Marketing de estos días es súper simple, pero no está exenta de las leyes y reglamentos. Tomarse el tiempo para familiarizarse con estos conceptos no sólo le ayudará a estar mejor en esto, sino que también minimizará también su exposición a las consecuencias muy reales que su empresa puede sufrir cuando no juega con las reglas del juego.

Acerca de los Enlaces, las Casillas Azules de Información y las Casillas Verdes de Discusión



Como este manual es un recurso para descargar en nuestra página web, queremos apoyar a nuestros clientes con un enlace que les ayude cuando lo necesiten. Algunos enlaces son en general Preguntas frecuentes de una discusión más profunda del tema en mano y algunos específicos del sitio de Benchmark Email. Tendrá una buena indicación de a dónde va antes hacer clic, si usted siente la necesidad de hacer clic en un enlace. Para mantener la posición neutral de nuestro manual, usted encontrará características específicas de Benchmark presentadas de manera segura y perceptible a un lado en las casillas de color verde.

Vamos a regular los debates específicos del software de Benchmark Email con estos recuadros de color verde.

Si aparece un recuadro como este, usted puede esperar ver una explicación de cómo hacerlo en una función específica de Benchmark Email. Sólo hay algunos cuantos esparcidos por todo.

Cuando vea un cuadro de color azul ...

A veces la conversación necesita un poco más de información o una historia de fondo. Usted también podría beneficiarse de algunos detalles más, si no han oído el término antes. Vamos a interponer las casillas azules para que te ayuden de vez en cuando. Si usted tiene el concepto abajo, salte a la derecha hasta el siguiente punto.

POR QUÉ UTILIZAR EMAIL MARKETING PARA TODO?

Por Que Usar Un Servicio Profesional de



Email Marketing?

Usted no estaría leyendo esto si usted pensara que el email marketing es tan básico como enviar emails a sus amigos y familiares. Sí, usted podría escribir un mensaje personal a cada uno de sus clientes - incluso podría enviar el exactamente el mismo mensaje a todos sus clientes - ¿pero que separa la mirada de su organización profesional, de los mensajes que reciben de sus amigos?

El Email Marketing se ve Profesional y Fácil de Usar

Cuando usted utiliza un servicio de email marketing, sus clientes reciben emails de contenido multimedia que están llenos de gráficos, logos, videos y casi siempre se ven muy bien. Lo mejor es que la industria ha recorrido un largo camino. Es súper simple elegir una plantilla, agregarle su contenido y enviar el mensaje, mientras da el aspecto de un marketing profesional.

Pero no puedo soltar imágenes en Gmail, AOL o Hotmail?

Tal vez su cliente de email residencial tiene lujosos colores y fuentes. Tal vez usted sabe cómo colocar las imágenes en su email. Mejor, sí, pero usted debe saber que su email puede ser distinto para diferentes destinatarios. Algunas imágenes pueden trabajar y otras no. A menos que usted sea un mago en la codificación HTML, la variedad de navegadores, email basados en clientes de software y programas que podrían causar estragos en su muy bien visto e-mail en busca de colores porque las imágenes no están incorporadas dentro de los mensajes de email. Se debe estar alojado en un servidor y descargar los mensajes de email a como se abren. Un servicio profesional de email marketing se encargara de esta codificación para usted así que usted no tiene que hacerlo. De lo contrario, los destinatarios sólo pueden obtener el texto sin formato o un email roto que no tiene la apariencia de lo que has enviado.



Email Marketing es Mensurable

Moderno software de email marketing le permite medir el desempeño de cualquiera de sus emails o todos a la vez. Usted sabrá quien abrió su email, cuantas personas responden a sus comunicaciones, y usted puede hacer ajustes cuando usted no esté consiguiendo los resultados que desea.

Buenos Servicios de Email Marketing Ayudan a Separarte de los Spammers

Por último, hay buenas leyes para prevenir el **spam**. Cómo puede asegurarse de que está cumpliendo con estas leyes? Una buena compañía le puede guiar, a buenos comerciantes como usted a través del proceso rechazando a los que no siguen las reglas del juego. En las siguientes páginas, verá cómo este hecho ayuda a los **índices de productividad**.

El Email Marketing es una Metodología Refinada, Probada y de Gra n Alcance

Tan prematuro como en 1980, las primeras encarnaciones del proceso del email marketing se estaba desarrollando. Pero sus raíces se remontan a los métodos de marketing directo, que utiliza el correo para anunciar las mercancías de las pequeñas y grandes empresas por igual. Tanto la tecnología y el comportamiento en línea del cliente han evolucionado con los años y los modelos de lo que constituye un éxito ROI (retorno de la inversión) han madurado. Si usted está entrando al email marketing en la década del 2010, usted tiene la ventaja de entrar en un sistema bien desarrollado, la infraestructura sofisticada y eficiente, que se construye para entregar su mensaje de negocios con una alta tasa de éxito.

El Software en Línea lo Hace Fácil

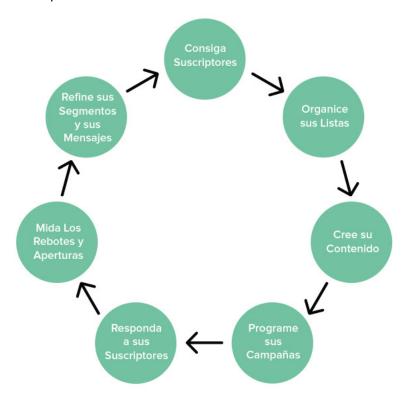
La buena noticia es que muchos proveedores de servicios de email (ESP) proporcionan software de bajo costo, basados en la web pueden ayudarle a alcanzar sus objetivos de marketing.



El ESP trabaja duro en la infraestructura y le provee algo fácil de utilizar, al instante un portal de acceso al sistema. En **Benchmark Email** somos parciales debido a que lo hemos diseñado para que sea fácil, asequible y de gran alcance. Puedes buscar un trato de **email marketing gratuito** para que usted sepa lo que está recibiendo antes de gastar dinero en absoluto.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL EMAIL MARKETING

Este simple diagrama y las explicaciones de estos pasos en la siguiente página le mostrará lo fácil que es email marketing desde su punto de vista:



Una Explicación de los Pasos en el Diagrama de Flujo

Sí, hay una gran diferencia entre el envío de mensajes de email



normal a sus clientes y el uso de software profesional de email marketing. Así que vamos a abordar algunos términos que cada vendedor del email debe saber:

- Consiga Suscriptores Clientes, los clientes o prospectos le darán permiso para enviarles emails, ya que quieren obtener información de usted. Vamos a llamarles suscriptores.
- Organice sus Listas Al organizar las listas de email de estos suscriptores según su ubicación, siguiendo los patrones de gasto o cualquier otra categoría que tenga sentido para usted.
- Cree su Contenido Cree o escriba el contenido para enviárselos a los clientes. Esto puede incluir texto, cupones electrónicos, enlaces, imágenes e incluso vídeo. Llamémosles a estos boletines.
- Programe la Entrega Programe la entrega del email a algunos o a todos los miembros de sus listas. Usted puede optar por enviar diferentes boletines en las horas predeterminadas.
- 5. Responda a sus Suscriptores (Emails abiertos & Clics seguidos) Los clientes reciben contenido en sus bandejas de entrada de email. Cuando ellos lean los boletines de noticias, les llamaremos a estos abiertos. Ellos Responderán a su campaña de marketing al venir a su tienda, seguido por un clic en sus enlaces, etc. Emails que no se pueden entregar son llamados rebotes.
- 6. Siga la Trayectoria de su Éxito en Línea Al monitorear el éxito de sus campañas con los informes en línea y al hacer ajustes acordes. La medición de todos los que son abiertos, la actividad del seguimiento del clic y los rebotes es llamado seguimiento.
- 7. Perfeccione sus Segmentos y sus Mensajes Los comerciantes inteligentes utilizan los gráficos de forma visual con los abiertos rebotados y el éxito del seguimiento del click a centrarse en lo que funciona y hay que tomarse el tiempo para cambiar lo que no es tan eficaz. Cada vez que

cree y envíe un boletín de noticias, usted está enviando una nueva campaña para sus listas.

Cuando se compara el email marketing profesional con el correo regular antiguo, es similar a la diferencia entre las letras escritas a mano sobre ofertas especiales de muebles, y de recibir el catálogo de IKEA en el correo. Y que pueden dar lugar a la siguiente pregunta ...

POR QUÉ DEBERÍA ESCOGER EMAIL MARKETING EN VEZ DE CORREO DIRECTO?

Envio – Oh, esto es fácil. Si tienes que enviar a 1.000 clientes cinco páginas impresas en un boletín los costos son de 83 centavos por correo, y usted puede enviar ese mismo boletín por nada.

Los Costos de Impresión – Está bien, es lo mismo aquí. Su catálogo modesto cuesta \$2 cada uno por impresión, y necesitas 1000. También deseas enviar un catálogo, una vez al mes. Eso es caro! Usted puede obtener un plan de email marketing por menos de \$10 al mes y montamos grandes catálogos de forma rápida y sin costes adicionales. Y no se puede poner un video de email marketing en los catálogos impresos.

Respetuoso del Medio Ambiente – El email marketing no requiere el uso de papel y tinta (a menos que alguien quiera imprimir un cupón con su impresora).

Mensurabilidad – ¿Cómo saber quien abre el correo directo? Claro que puedes pagar por la confirmación de entrega, pero la comercialización del email le da esto a usted sin costo adicional. Se puede decir si el email fue abierto en realidad y si la gente hizo clic en sus enlaces. Por lo general, esta información es fácilmente visible con gráficos visuales y se puede descargar a su programa preferido en la oficina.

ROI o Retorno de la Inversión – Este es el más grande. DMA informa que el email marketing devuelve alrededor de \$43 por cada dólar gastado en ella. De todos los comerciantes encuestados, la mayoría reporto el uso del email marketing que el correo directo (79.1% vs 75.4%). No sólo es rentable, sino también es ampliamente aceptada.

Velocidad – Cuál es el plazo de tiempo en el diseño de una pieza de correo, enviarla a la impresora, la preparación para la entrega del correo y esperar a que la oficina de correos la entregue? Con un software de email marketing basado en la web que ofrece plantillas para boletines, usted puede diseñarlo y entregarlo literalmente en cuestión de quince minutos.

POR QUÉ ANUNCIAR A TODOS?

Es demasiado simple decir que solamente funciona? Tal vez, pero el mundo está lleno de productos por debajo del par, se han vendido más artículos no teniendo el beneficio de la publicidad. Tal vez sientas curiosidad por saber acerca de la mecánica detrás de cómo las grandes empresas de publicidad e incluso molestos infomerciales parecen ser eficaces.

Advertencias Básicas

Vayamos a bajar una importante terminología para que podamos celebrar la nuestra en una conversación con los creativos de publicidad y cuenta de ejecutivos.

Alcance

Si se es Nabisco o Coca-Cola y busca contratar una empresa



de publicidad de Madison Avenue, uno de los primeros términos que usted puede escuchar sería esto. En pocas palabras, el alcance es el porcentaje de la población objetivo que se expone a su publicidad por lo menos una vez. Estas preguntas ilustran el alcance: Cómo puedes esperar que un cliente compre su producto si no sabe que existe? Cómo puede una tienda o un restaurante esperar hacer negocio si los miembros de la comunidad no saben que está abierto?

Frecuencia

Esta es la siguiente piedra angular de la publicidad, y siempre es mencionado al mismo tiempo que el alcance. La frecuencia es el número de veces que se expone una sola persona de la población objetivo a su mensaje publicitario. Informes empresariales reportan que se necesita por lo menos tres o más exposiciones a un mensaje publicitario a los consumidores antes de que tomen medidas.

Enfoque el Marketing

Claro, usted podría anunciar a todo el mundo a ciegas si tuviera suficiente dinero, ¿pero sería efectivo? Tal vez sea mejor gastar su tiempo (y dinero) yendo detrás de los que tienen más probabilidades de comprar su producto. Las empresas inteligentes pueden decirle quien usa sus producto en términos de:

Demografía – Estas son las estadísticas medibles de un grupo de personas. Cuáles son los rangos de edad de nuestros clientes? Dónde viven? Cuánto ganan en promedio? Cuántas tarjetas de crédito tienen? Son hombres o mujeres? Por supuesto, no todos los clientes son lo mismo, una compañía de cerveza podría saber que son más populares en Alabama y Florida, con los varones que tienen entre 20 y 35 años de edad. También podría descubrir que son los más populares en Alaska con los varones mayores de 50 años. Una marca de jabón para la ropa podría saber que son populares en las zonas rurales con las mujeres mayores de 40 años y en las zonas de la ciudad con jóvenes hombres y mujeres por igual.

Psicografía – Estas son las características intangibles de una población de consumidores. Los rasgos no pueden medirse en cantidad, pero se pueden clasificar en términos psicológicos. Una tienda de ropa debe conocer a sus clientes si son "conservadores" o "modernos". Un banco puede atender a algunos productos de ahorro hacia lo "abstinente y ahorrativo", mientras que el departamento de inversiones en la empresa puede identificar a sus clientes como "tomadores de riesgo leve". Apple podría dirigir anuncios de un producto a la "adopción de principios de los consumidores", y otros hacia los "conocedores de la tecnología." Tal vez puede cambiar la posición de sus anuncios a un momento posterior para atraer a la gente prudente que se sienten intimidados por la tecnología.

Si una compañía puede identificar el mercado objetivo para su producto, llegar a los consumidores potenciales y promocionar de manera efectiva a ellos con la suficiente frecuencia, entonces deben experimentar el éxito en el mercado.

HAY ALGUNA UNA DIFERENCIA ENTRE EL EMAIL MARKETING Y LA PUBLICIDAD?

Todo este tiempo, nos hemos estado refiriendo al email marketing y NO a la publicidad por email. Hay una diferencia. Aunque los términos son muy similares, la publicidad es en realidad parte de la estrategia global del marketing. Cuando la comercialización es la mezcla global de la actividad empresarial destinada a atraer a los consumidores y empresas juntos a los efectos de la transacción, la publicidad es pagada por el patrocinio y la entrega de un mensaje en un foro público. El marketing incluye publicidad, relaciones públicas, investigación de mercado, precios de los productos y distribución, e incluso la participación comunitaria.



Sus Clientes no Verán la Diferencia

Valdría la pena señalar que la publicidad puede llevarse a cabo en los mensajes de email, y los puristas tienen razón al señalar que la publicidad del email es en realidad esos molestos mensajes de texto que se presentan en los lados de su servidor de correo basados en la web (como Gmail, por ejemplo). Pero si usted puede aceptar que un comercial de radio o TV es un anuncio, ya que interrumpe su programa de actividades regulares con una pausa para un mensaje comercial, entonces usted puede ver cómo, un mensaje de email marketing interrumpe el proceso personal de los suscriptores de lectura del email está haciendo el mismo tipo de cosas. Contiene el mismo espacio en la línea de asunto como cualquier otro correo, que podría recibir ese día.

Pero Usted Tiene Permiso Para Estar Ahí

La belleza de la comercialización del email es que no hay que colocar anuncios en los espacios públicos, anuncios en Google o cualquier otro lugar en que un cliente potencial podría estar buscando algo más que su anuncio. Usted tiene el permiso de sus suscriptores para enviarles información que ellos han solicitado dentro de su espacio personal, no público: su bandeja de entrada. Si usted se aprovecha de esta confianza mediante el envío de escandalosos, contenidos acribillados, pronto perderá este permiso y obtendrá que sus suscriptores se retiren.

Cómo Perciben sus Clientes que Usted Depende de Usted?

Depende de usted el mercado del email con eficacia, para que no se perciba como publicidad ciega para sus suscriptores. Si usted está vendiendo cosas, por supuesto, usted quiere que la gente sepa acerca de ellas. Pero lo último que usted quiere es ir a través de un vendedor de coches usados. Um, a menos que usted sea un vendedor de coches usados. Pero sin pensar que saturan la bandeja de entrada de sus suscriptores



con anuncios luminosos que siempre venden lo mismo es francamente ofensiva.

La Palabra Éxito y Ese Éxito el Email Marketing Nunca lo Olvida

PermisoProfesionalCortésModeraciónResponsableMediciónOportunidadPertinentesModales

LA MEZCLA DE LA PROMOCIÓN CON EL MEZCLADOR DEL MARKETING

La cuarta P en la mezcla del marketing es sinónimo de promoción (después de producto, lugar y precio). Sí, su cliente podría esperar los anuncios de los productos a un precio excelente y una manera confiable para que usted reciba el producto o servicio para ellos (y el email marketing le da todo esto de una sola vez). Pero también hay oportunidades sólidas, variadas de promoción con el email marketing, y estos no son solo anuncios. Considere sus opciones:

- Usted puede ayudar a la parte de relaciones públicas de las cosas a través de enlaces a las buenas críticas de su producto o la prestación de herramientas interactivas de retroalimentación en sus buzones.
- Puede proporcionar soporte al cliente con videos sobre la mejor manera de utilizar los productos y crear una comunidad en línea alrededor de su servicio.
- Usted puede demostrar la participación real de la comunidad mediante la inclusión de noticias del vecindario



- o la palabra de los eventos en su ciudad. Usted ganará el respeto de sus suscriptores, mostrando que le importa donde viven.
- Puede establecer usted o a su empresa como un experto en la industria con comentarios o la educación en los temas de interés de su campo en particular.

Un agente de bienes raíces podría figurar un artículo sobre encimeras de actualización u otros elementos de interés para los propietarios de viviendas. Van a leer la información de ahora porque es interesante. Se puede vender o comprar una casa en unos meses sobre el camino y recordar el nombre de la agente de bienes raíces que tiene todos esos grandes consejos para la casa.

Un fabricante de piezas de recambio de automóviles de una boutique puede encontrar el email marketing como un método de entrega perfecto para una feria virtual y hacer clic en un enlace para comprar las partes.

PREPARACIÓN

Sobre la Preparación

Al igual que con cualquier cosa que usted está invirtiendo tiempo y dinero, la preparación es la clave. Claro, el email marketing profesional es rápido y muy barato, pero ¿qué pasa con todo el tiempo y el dinero que gasta en la construcción de su negocio? Primero hay que hacer las cosas bien, para que pueda cosechar los frutos de un plan bien establecido. No hay más que perder que sólo el tiempo y dinero.

Expectativas

El email marketing funciona. Pero usted no debe esperar enviar 1.000 mensajes de email y que 900 personas se presenten al día siguiente en su negocio. Un promedio de 30% de las direcciones de email, cambian cada año. Es posible que



muchas de las direcciones en cualquier lista de suscriptores actuales ya no sean válidas. Además, muchas personas sufren de fatiga del email y ya no están interesados en suscribirse a un nuevo boletín. Esto puede afectar el tamaño de su lista.

Aquí están algunas estadísticas actuales para ayudarle a moderar sus expectativas:

Promedio de la Tasa del Email Abierto: 22.0% Promedio de la Tasa de Entrega del Email: 93.9% Promedio de la Tasa del Seguimiento del Clic: 5.9%

Fuente: Epsilon Q4 2009 Tendencias de Correo y Benchmark (Enero 2010) via www.emailstatscenter.com

Paciencia

Usted necesita un plan. Es necesario seguir con el plan y ajustarlo. Y necesita darle a su plan, tiempo para trabajar. No se olvide de las lecciones de la frecuencia.

Escoja el Software Correcto

Hay muchos competidores que están listos para ofrecerle una solución de email marketing. Usted es un experto en su campo y necesita un programa que no haga perder su valioso tiempo. Usted tiene competencia también. A menos que seas un masoquista, usted probablemente querrá obtener una gran calidad, email marketing es fiable en un formato fácil de usar, el paquete no consume-tiempo. Puedes buscar estas características con su proveedor de servicio de email (ESP):

Plantillas – Plantillas de email ahorran tiempo, porque ya están formateadas con una variedad de estilos y opciones. Un buen servicio debe tener por lo menos unos cuantos cientos, para que pueda encontrar el look que se adapte a su empresa junto con un tema que se ajuste a los efectos de su boletín informativo. Será más rápido para enviar esa oferta especial o

cupón electrónico si solo tiene que introducir su texto en una casilla y los envía.

Dragar y Soltar el Editor – Las plantillas son un gran lugar para empezar, pero es posible que desee personalizar su boletín de noticias con contenido adicional o cambiar lo que ya hay. Debe ser fácil de colocar su logotipo, imágenes o incluso vídeos, para que usted se pueda concentrar en lo que quiere decir.

Software Basado en la Web – A diferencia de los que requieren que el software sea instalado en un solo equipo, la mayoría de servicios están basados en la nube. Otro término para esto es software como servicio (SAAS), lo que significa que el software se implementa a través de la Internet. Usted puede acceder a sus listas, construir sus boletines de email e incluso ver todos los informes desde un navegador. Sus campañas viven en los servidores del proveedor y se puede acceder desde cualquier lugar a través de conexión a Internet. Sus datos están protegidos por contraseña.

Seguimiento y Gráficos Visuales – Imagínese cuán eficiente puede ser cuando se sabe quien abrió sus boletines de email y si han hecho clic a través de sus enlaces. Usted puede medir con precisión la eficacia de su campaña e interpretar los datos con direcciones de seguimiento del email gráficos visuales.

Medios de Comunicación Social de Integración – Sus clientes están en Facebook, Twitter y blogs. Su email marketing debe integrar a la perfección estos servicios con herramientas de redes sociales. Estudios recientes han demostrado que los usuarios de redes sociales tienen 10% más probabilidades de responder al email marketing que los que no los utilizan. El servicio adecuado le abrirá no sólo el mercado sino también las bandejas de entrada de sus suscriptores, pero también las páginas principales de sus redes sociales al mismo tiempo, visibles y compartidas con sus amigos con un sencillo clic.

Manejo de la Lista – Hemos dedicado una sección a la meta de la comercialización porque es importante segmentar su base de clientes y mercado para los segmentos de forma exclusiva. Elija un servicio que le permita separar fácilmente sus listas,



por lo parámetros que consideren oportunos para el destino de su email marketing.

Encuestas en Línea — Una empresa exitosa no sólo ofrece excelentes productos y servicios, que escucha los comentarios de los clientes para que sepan lo que el mercado quiere. Es útil si se puede incluir atractivo, llamar la atención y encuestas en línea de los clientes en sus boletines de noticias y ver los resultados al instante. Combine estas respuestas con la lista de segmentación y usted tendrá una herramienta de gran alcance.

Una Casilla para Inscribirse en Línea – Vamos a estudiar la construcción de la lista. Pero no es difícil imaginar la posibilidad de poner una casilla de registro de suscripción al boletín en su sitio web, página de Facebook, blog o en cualquier lugar ofrecer una gran y fácil manera de construir sus listas de email.

AUTORIZACIÓN Y SPAM

Sólo Debe Enviar Emails Masivos a las Personas que lo Esperan d e Usted y Específicamente a Usted.

Es así de simple. Existen severas sanciones legales por romper la ley al cruzar ciertas líneas. Pero también es posible experimentar graves consecuencias cuando se cumple con la ley, pero no cumple con las mejores prácticas. Empresas de renombre del email marketing le esperan, para realizar mejores prácticas para que puedan asegurar la prestación de sus boletines de email y los de todos sus otros clientes.

Términos que Usted Debe Saber - Sin Excepciones

Tener permiso para enviar emails a granel a los receptores es



más que una clave para el éxito, es necesario. Es útil, aquí si examinamos algunos términos:

Spam – El envío de emails no solicitados de manera idéntica o casi idéntica a una lista o grupo de personas.

Opt-In – Esto significa que una persona ha dado su consentimiento expreso o permiso para enviar email masivo del remitente.

Doble Opt-In (o Confirmado Opt-In) — Este es el método preferido para obtener el permiso, la persona se inscribe para ser contactado a través del email vía un formulario, casilla de verificación, casilla de registro, etc. Un segundo paso, se añade en donde la persona responde a un mensaje de verificación antes de que el email se envíe.

Opt-Out (o Cancelar) – La opción que una persona tiene cuando ya no desea recibir emails de una empresa. Se requiere un mecanismo basado en la web mediante el cual las personas pueden solicitar ser eliminados de forma fiable de una lista de correo. Esta solicitud debe ser atendida dentro de diez días. Su proveedor de servicio de email debe proporcionar esto para usted automáticamente.

LEY FEDERAL DE VIOLACIONES DE SPAM

La ley CAN-SPAM es muy clara en no a la cosecha de las direcciones de email para enviar emails masivos a personas que no los quieren. Va más allá en la regulación de los tipos de mensajes comerciales que puede enviar para que no sea engañosa. Comprar listas de email, préstamo de listas de emails, y hacer listas de personas con las que no tienen una relación pone en tremendo riesgo su empresa. Más allá de eso, es simplemente mala educación y la razón por la cual la ley CAN-SPAM fue escrita.

Si usted va a empezar el email marketing, usted realmente



debe visitar el sitio del gobierno que usted mismo tiene que leer. Hay reglas para los tipos de cosas que usted puede y no puede poner en los titulares, junto con otra información importante. Vamos a ofrecerle un poco de ayuda informal aquí ...

DIRECTRICES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS CAN-SPAM Y NUESTRAS MEJORES PRÁCTICAS

No somos abogados, así que no tome esto como su asesoramiento jurídico. Sólo podemos decir algunas situaciones que son señales de alerta para nosotros:

No Utilice Listas Compradas de Email

No importa lo que le cueste. Si su empresa no obtuvo el permiso directamente de la gente en esta lista para enviarles emails masivos, usted es spam. Usted no tiene manera de verificar que estas direcciones son realmente opt-in. Piense en esto: ¿por qué, en la tierra alguien quisiera inscribirse para estar en una lista de email para la venta sin control de quién pueda llenar sus bandejas de entrada de email?

No Utilice Listas de Emails de Fiestas de Terceros

Usted pertenece a una organización o usted tiene una relación con otra compañía que le ha pasado su lista de correo. ¡Oh, es tentador, pero no lo hagas. Nosotros no lo permitimos en Benchmark y cualquier proveedor de email marketing respetable tampoco. Se podría pensar que es conveniente

porque usted y el tercero son similares, por lo que sus miembros probablemente les gustaría conocer acerca de su oferta. Lo sentimos. Si usted les envía mensajes masivos a ellos como una lista, bien es jurídicamente spam o alguien lo considere como tal y lo reporte. Nuestra sección de reputación a continuación le ilustra con claridad por qué es malo para usted.

No Formule una Lista de Email de Tarjetas de Presentación de Personas

El hecho de que haya tratado de ganarse un almuerzo gratis o inocentemente le dio sus tarjetas de presentación, no significa que quiera suscribirse a su boletín informativo. ¿Puede enviarles emails de forma individual con un mensaje personal? Claro. También podría considerar el envío de un email pidiendo permiso para ponerlos en sus listas de correo masivo. Pero automáticamente ponerlos en la lista sin el permiso es un viaje rápido a Spamville.

No Engañe a las Personas Para Que Estén en Sus Listas

Si alguien hace una transacción en su sitio y físicamente checa alguna casilla que diga "Haga clic aquí para recibir ofertas por email, es aceptable. Si usted hace esta casilla de Control previo para que puedan perder, o si usted hace la casilla que diga: "Haga clic aquí si usted no quiere que le enviemos emails," entonces usted está siendo un poco agresivo. La gente podría irritarse e informar por el abuso, algo que no es bueno para su reputación.

Así que si tiene que preguntar "Qué tal si?", entonces probablemente no debería hacerlo. Recuerde que la etiqueta de spam no decide por usted. Es la percepción de los beneficiarios y los administradores del servidor lo que cuenta.

Una vez más, es tan simple que vamos a repetirlo: No envíe el email marketing a las personas que no lo han pedido



específicamente de usted. El sentido común le dirá que no bombardee a la gente que le ha dado el permiso. Personas astutas pueden ver algunas lagunas en la ley, pero hay más para considerar que sólo la ley.

Qué Pasa si mi Lista no es Legalmente Spam, sólo Cuestionable?

Incluso si lo que estás haciendo no es legalmente spam, aún podría ser percibido como spam. Sólo se necesita una persona para empezar el "marcado como spam" y su email podría iniciar el proceso de investigación de abuso de ISP. ¿Qué sucede entonces?

USTED NO TIENE QUE VIOLAR LA LEY PARA SUFRIR CONSECUENCIAS LETALES

La Internet no está regulado por el gobierno federal.

Proveedores de servicios de Internet son empresas privadas que actuarán de manera rápida y severamente a apuntar un golpe mortal a cualquier persona que sea percibido como spam. Hay una serie de horribles consecuencias que puede sucederle a cualquier persona que no cumpla con las mejores prácticas de e-mail marketing:

Entrando a la Lista Negra

Esto es lo que definitivamente usted no quiere. Los administradores del servidor odian el spam y rastrean los nombres de dominio y direcciones IP de los servidores que envían correo no deseado (incluso la comunicación jurídica

que aparece como spam puede entrar a la lista negra). Si usted termina en una de estas listas, es muy difícil de salirse, y usted no será capaz de enviar ningún email debido a que las listas negras son compartidas y distribuidas a través de Internet. Todas sus listas de suscriptores deben ser opt-in "solamente (mejor aún si es doble opt-in) y usted debe tener prueba de que si lo son por si acaso.

Los Emails de Boletines de Noticias Van Sin Ser Entregados

Muchos paquetes de software de email tienen filtros bayesianos instalados. Estos supervisan lo que los usuarios clasifican como correo basura o spam. Con el tiempo, el filtro se entera de lo que los usuarios definen como spam mediante la asignación de un puntaje a ciertos términos o claves de diseño. Además del filtrado puede ocurrir si un nombre de dominio se identifica por tener una mayor propensión para el envío de los artículos que terminan en la carpeta de spam.

La Imagen de su Marca Esta Empañada

Esto podría ser el más importante de todos. El email marketing tiene la intención de aumentar la presencia de su marca y establecer la calidad de su empresa. Si usted sigue las prácticas de spam, su empresa y sus productos se devalúan a los ojos del destinatario.

COMO CONSTRUIR UNA LISTA BASADA EN PERMISOS

No es difícil crear listas basadas en permisos. Sólo se necesita sentido común y una dedicación menor a sus métodos comunes. La buena noticia es que la tecnología puede automatizar el proceso. Papel y lápiz funcionan también. Y



cuando los dos mundos se encuentran, usted tiene aún más potencia!

Utilice Las Casillas de Registro

Una buena empresa de email marketing le puede proporcionar uno de estos códigos - básicos HTML en el cual usted puede copiar y pegar en su sitio web, la página de red social o en cualquier otro lugar en la red. La gente debe ver una casilla se pueda utilizar para registrarse a su boletín de noticias. Debido a que un mensaje de confirmación se envía, esta lista es doble opt-in, y considerado como el mejor tipo de lista.

Coloque los Enlaces en las Casillas Para Registrarse

Si visita a menudo los foros, participa en redes sociales o trabaja en lugares donde no se puede colocar el código para su casilla, ponga un enlace a ella siempre que pueda.

No Deje que Su Lista Sea Robada

Una buena regla general es de seis meses. Incluso si usted construyó su lista de la forma correcta, una persona puede olvidar que se ha suscrito a su boletín informativo. Puede ser que aprieten el botón de spam. Una persona que pudo haberse registrado a su marketing en Enero, si usted espera hasta septiembre a enviarle su primer boletín el cliente podría haber olvidado, incluso cambiado de opinión con respecto a su boletín de retraso como no solicitado. En este punto, el término "permiso" da paso a la "expectativa". Si ellos no se despertaron esperando su email, es posible que sea percibido como entrometerse en su espacio personal.

Mantenga Una Unidad de Suscripción

Mantenga una unidad de suscripción para sus clientes en su tienda de ladrillo y mortero o en línea. Utilice un formulario con una casilla de verificación que puedan llenar para demostrar



que están de acuerdo para convertirse en suscriptores. Guarde copias de todas sus formas "opt-in en caso de ser golpeado con una denuncia de spam más tarde. Si desea inscribir montones de gente en una sola toma, ofrezca algún tipo de incentivo como un descuento o regalo.

Promueva su Boletín en Otros Boletines

Muchos boletines relacionados con la industria del email ofrecen algunos espacios publicitarios para otras publicaciones. Por ejemplo, si usted maneja una tienda de equipo de camping, es posible que desee promocionar su boletín de email en cualquier email que se centre en la naturaleza.

Ferias Frecuentes para Comerciar

Usted puede encontrar gran cantidad de personas que tienen intereses similares en un solo lugar. Deles la mano, diga hola, y tenga la amabilidad de pedirles permiso para enviarles a los nuevos contactos sus boletines. Si usted no recibió el permiso por escrito para agregarlos a su lista, asegúrese de utilizar la opción de opt-in confirmado cuando los ingrese manualmente a sus listas. Cada nuevo contacto agregado de esta manera recibe un email con un enlace en él que debe hacer clic para activar su suscripción. Una buena regla general es que si usted recibe una tarjeta de presentación en una feria comercial, inmediatamente envíeles un email para pedirles que confirmen si quieren estar en su lista de email masivo.

CÓMO CONVERTIR UNA LISTA CUESTIONABLE EN UNA LISTA DE

PERMISOS

Imagínese heredar una lista de contactos de un colega que dice que es basada en permisos. Usted podría tomar su palabra para empezar a enviarles mensajes, pero eso es un riesgo muy grande. Y si es una lista hecha de forma automática cuando la gente compra un producto, o incluso una lista que fue basada en permisos en algún momento, pero no se ha utilizado en mucho tiempo.

Si te encuentras con situaciones en las que usted no tiene la más mínima duda de que su lista está basada en el permiso, usted necesitará lo siguiente para resolver la cuestión:

- Un simple, email de texto salte los gráficos y las imágenes
- Un enlace en el email para que los destinatarios puedan hacer clic para volver a confirmar su suscripción
- Un enlace de cancelación que funcione, que sea fácil de localizar y utilizar
- Un enlace a su página web para que la gente pueda familiarizarse con el producto o servicio
- Una dirección de email similar al que utiliza para enviar su email o boletín de noticias, pero nunca el que realmente utiliza.

Usted puede encontrar más métodos detallados de la conversión de las listas aquí.

Privacidad

Basta decir que el mantenimiento de las direcciones de sus clientes de correo e información personal será privado y seguro, debe estar en la cima de sus prioridades. Ellos están confiando en usted con información privada y le pueden hacer responsable si es mal usada o vendida sin su consentimiento. La compañía de email marketing que usted elija debe ser capaz de asegurar los activos de su empresa para ponerse en contacto intacto y seguro con sus servidores.



Vinculación de Otros Software de Contactos de Negocios con su Servicio de Email

Cuando usted se suscribe a un servicio de email marketing, lo que más le gustaría es tener un panel de control fácil de usar que le ayude a gestionar todos los aspectos de sus actividades de email marketing. Esto es grandioso si toda su actividad de contacto de negocios sólo tiene lugar aquí. Sin embargo, algunos usuarios energéticos han hecho uso de las características de integración que enlazan sus relaciones con los clientes del software de administración. Esto puede ser terrible, pero hay que tener mucho cuidado aquí. A veces, los cuadros de mando de cualquiera de los servicios serán accesibles desde uno u otro. Si va a importar la información de sus contactos para su tablero de email, tiene permiso para enviar los emails masivos a estos nuevos contactos? Es un permiso actual? Una vez más, podría ser mejor enviarles un email primero y preguntarle a esos contactos que autoricen (opt-in) su email marketing.

Tenga Cuidado con los Supuestos Permisos del Clientes de Email

Vamos a ofrecer una advertencia final sobre el permiso: El hecho de que ha adquirido la información de un cliente a través de la actividad empresarial normal, no significa que han aceptado el envió de email marketing. Probablemente hay un permiso implícito para sus clientes que le han proporcionado sus direcciones de email y automáticamente el envío de e-marketing, no necesariamente infringiendo la ley.

Teniendo en cuenta que las mejores prácticas siempre son buenas para su reputación. Considere la posibilidad de enviar un email para preguntar si puede añadirlos a sus listas de email marketing. Omitir este paso podría dar lugar a que la gente presione el botón y marcarlo como spam. No podemos hacer suficiente hincapié en cómo daña a todos sus esfuerzos de marketing. Además de alterar a un solo cliente, ha empañado su reputación y por lo tanto mayor probabilidad de que todos



sus emails marketing terminen sin ser entregados. Digámoslo de esta manera: El hecho de que usted se suscriba a un servicio de recolección de basura, ¿no significa que usted quiere un boletín electrónico semanal de la empresa de eliminación de residuos?

SEGMENTOS DE LISTAS

Ahora que sabes la mejor forma de crear una lista, ¿está listo para enviar su email marketing? Bueno, sí, en el mismo sentido que si usted tiene un refrigerador lleno de comida, entonces usted está listo para cocinar. Sirve de ayuda si usted tiene un plan, ¿no? Y ayuda si no sirven de todo a todo el mundo a la vez. Piense en este refrigerador lleno de comida en una cocina que sirve comida a los animales en un zoológico y que quisiera empezar a saber lo que quieren decir. Algunos animales podrían tener dietas diferentes, algunos bebés pueden ser nuevos para la comida, algunos animales de más edad les gustaría comer más a menudo, y algunos pueden enojarse si su comida no viene de cierta manera. Los cuidadores del zoológico probablemente deberían dividir los animales en segmentos para que se preparen los alimentos adecuados para los animales correctos.

Ahora la gente en su lista seguramente no son animales (a menos que usted sea veterinario), pero el mercado con mayor efectividad seria segmentar en grupos únicos de personas con necesidades especiales. Un buen software de email marketing le permite hacer esto fácilmente.

Segmentos Fáciles

He aquí una breve lista de los segmentos que los vendedores nuevos del email deben tener en cuenta al organizar sus clientes:

Localización – Es probablemente la más obvia. Si le pregunta a sus clientes donde viven, cuando se registren o suscriban, puede atender ofertas, noticias y alcance comunitario a los



barrios en particular. La mención de puntos de referencia y puntos de interés que sólo alguien en esa comunidad le importa es una gran manera de congraciarse con estos clientes.

Cumpleaños – Si conoces el cumpleaños de sus clientes, ¿por qué no les damos la bienvenida de vuelta a su tienda o restaurante con un pequeño regalo? Va ser feliz al saber que pensaba en ellos y probablemente traerá amigos.

El Comportamiento de Compra – Si usted está construyendo su lista de forma manual (con permisos, por supuesto), entonces también podría ser capaz de introducir el comportamiento del consumidor del cliente como una entrada. Tal vez usted tiene un segmento de su lista con grandes consumidores y una para clientes frecuentes. Usted puede decidir enviar ofertas especiales para premiar a los que compran con frecuencia, o usted puede ir al otro lado y tratar de atraer a los compradores ocasionales.

Objetivo para los Segmentos de Mercado – Nuestra discusión sobre la comercialización de destino podría recordar las numerosas categorías en las que cualquier cliente se puede segmentar. Si configura los diferentes campos antes de crear su lista, usted puede identificar las necesidades únicas de capitalizar.

Seguimiento Avanzado de Segmentos

¿Queriendo colgar la idea de la segmentación? Muy bien! Pruebe estas y realmente enfoque su comercialización en una forma que tenga sentido.

Los que Responden – Cuando realiza un seguimiento de quien abrió su email y hace clic de nuevo a su sitio web para una compra o visita, usted puede segmentar esta población específica en su lista de marketing para esta zona fértil y valiosa de la lista.

Nuevos Suscriptores – Los que son nuevos en la lista puede ser que necesiten saber acerca de la información que con



los suscriptores que ya llevan tiempo. Segméntelos y deles la atención que se merecen.

Los que Abren — También es posible analizar quien abrió su email marketing, pero luego no hizo nada más. Es posible que desee probar un enfoque diferente para obtener la acción de esta parte media de la lista de interesados.

Los que No Abren – Si usted tiene gente que ni siquiera abrió su email (pero el seguimiento de la entrega, le dice que lo ha recibido), entonces usted puede intentar algunos métodos diferentes para llamar su atención. Eventualmente podría decidir que estas direcciones son una pérdida de tiempo y recursos.

CAMPAÑAS

Ahora que usted ha construido una lista de email y dividido en segmentos que tengan sentido, es el momento para iniciar su campaña. Uh, oh, ¿qué es una campaña?

No te Preocupes, es Sólo un Plan

Hay acontecimientos importantes en nuestras vidas y eventos menores que tomaron un gran esfuerzo. Mayormente todos ellos toman algún tipo de pensamiento y por lo menos algunos recordatorios para hacerles. ¿Huyendo de un oso cuando lo ves? Tal vez usted sólo piensa en una vez y hacerlo. Cambie su servicio telefónico a un mejor plan o pruebe un nuevo restaurante puede tomar unas pocas menciones.

Una campaña es parte de una serie de mensajes de email marketing que usted envía a una lista de clientes.

Se Necesita más de un Email Para Construir una Relación

Sería muy bueno si usted acabara de enviar un email a un



cliente y el llegara y comprara todo lo que tiene que ofrecer, pero va a tener más trabajo que eso...o al menos que sea inteligente y sutilmente persistente. Usted puede hacer este sencillo proceso, o puede tomar un enfoque global. Dos industrias o incluso empresas dentro de esas industrias son iguales, por lo que vamos a tomar en un par de ejemplos de casos.

Una Campaña Ejemplo para una Tienda al Minorista

Email de Introducción — Se podría empezar por la introducción de los contactos recién adquiridos a la filosofía de su tienda con un email de introducción. Información sobre las horas, los empleados y sus áreas de experiencia y tal vez un cupón de bienvenida sea un gran contenido para su primer boletín de noticias. También podría hacerles saber lo que pueden esperar en sus futuros boletines provenientes de usted.

Email de Promoción — Su siguiente boletín de email podría estar lleno de especiales semanales. Tal vez nada más que los precios y la información sobre los productos que está vendiendo sería suficiente.

Boletines para las Vacaciones — Un boletín de temporada es siempre un ganador. Muchas empresas de email marketing le proporcionan a usted plantillas de email para las vacaciones, y es su señal para participar en las festividades como se conecta con su base de clientes con un boletín de noticias temáticas.

Segmente sus Promociones — La segmentación podría ser su próxima elección. Una tienda de hardware podría identificar ciertos códigos postales que disponen de más piscinas. Pueden dirigirse con un boletín con noticias de productos específicos para los propietarios de piscinas y enviarlo a los suscriptores que viven en esos barrios. Es posible que haya preguntado a sus clientes si tienen niños cuando crearon su lista. Ahora sabremos exactamente quién estaría interesado en especiales de vuelta a la escuela!

Boletines Expertos para Vecindarios — Tal vez la tienda esté



interesada en la estrategia a largo plazo. Boletines periódicos por email sobre eventos de la comunidad pueden ser muy positivos, mientras se construye un status en el vecindario. Una tienda de mejoras para el hogar puede ofrecer boletines con ideas exclusivas del proyecto "hágalo usted mismo y cómo hacerlo". Aun sin mencionar los productos para nada, la tienda podría llegar a ser vista como el faro del conocimiento del mejoramiento del hogar y verdaderamente confiable por los lugareños.

Invite a Eventos Especiales — Tal vez la tienda está llevando a cabo una demostración del producto en las tiendas. Muchas personas se pierden muchos eventos a los que les hubiera gustado asistir pero no asistieron porque simplemente no sabían nada de ellos. El dueño de una tienda puede enviar invitaciones por email a cada uno en su lista o usar su lista de segmentos para invitar a las personas concretas que han expresado su interés en ese tipo de cosas.

Encuestas o Sondeos — Esto puede ser enviado por su cuenta o incluidas en cualquier boletín de noticias. La tienda puede obtener respuestas de los clientes vitales mediante el envío con buen aspecto, encuestas de clientes fáciles de usar. Los clientes sienten como si tuvieran una voz en la tienda como un ajuste fino de sus operaciones sobre la base de la retroalimentación que recibe. ¿La mejor parte? Las encuestas le permiten hacer cualquier pregunta que usted quiera y pueda crear más segmentos de la lista sobre la base de estas respuestas.

PROGRAMACIÓN

Algunas personas les gustarían crear su email marketing cuando se sienten inspirados y envían en pocos minutos antes de terminar. No hay nada malo en ello si así es como se trabaja, pero al menos debe saber que usted puede programar su email y que hay una base de conocimientos de la programación de las mejores prácticas.



Como Programar Trabajos

Como al crear su email, puede elegir el día y la hora en que desea enviarlo. También puede guardarlo como borrador, para que pueda aplazar la decisión de cuándo enviarlo más tarde. Si usted ha tomado ventaja de la segmentación de la lista, puede duplicar su email y enviarlo a una lista en un momento determinado y a otra parte de la lista más adelante.

Programando Las Mejores Prácticas

Hay algunas cosas que son puro sentido común. Usted no desea enviar boletines de email a contactos de negocios en los fines de semana si sólo tiene la dirección del email de su oficina. Pero hay algunas cositas de la experiencia que puede ayudar incluso a aquellos que son los más brillantes:

Emails para la Semana – Martes, miércoles y jueves son los mejores días de la semana para entregar sus campañas de email. El lunes es muy ocupado, ya que comienza la semana, y el viernes a veces no es el día más productivo ya que se inicia el fin de semana.

El Domingo en Lugar del Sábado – El sábado es demasiado profundo en el fin de semana para enviar un email principal. Pero estudios recientes han demostrado que los sábados son el mejor día de fin de semana, en realidad es uno de los mejores días de la semana para enviar boletines informativos. Cada vez más, la gente está utilizando el domingo para comprobar el email y la tienda online.

Envíe a Menudo – Hemos mencionado esto antes, pero es muy aplicable en este caso. Si espera demasiado tiempo para enviar su primer email o deja lapsos demasiados largos entre sus boletines de noticias, las listas previamente ansiosas sólo puede cambiar de opinión acerca de sus comunicaciones o no ser tan sensible como antes. Ellos pueden olvidar totalmente de que se suscribieron a usted y lo que se refiere a su email fuera inesperadamente-como spam. No se olvide que firmaron al boletín de noticias porque ellos quieren información. Por ello,



el permiso es tan importante: Sólo hay gente en su lista que están anticipando la información de usted.

Pero No Envíe Demasiado a Menudo – La última cosa que quieres hacer es grabar una lista que no funcione. También está la cuestión de ROI – Retorno de la inversión. A pesar de, el email marketing es muy barato, hay algún costo. Si usted envía muchos mensajes de email y su respuesta se estanca, usted podría estar perdiendo tiempo y dinero. Peor aún, podría ser percibido como spam, a pesar de tener el permiso para enviar el email a la persona.

Y¿Qué Significa Esto? – Creemos que el suscriptor promedio gozaría de un boletín de noticias de actualidad una vez por semana, definitivamente no más de tres por semana, probablemente más de una vez al mes. Sólo usted y su tipo de negocio podrá determinar esto. Sin embargo, usar el sentido común. El comprador de coches sólo puede comprar tantos coches en un mes, mientras que la lista de un restaurante de comida rápida puede ser sensible a los especiales del día. Por ello, las campañas de la materia: Si varían sus temas, y siempre ofrecer temas de contenido fresco, usted nunca lo mirará como si estuvieras enviando solo el mismo email semana tras semana.

RESPUESTAS AUTOMÁTICAS - TIEMPO DE LANZAMIENTO DEL EMAIL MARKETING

Si su compañía de email marketing tiene una gran función de respuesta automática, usted tendrá el beneficio de "instalarse y olvidarse de él" enfocándose en sus campañas de email.

Considerando que usted puede programar los medios a



elegir manualmente como las fechas para enviar sus boletines individuales, una respuesta automática de obras mediante la creación de sus boletines de noticias para que salte tantos días después de que un suscriptor realiza una acción (como firmar un registro, haciendo una encuesta, etc.)

He aquí un ejemplo:

Se estableció cuatro boletines diferentes de email marketing para salir a las personas que utilizan su suscripción. El primer día, un mensaje de bienvenida se envía. En cinco días, reciben un cupón de descuento. Día diez ven llegar un boletín detallado que funciona como un servicio o catálogo de productos. En quince días, una encuesta entre los clientes se envía automáticamente a cabo. Sólo tienes que configurar esto una vez en la campaña de forma automática que este en juego durante el tiempo que desee.

Usted Puede Tener Múltiples Respuestas Automáticos

Usted puede tener diferentes respuestas automáticas para los diferentes segmentos de las listas. El marketing más efectivo es segmentar sus listas y campañas y planear lo que mejor se adapten a sus características únicas.

CONTENIDO

Porque Probablemente Usted no se Preocupa Al Respecto

¿Podemos hablar de los viejos tiempos? ¿Sólo durante un segundo, tal vez? ¿No le interesa si no importa ahora? Bueno. Vamos a resumirlo algo así: Hace unos años, tenía que saber un poco del código HTML para ser eficaz en el email marketing. Ya no es así. Usted está pagando por un servicio de email marketing que incluye todas esas cosas en el fondo

que nunca quiso aprender en primer lugar. No ha venido a esta experiencia, ya que quería enterrar la cabeza en los grandes libros sobre cómo construir el formato correcto HTML para los boletines que trabajan en todos los clientes de email y servidores. Para la mayoría, el sólo leer esa frase les duele.

La Elección del Servicio Correcto te Libera de Pensar

A pesar de que un buen servicio le permitirá aplicar su propio código HTML (si lo tiene o lo escribe por sí mismo), la mayoría de las personas están felices al solo seleccionar algunas plantillas de email arrastrar y soltar en las secciones, logotipos, imágenes o vídeo, elegir una fuente, y luego pulsar enviar. Es más fácil elegir entre los diseños en lugar de construir desde el código mismo. Esto le permite centrarse en lo que el cliente realmente quiere de usted: el contenido pertinente.

Su Creación de Contenidos, Paso a Paso

Ahora que estamos más allá de la fase de diseño, vamos a tomar decisiones en su contenido una por una, en el orden que es probable que los encontremos. Las siguientes páginas son un pequeño libro sobre cómo escribir gran contenido para que sus boletines pasen los filtros de spam, que salten a las bandejas de entrada de sus clientes, y motive a la gente a hacer más negocios con más frecuencia con su compañía.

LA LÍNEA DE ASUNTO

No podemos enfatizar lo importante que esto es. Esta es la línea que su cliente lee en su bandeja de entrada y van a basar su decisión de abrir el email basado en él. Las primeras impresiones cuentan. Son la parte por qué la gente se viste para ir fuera, por qué algunas aves tienen plumas elaboradas y por qué la puerta de entrada de un edificio público suele ser más impresionante que la puerta de atrás.



Que Sea Interesante

Si usted recuerda una sola cosa, que sea esto. Los tiempos, las tendencias, las normas y la gente, todo cambia. Así que lo que funciona un año podría ser spam en los próximos. Pero si usted escribe sus titulares para que sean interesantes en el contexto de la otra cosa que su cliente recibe, está a mitad de camino. Usted quiere que su titular sea el que se destaque y exige que se abra.

Conozca sus Límites – 55 Caracteres o Menos

Se puede escribir una línea de tema más larga, pero algunos clientes de email, como Yahoo, cortan la línea del asunto después de 55 letras o espacios. Si excede este límite, corre el riesgo de un pensamiento incompleto. Imagine la confusión que tendría si quiere enviar un boletín informativo temático del Día del Padre y su línea de asunto se trunca como en "El tercer domingo de junio es un día para honrar a los que son pad ..."

Haga una Pregunta

La gente le encanta hacer y contestar preguntas. Es la manera de cómo aprender sobre el mundo. ¡Solamente no insulte, aburrido o cliché — pregunte algo que la mayoría de la gente piense acerca de:

- ¿En busca de ideas de Halloween? Aquí está un nuevo giro.
- ¿Cuál es la mejor pizza de la ciudad?
- ¿Necesidad de zapatos nuevos? Tenemos nuevos estilos.

Nombre Algunos Lanzamientos de Marcas

La gente ama las marcas porque han demostrado su valor para los consumidores. Van a abrir sus emails debido a que utilizan el producto:

- Tendencia a la venta!
- Sorteo de Tarjetas de Regalo de Starbuck's



• Nuevos Estilos de Guess Jeans

Si segmenta su lista por compras hechas o las encuestas de preferencia de marca, incluso puede apuntar a los clientes que hayan expresado interés en las marcas durante la creación de diferentes líneas de asunto para sus otros segmentos.

- · Tenemos un montón de Pepsi disponible
- · Los amantes de Coca-Cola, se regocijan

Nombre Lanzamientos de Famosos o Cualquier Cosa

Lo que las mentes quieren saber. Si usted puede manejar su promoción en algo o alguien famoso, sólo podría obtener más gente que los abra. Usted debe ser veraz, sin embargo, teniendo cuidado de no apoyarse en algo falso. No diga Brad Pitt se encuentra en su tienda o usando el teléfono cuando no lo está. Pero si usted puede atar una mención de una serie de televisión caliente de una manera casual, es posible que tenga algo:

- Lo que se Pondría si Estuviéramos en American Idol ...
- Usted No Quiere Ver Esas Casas Poniéndose de Cabeza!

Utilice Las Mejores Listas

A la gente le gustan las listas. Son un acceso rápido a la información y no un muro de texto. Atender a su escasa capacidad de atención y la necesidad de conocer la curiosidad:

- · Los 10 más Vendidos de Junio
- Cinco Maneras de Ahorrar Dinero en Hawaii
- · La Gestión Financiera de la A a la Z

Evite Titulares Spam

Sabes lo que son, debido a que usted mismo obtiene direcciones de correo. ¿No abra ningún mensaje que diga "Compre ahora" o "No te lo pierdas"? En su lugar, utilice



palabras que signifiquen algo para su público sin aparentar ser agresivo. La gente es inteligente y está cansada de ser empujada y molestada. Respete, sólo deles lo que les importa.

Así que Ponga Información Pertinente al Frente

Recuerde que la gente en sus listas está esperando grandes cosas de usted por haber firmado con usted. Prescindir de las bromas y darles una razón para abrir su email marketing — un acuerdo o un anuncio de lo que les interesa:

- Cuatro casas en Oak St. por menos de \$300,000
- 20% de descuento en todas las marcas importantes de alimentos para mascotas este fin de semana
- Una entrevista con los fabricantes de café de Polinesia
- Doce nuevos planes de salud para los empleados

Y Emociónelos

Está bien ser un poco más personales. Ayuda a las personas a conectarse con el producto y con su negocio.

"Nos encantan estas nuevas velas aromáticas Clark y Henley ..."

Una vez más, tome en cuenta a su público — "Nos encanta los nuevos chips de RAM " para una tienda de informática no podría volar tan bien. Pero no olvides que la confianza es emocional, también — "Por último, la memoria RAM que puede depender si" funciona.

¿Cuál es el Beneficio?

Si puedes ilustrar a un lector potencial que tienen algo que ganar con la apertura del email, ya los medio vendió. Aquí están algunas buenas palabras a utilizar:

- Actualice
- Descubra



- Consiga
- Relájese
- Encuentre

No Utilice Palabras Quemadas

Filtros de spam son despiadados porque tienen que serlo. Hay tantas direcciones de correo no deseado, y están encaminados a su eliminación antes de que llegue al lector. Ciertas palabras denotan estos filtros que contengan direcciones de correo no deseado. Si bien hay muchos filtros de spam filtrando palabras calientes, aquí están algunas que deben evitarse:

- Pagar
- Oportunidad
- Ahorre
- Gratis (especialmente cuando se combina con ciertas palabras)
- · Gane Dinero
- Elimine Deudas

El uso de estos no pondrá automáticamente el mensaje en la basura, pero no hay un sistema de puntuación en el juego. Si usted tiene una buena reputación, está en mejor presencia, pero no hay que olvidar que los propios lectores probablemente han desarrollado una antipatía natural a estos tipos de palabras. Si aún no está seguro, su servicio de email marketing debe tener un buen **Verificador de Spam** fácil de usar en su tablero de instrumentos para la creación del email.

Use un Diccionario

Si tienes una Mac, tienes uno en el tablero. También puede visitar Diccionario.com o utilice una versión antigua a libro. El punto es que hay muchas maneras de decir lo mismo. Éstos son sinónimos de forma gratuita:

- De Cortesía
- En su Casa
- Gratis
- Sin Cargo



Finalmente, No use Solamente Mayúsculas

Porque esto le da un boleto rápido para la casilla de spam.

ELECCIÓN Y FORMATO DE SU PLANTILLA

Así que aquí estamos en el corazón de lo que va a enviar a sus suscriptores. Antes de escribir cualquier cosa, tienes que decidir sobre el diseño del email. El email marketing ha recorrido un largo camino desde que comenzó, y un buen paquete de la web basada en software de email marketing para que camine con usted a través del proceso.

Elija un Tipo de Plantilla Primero

Aquí hay una semejanza para usted: Usted está construyendo una casa nueva desde cero. ¿Tiene sentido comprar los muebles antes de comprar la casa? Antes de que escriba algo, usted tiene opciones. Qué tipo de mensaje de email marketing le gustaría enviar. Las plantillas son sus amigos. No sólo pueden ayudarle a elegir el look adecuado para su empresa, estas se clasifican según el tipo de comunicación. Ya hemos mencionado algunas de estas en la sección de campaña, pero vamos a echar un vistazo más de cerca a lo que está aquí:

Boletín de Noticias — Un boletín es probablemente el más utilizado por lo menos de tipo amenazador de comercialización que usted puede enviar a su cliente. Realmente esta a tono, una pieza de comunicación de múltiples secciones que se lee como un mini-diario. Tendrá secciones de información de la marca de la tienda, servicio o productos. Es posible que haya secciones de promoción, un lugar para una encuesta y tal vez un cupón electrónico. El enfoque aquí es el contenido

de diferentes tipos pero todos tienen el mismo propósito en mente: la promoción general de su empresa.

Promociones – Un email promocional tiene un solo propósito: exagerar un producto o servicio. Este tipo de comunicación se centra en adherirse a un tema y es mucho más corto que un boletín de noticias. Dele al cliente los hechos: lo que es, cuánto es, y por qué lo necesita.

Invitaciones de Eventos – Si usted sabe la diferencia entre una invitación a una boda adecuada frente a un anuncio en un periódico, a continuación, puedes encontrar las ventajas de tener una sección especial de plantillas dedicadas a la promoción de eventos especiales de su empresa. Una invitación de eventos por email tiene que hacer dos cosas: generar interés y convencer al destinatario que tenga un motivo para salir de su casa.

Plantillas de Días Festivos – Después de haber enviado sus boletines y promociones especiales a sus clientes, usted podría estar buscando una excusa para enviarles marketing. Esto es lo bonito de las plantillas de Días Festivos. Aunque puede ser fácil para un suscriptor decidir que no está de humor para un boletín suyo, ellos pueden abrir su boletín de noticias, ya que tiene un tema de Días Festivos. ¿Por qué? Días festivos hacen a la gente feliz. Es un día para celebrar, tómese un descanso o incluso comparta algo en común.

Mientras que usted sólo puede poner ofertas en una plantilla del Día de Acción de Gracias, también puede ser un poco más sutil. Si después de enviar un boletín de noticias con temas del Festivos. Día de Acción de Gracias, con nada más que hechos acerca de la festividad, un poco de historia y tal vez razones por la cual la gente en su comunidad esta agradecida, usted logrará un objetivo más a largo plazo: sus suscriptores reconocerán su boletín de noticias de entretenimiento y reflexión y podrían abrir más de ellos en el futuro. Usted estará en sus mentes, también, y nunca tuvo que tratar de vender algo.

Comunicado de Prensa – Si usted tiene noticias de una empresa importante tiene que ir a los periódicos, revistas,



blogs, etc. Ellos van a esperar la comunicación en un formato determinado de una manera que informe, pero no necesariamente tiene un tono de ventas directas. Elegir la plantilla es un buen comienzo, pero hay reglas que usted simplemente debe seguir si desea que los editores y reporteros no presionen el botón de eliminar.

Puedo Utilizar mi Propio Código HTML?

Claro. Debe ser como **presionar un botón** e insertar su propio código de email HTML o para modificar el código existente. La mayoría de la gente no lo hace, pero no significa que no se pueda si usted tiene esa habilidad establecida.

PERSONALICE LAS SECCIONES DE SU PLANTILLA

Al igual que una casa, las plantillas de email vienen completamente prácticas con un diseño que funciona. Pero eso no quiere decir que funcione para usted una vez o siempre. Por suerte para usted, añadir nuevas secciones y eliminar secciones no deseadas es más fácil que contratar a un equipo de construcción.

Tome sus Decisiones con Contenido Multimedia Ya

Usted puede escribir todo lo que quiera en la siguiente sección, pero aquí es el lugar para pensar en lo que quiere poner en su boletín de noticias. Algunas plantillas tienen lugares para poner imágenes, algunas no lo tienen, pero no se preocupe: puede añadir cualquier tipo de sección a cualquier plantilla. Es en este punto en el que usted debe insertarlos en ellos, también. ¿Qué tipo de contenido se puede poner?



Enlaces

Usted probablemente querrá mantener a su cliente dentro de su boletín el mayor tiempo posible. Pero también podría ser necesario que vayan a su sitio web para hacer una compra o para dirigirlos a un lugar que deben visitar. Es una buena práctica incluir por lo menos cinco a diez enlaces en cada boletín. Sobre todo porque la adición de enlaces a un email es tan fácil.

Fotografías

El viejo dicho es cierto, no importa cómo suene el cliché: una imagen vale más que mil palabras. Recuerde que las imágenes tienen que tener derechos de autor. Eso no significa que usted tiene que ser el dueño de todos los gráficos que utilice. Sitios como Corbis, Getty Images y Photospin.com ofrecen la licencia o el uso de imágenes con una tarifa. Hay muchos lugares que ofrecen imágenes de forma gratuita para su uso bajo una licencia de creatividad común.

Suba tus fotos a medida que avance. Pero usted realmente va a ahorrar tiempo al crear una galería de imágenes en línea para que rápidamente pueda agarrar las imágenes en la construcción de nuevos emails.

Video

Si una imagen vale más que mil palabras, entonces un video debe valer un millón! Nos detendremos en la explicación de los beneficios y asumir que desea hacerlo. La forma en que está integrada es la clave aquí.

Si filmó su propio vídeo, póngalo en su escritorio, luego trate de integrar ese gran archivo a su email, usted tendría emails demasiado grandes para enviarlos y suscriptores enojados sufriendo de obstrucción de bandejas de entrada del email. También está el tema de los codec — algoritmos utilizados para hacer videos grandes lo suficientemente pequeño como para la entrega en la Web. Hay cientos de ellos y si se ha codificado el vídeo con un códec que el suscriptor no tenga en su

máquina, no podrá reproducir el vídeo debido a que su equipo simplemente no habla ese idioma.

Sitios como YouTube y Vimeo le permiten subir el vídeo durante la codificación en una variedad de tamaños en un formato que casi cualquier visitante de la web puede ver. Lo más probable es que ponga sus videos en estos sitios de todas formas (para aprovechar el marketing viral), porque esto significa que usted no tiene que enviar el vídeo a cada uno individualmente, sólo un enlace a ella. Y bien se puede poner un enlace al vídeo en su boletín de noticias, sitios como YouTube y Vimeo ofrecen incrustar los códigos. Todo lo que tienes que hacer es copiar los códigos y pegarlos en el editor. Como magia, el vídeo está alojado en su boletín de noticias, pero sin todo el tamaño del archivo. Lo que realmente está sucediendo es que una imagen en miniatura de tu vídeo está integrado en el propio email. Cuando los suscriptores presionan play, su boletín de noticias abre un navegador y el vídeo se reproduce automáticamente desde dentro. Genial, no cree.

Encuestas y Sondeos

Aunque se puede dedicar un mensaje de email completo de estas herramientas, usted debe integrarlos correctamente en su boletín de noticias. Tal vez al final de un artículo, puede ofrecer una breve encuesta. ¿Por qué haces esto? En primer lugar, a la gente le encanta responder estas cosas. Esto hace que su comunicación por email verdaderamente sea interactiva, ya que sienten que son parte de un evento en vivo y al instante podrán ver cómo sus respuestas se comparan con el resto de la población. Más importante aún, todas estas respuestas son herramientas para usted. Puede utilizar las respuestas de las encuestas y sondeos en línea para mejorar su servicio o segmento de su lista para el destino de las futuras campañas de email.

Anclajes

Cuando se inserta un punto de anclaje, usted básicamente añade una señal dentro de su boletín de noticias que puede



conectarse desde cualquier lugar dentro de su boletín informativo. ¿Por qué quieres hacer esto? Tal vez usted tiene un boletín de noticias más largo y desea incluir una tabla de contenidos con enlaces interactivos que van directo a las secciones que le interese a la gente. Usted también puede hacer referencia a una promoción anterior o sección con un enlace de texto haciendo clic en una sección posterior.

Datos del Contacto

Por supuesto, su email sólo irá a los que usted ha elegido en su lista. Pero tal vez usted no desea iniciar el boletín con un saludo genérico como "Estimado suscriptor" o "Queridos amigos". ¿No sería mejor si cada persona que recibe su boletín de noticias realmente vea su nombre después de la palabra "Querido"? Ahora usted no le gustaría escribirlos individualmente cada uno de sus emails y enviarlos, ¿verdad? En su lugar, insertar un detalle de contacto aquí. Usted puede elegir cualquier campo, siempre y cuando que dicha información se encuentre en la lista de la base de datos. No limitarla solo a nombres y apellidos. Ejemplos:

- Querido primer nombre,
- Tenemos ofertas en la ciudad
- Tenemos ofertas esta semana de Productos Personalizados

La Sección Editada de Arrastrar y Soltar Ayuda

Aunque las características anteriores pueden sonar demasiado poderosas para ser fáciles, el editor de arrastrar y soltar los hace fáciles de implementar. Usted puede sumar y restar exactamente lo que necesita. Tal vez usted no necesita tres secciones del artículo, pero querrá más lugares para las imágenes y logotipos. Tal vez usted necesite un vídeo insertado o desea variar el orden de las secciones.

Comience Simple

Todas estas características son poderosas, pero tratar de



abarcar todo no podría ser importante para su cliente. Recuerde que debe seguir con lo que hay que informar, entretener o atraer a los suscriptores sin abrumarlos. Usted no entra a su casa y enciende la calefacción, chimenea, televisión, radio, microondas y equipo, todo al mismo tiempo, verdad?

Ahora Está Listo Para Escribir

Parece que nos llevó mucho tiempo llegar hasta aquí, pero aquí hay otra analogía para usted. Imagínese que usted va a una obra de teatro o un concierto. ¿Cuánto esfuerzo y tiempo se llevaron en la preparación del evento para que usted pueda disfrutar de un rendimiento impecable? La práctica de los artistas, intérpretes o ejecutantes. La creación o la preparación del escenario. El diseño de los trajes. La planificación de las sesiones.

Tomarse un tiempo antes, es la mecánica que le ayudara a ofrecer su contenido sin problemas. Pero una vez más, el software que elija realmente importa. Si es diseñado bien, usted debería ser capaz de hacer clic y elegir a través de todas estas cosas en cuestión de minutos.

LA COPIA

En pocas palabras, la copia de su boletín de noticias son todas las palabras que componen la comunicación. Sus oraciones, selección de palabras, líneas de asunto, y el estilo hacen toda la diferencia entre una lectura atractiva y un boletín informativo para evitar a toda costa.

Escriba Correctamente o Verifique Dónde Está su Revisión Ortográfica

Algunos de ustedes por ahí eran grandes en la ortografía y tienen títulos en Español. Sin embargo, muchas empresas de éxito fueron construidas por aquellos que estaban demasiado ocupados aprendiendo a ser grandes en lo que hacen que por preocuparse de cómo se escribe "felicitaciones". También hay muchos propietarios de pequeñas empresas para quienes el Inglés es su segundo idioma. Buen trabajo, ustedes deben estar muy orgullosos. Pero usted sabe, usted ha decidido hacer email marketing profesional, así que no sople todas estas grandes características y diseños estelares con los errores de ortografía. Algunas personas no saben, pero algunos lo harán. Pondrán a su empresa en una categoría en la que no quieren estar, sobre todo cuando no tienen nada que ver con su producto. Su editor de email debe tener un corrector ortográfico incorporado. Si no es así, escriba su proyecto en MS Word o páginas y utilícelas.

Obtenga Una Segunda Opinión

Si usted es propenso a errores de gramática como la diferencia entre "su" y "sus", es posible que desee escribir su primer contenido en un programa como Microsoft Word y busque el subrayado verde que indica un posible problema de gramática. Las reglas gramaticales no son absolutas y pueden variar por región. Pero la mayoría de nosotros somos culpables de los errores más comunes que otros pueden observar con bastante facilidad. ¿Sabes lo que ayuda enormemente? Un corrector de pruebas humano en el que puedas confiar. Incluso si no eres un profesor de Español, siempre hay otro par de ojos que pueden ver lo que varias veces usted no.

Proporcionar Contenido Fresco

Si usted es la única empresa que vende un kit para entrenar peces dorados, lo más probable es que lo que va a enviar será interesante porque nadie ha oído hablar de tal cosa (no lo hicimos hasta que una compañía se convirtió en cliente de Benchmark). Pero si esa empresa siempre envía la misma historia o ligeras variaciones sobre el mismo, todos los entusiastas acérrimos eventualmente dejaran de leerlos.

Si usted es un agente de bienes raíces o consultor, hay mucha competencia. Tienes que encontrar las historias nuevas, temas y ángulos si deseas obtener y mantener a sus lectores atentos



a su boletín de noticias. Así que, cómo poner algo NUEVO en el boletín?

Esté al Día — Es cierto que las casas siempre se han vendido. Pero el agente de bienes raíces inteligente sabe que las tendencias cambian. ¿Cómo se vende esta casa? ¿Por qué vender ahora?

Venda La Historia – Si usted es un vendedor de huevos comestibles, sólo trate de poner el precio más bajo y mantenga la esperanza de que usted está vendiendo a los precios más baratos de la ciudad. Pero tal vez hay una historia en los cajones. ¿Si los huevos son orgánicos? ¿Vinieron de los pollos que son conocidos por la calidad? ¿Fueron modificados genéticamente? En realidad, sáltese esa historia por favor.

Sea Personal – Volvamos a la inmobiliaria por un segundo. Esas casas se siguen vendiendo (con suerte, al menos), pero la gente que compra y vende las casas son todas únicas. Un perfil de la familia que compra o vende una casa y cómo sus vidas han cambiado hace más que decir que usted puede vender casas – eso dice que usted puede cambiar vidas.

No Sea Vicioso – No basta con decir, "No sea lo contrario de nuevo." Vicioso no sólo significa que usted está repitiendo viejas noticias. También podría ser la forma en que habla sobre temas nuevos y especiales. Si su idea de las noticias es usar la misma copia como antes y tan solo cambiando los nombres y direcciones de los nuevos protagonistas, está siendo perezoso y sus lectores se cansaran de repetir sus boletines de noticias.

No Sea Desesperado – Ser amable es una cosa, pero revelar una triste historia sobre lo mal que su negocio está, sólo podría funcionar en las comunidades altruistas. La gente necesita creer que su negocio es un éxito, suficiente para ofrecer asesoramiento y apoyo en caso de que lo necesite.

Pero Sea Directo – No sea vago acerca de lo que usted espera que sus clientes hagan. Si usted quiere que vengan a hablar con usted acerca de una cita, salga y dígalo.

Pero Tenga Cuidado Con Su Tono – Incluso si usted es un



vendedor, una de las peores cosas que puede hacer es venir como uno solo. La gente en su lista se ha encontrado con todos los trucos en el libro en su vida como consumidores. Hable con ellos de una manera amistosa sin aparentar ser sombrío. Es posible que haya un suministro limitado de chocolates de Siberia este mes, pero decir "si se duerme, pierde" es desagradable. Decir esta es su "última oportunidad" cuando es obvio que no es cierto es aún peor.

O Al Menos Consiga su Tono — Hemos revisado los mercados de destino, demográficos y psicográficos en nuestra sección de segmentación de lista, así que usted sabe que puede atender su mensaje a una variedad de factores como la edad, la ciudad y el comportamiento del consumidor. Así que vamos a decir que no iba a escribir un boletín para los trabajadores automotrices de Detroit retirados de la misma manera que para los ojos de los estudiantes universitarios en California.

Sea Veraz – Usted o su empresa es responsable de cada palabra que pone en sus comunicaciones. Usted no puede hacer afirmaciones extravagantes o inventar los hechos. Este es un momento litigioso en la sociedad, alguien podría llevarle a juicio si no cumple con lo que ha prometido.

No Difame a Nadie – La difamación es una declaración difundida por escrito o que se presenta como la verdad echa a alguien o alguna entidad en una luz negativa. Una vez más, no somos sus abogados, así que de su mejor esfuerzo para no decir nada negativo acerca de nadie en ninguna manera.

No Copie su Copia – El plagio representa el trabajo de otro, los pensamientos o escritos como propios. No lo hagas. Significa eso que no podemos hablar de lo que otro dijo o escribió? Por supuesto que no, pero de crédito donde el crédito es debido.

Y Desconfíe de Contenido con Derechos de Autor – No suena como diversión motivar a sus clientes mediante la inclusión de un enlace para descargar "Don't Stop Believing" de Journey? También suena divertido sentarse en el tribunal para defenderse de la RIAA? música, videos, e incluso fotografías no son libres de utilizar sólo porque los vieron de forma gratuita en la web. Sobre todo porque su negocio está en juego, tenga

en cuenta solo las obras de arte de las cuales tenga permiso para utilizar.

Enlace Todo para lo que no Tenga Espacio de Incluir – Usted no tiene que apoyar todos los bits de información que incluya, información que interrumpa el flujo de su artículo. Si la información está en la web, proporcione un enlace a ella.

Inserte Documentos Largos – Si desea incluir ese informe de la empresa, pero no quiere enviar un boletín de 30 páginas, puede subir el documento en el editor y proporciónele un enlace. Sus lectores pueden mirar sobre el artículo, y cuando estén listos para leer el documento, pueden hacer clic en el enlace y leerlo en una nueva página en su navegador web.

Ofrezca Consistencia – Usted quiere mantener el contenido fresco, pero dele a sus comunicaciones un tono continuo profesional en el que sus suscriptores puedan contar. Eso no quiere decir que no se puede tener diferentes escritores de distintos artículos o boletines de noticias, pero si su email marketing está trabajando para usted, mantenga el tono y la misma voz o similar a sus boletines anteriores.

Apóyese en la Estadística – No hay pruebas mejores pruebas como las pruebas antiguas. Si usted está vendiendo sistemas de alarma, una estadística sobre el número de robos en una ciudad en particular es más motivador que solo decir: "El vecindario no es seguro."

LA ENTREGA

En un mundo perfecto, usted puede solamente enviar sus boletines de email a todos en su lista, todos ellos serían entregados a sus bandejas de entrada, y todos ellos se abrirán y disfrutaran de sus esfuerzos de buen marketing. Tiene sentido que esto iba a pasar, no?



20% de los emails legítimos nunca llegan a la bandeja de entrada — Return Path

Y ahora las malas noticias: el mundo no es perfecto. Dado que ya hemos abordado lo que tienes que hacer para que alguien abra su email una vez que está en su bandeja de entrada (por eso, hay que usar una buena línea de asunto), lo que queda es un tema que no se puede ver debido a que gran parte no está controlada por usted: miles de emails son enviados cada día y nunca llegan a las bandejas de entrada de los destinatarios, en primer lugar. Los mensajes de email deben navegar por un gran número de porteros en el camino hacia su destino final. Básicamente, tienen que saltar los obstáculos que se establecen para atrapar el spam.

ISP - Proveedores de Servicio de Internet

La empresa se encuentra entre Internet y la persona que quiere usar la Internet. A menudo, estas empresas de cable y empresas de telefonía (Time Warner, AT&T) o son vendedores que tienen que trabajar en la infraestructura de una empresa de servicios públicos (como AOL).

IP (Protocolo de Internet) Dirección

Compuesto por números separados por tres puntos, este es el código que identifica a cada ordenador que se conecta a Internet. El código es asignado por el ISP y puede ser estático (el código nunca cambia) o dinámica (los códigos cambian).



Dominio

La ubicación por escrito que ubica la entidad en Internet como en www.yourcompany.com — En este caso, "sucompañía" se llama en realidad el dominio secundario. Como un nombre de dominio está escrito por alguien en un navegador, su dirección IP correcta se recupera y el navegador se dirige a la máquina correcta que aloja el sitio. Muchos pequeños sitios web comparten las direcciones IP y el tráfico se dirige al sitio correcto en el nivel del servidor de alojamiento. Es importante señalar que cuando se envía el email marketing, dependen de las direcciones IP del proveedor del email marketing, no de su sitio web.

Pero no ya Hablamos de Spam?

Sí, en la sección de permisos de email. Sin embargo, hay algunos vendedores que siempre siguen las reglas de permiso, todavía se pueden encontrar con que tienen problemas de entrega a causa de algo llamado ...

REPUTACIÓN

Qué está en juego es algo más que la validez del contenido. Es la integridad del remitente y el mensajero que lo trae.

77% de los mensajes de emails no entregados se debe a la reputación del remitente

— Return Path

¿Cuya Reputación Vale?

Buena pregunta. De todos. Esto significa que su nombre de dominio importa, así como la dirección IP del servidor que envió el email.



Una Metáfora Útil

Imagine por un segundo que el contenido de su mensaje de email es como los pasajeros en un automóvil. Ellos están viajando desde Nueva York a Los Ángeles, y hay puestos de control a lo largo de manera que están juzgando si deben o no ser autorizados a visitar su destino final. Ya sea que se les permita no depende sólo del carácter de los individuos en el coche, sino también los caminos que toman, el coche que conducen, el gas que ponen en el coche y — aún más chocante — los otros coches en el camino con ellos. Este es el tipo de viaje en el que sus emails se enfrentan en el camino a sus destinos!

Su Reputación es una Puntuación

Su reputación de email es como una cuenta de crédito que los ISPs y proveedores de seguridad del email utilizan para bloquear el spam, que constituye más del 80% de todo el email. Individualmente, sus referencias de dirección de retorno de su dominio y a ese dominio se le asignará un puntaje basado en:

Las Quejas de Spam – Si la gente real reporta su email como spam, su reputación podría recibir un golpe. Muchos servidores de email tienen botones de "marcar como spam" que son fácilmente seleccionables por sus usuarios.

Trampas de Spam — Proveedores de servicios de Internet reactivarán antiguas direcciones de email que ya no se utilizan con el único fin de atrapar spam. Desde que la dirección de email es vieja, ningún email debe ser enviado a la misma y todo lo que reciba es probable que sea no solicitado. Trampas de spam suelen ser enviados a causa de que personas compran listas de direcciones de correo (con direcciones viejas) o peor, vendedores legítimos usando contactos viciados.

Los Rebotes – El número o el porcentaje de emails enviados a direcciones desconocidas o inexistentes.

Volumen de Mensajes de Email – Las diferencias o los puntos



en el envío de volumen. Tanto los spammers y los vendedores legítimos de email envían volúmenes de email, así que la consistencia cuenta.

Autenticación – Usted puede pensar en esto como el secreto apretón de manos. A medida que el email se dirige a su camino hacia la bandeja de entrada, un proceso de autenticación está en juego para verificar que el mensaje viene realmente de quien se dice que es. Hay tres protocolos principales: SPF, DKIM y el ID del remitente.

Porqué es Importante la Autenticación

Si alguna vez ha recibido spam en su bandeja de entrada que aparece como si viniera de uno de sus amigos, entonces usted sabrá por qué esto es tan importante. Personajes sin escrúpulos en la web han ideado sistemas que extraen los contactos de la bandeja de entrada de una persona y envían spam a sus contactos, mientras la persona que lo envió aparece como el propio spam. Esta es una forma de la ciberdelincuencia denominado "phishing".

Así que la autenticación es a toda prueba, verdad?

No exactamente. Diferentes hosts de email basados en la web manejan el autenticado de los mensajes de email diferente. MSN pueden diferir de AOL y Gmail pueden diferir de Yahoo.

La buena noticia es que la mayoría usa la autenticación de ESP como práctica estándar. Y puesto que son los principales ESP utilizados por la gran mayoría de los usuarios de email, hay una gran oportunidad de que la autenticación mejorará su capacidad de entrega.

Utilice sus Herramientas de su Servicio de Email Marketing para Mejorar su Reputación

Los factores anteriores son aspectos que se pueden controlar. Usted puede elegir la marca de verificación de **autenticación**



de email que usted envíe en sus campañas. Usted puede minimizar los rebotes fuertes con la limpieza de sus listas. Puede ser coherente en su email marketing programando sus campañas a un nivel estable. Si usted es una compañía muy grande o produce grandes cantidades, usted puede optar por tener su propio servidor dedicado y la dirección IP para asegurarse de que su reputación es 100% suya y sólo suya.

Mi Elección de los Proveedores de los Servicios de Email (ESP) Ayuda a Mi Reputación?

Sí, sí y sí. Los proveedores numero uno de los servicios de email marketing están constantemente trabajando entre bastidores para que sus campañas de email tengan las tasas más altas de entrega porque es de su mejor interés.

LO QUE SU ESP DEBE HACER POR SU REPUTACIÓN

Usted no va a utilizar una compañía por mucho tiempo si no puede conseguir su comercialización con sus clientes. La empresa depende de su suscripción para sobrevivir. Debido a esto, han empleado varias metodologías:

Certificación del Email

Benchmark trabaja con Return Path, una compañía que supervisa las actividades de la empresa en su conjunto para verificar los ISP del email marketing que provienen de Benchmark que no sean spam y cumpla con altos estándares de Return Path. A medida que el email marketing llegue a través de la "lista blanca" de Benchmark las direcciones IP, gozan de una mejor prestación, ya que proviene de una fuente de confianza.



Seguimiento de las Tasas de Apertura y Quejas

Los monitores de Benchmark son sus propios clientes para asegurarse de que sus clientes con más reputación son merecedores de estas certificaciones, y las personas que no están utilizando las mejores prácticas no estén manchando la reputación de su base de clientes en su conjunto. Por mucho que sus actividades individuales ayudan o perjudican la calificación de su dominio, la suma total de todas las actividades de las empresas que envían correo a través de servidores de un proveedor de email marketing afectan a su reputación. La integridad de la carretera es juzgada por todos los coches que van en la carretera. Los buenos clientes obtienen los mejores caminos en sus viajes hacia las bandejas de entrada y los malos clientes son expulsados fuera de la carretera.

Ofrecer los Mejores Mecanismos para Anular la Suscripción

Se podría pensar que te gustaría que ESP ofreciera un sistema para que los que quieren anular la suscripción a su boletín pasen por algunas actividades de retención. Exactamente lo contrario es cierto. Usted quiere que esa gente esté fuera de sus listas a la brevedad posible. Por un lado, es la ley. Pero lo más importante, es lo ético. Proporcionar un proceso de anulación de la suscripción de email fácil y rápido minimiza denuncias de spam y mejora la reputación.

Trabajar para Lograr Mayores Niveles de Email Marketing

Enviar spam no sólo es el enemigo de las personas cuyas bandejas de entrada están obstruidas con emails inútiles u ofensivos, que obstaculizan las actividades de marketing legítimos de empresas de renombre y los negocios que les proporcionan los medios para hacerlo (como Benchmark). Coaliciones como la ESPC trabajan juntos para asegurarse de que sus miembros se adhieran a normas de calidad muy

superiores a la que exige la ley estatal y federal. Una vez más, mejores tasas de ejecución son el objetivo final.

Manteniendo Grandes Relaciones con ISPs

Su ESP debe trabajar de la mano con todos los principales ISP de manera que su reputación se mejore sólo por asociación. Si alguien hace clic en el botón Marcar como spam en uno de sus comunicados, ellos van a ir a batear por usted y presentar su caso en su nombre.

SEGUIMIENTO Y REPORTE

La Importancia del Seguimiento

Sólo un loco trabaja sin ningún tipo de calificación sobre su desempeño. Los estudiantes obtienen calificaciones en la escuela, las películas consiguen comentarios y los atletas consiguen puntos o calificaciones para decirles lo bien que lo han realizado. Para decirlo de otra manera, sería una locura enviar email marketing sin medir qué tan efectivos son.

Por supuesto, un buen indicador es un repunte general de la actividad empresarial y que pueden decir si el email marketing está trabajando en general, pero ¿qué pasa con el rendimiento de los mensajes individuales que se envían? Con el fin de perfeccionar su mensaje de modo que usted está enviando mensajes de marketing de la manera más óptima, se necesita un medio eficaz para medirlo:

- Cuántos de sus emails llegaron a las bandejas de entrada de los beneficiarios individuales
- Qué direcciones de email ya no son válidas
- · Qué porcentaje de su lista abren sus emails
- Cuales individuos abrieron sus emails?



- Quienes hacen clic en los enlaces que ofrece dentro de sus emails
- · Quién transmite sus campañas de email a sus amigos
- Quién cancela la suscripción de su lista
- El rendimiento de una campaña contra otra

Usted Necesita Reportes en Tiempo Real

Los emails trabajan a una velocidad alucinante. Como tal, algunas entregas de información están disponibles casi instantáneamente. Las tasas oficiales de trabajo duran un poco más — la velocidad de los individuos que son los que controlan la apertura de sus emails. Incluso de esto, usted será capaz de recoger el comportamiento de sus suscriptores y la rapidez con que llega su marketing. Se pueden seguir los resultados tanto de forma instantánea y con el tiempo.

¿Estoy Violando la Privacidad de mis Suscriptores Mediante el Seguimiento de las Tasas de Apertura?

No. Benchmark no tiene una herramienta de control orwelliano que vigile a los suscriptores al abrir su email. En realidad es un poco más simple que eso. Un gráfico único, pequeño e invisible está incrustado en sus boletines de noticias. Cuando cada boletín se abre, el gráfico debe ser descargado (al igual que todos los gráficos visibles incluidos en sus emails). Podemos saber si ese gráfico se utilizó y por lo tanto somos capaces de confirmar que el email se abrió. Vale la pena señalar que muchos clientes de correo como Gmail no muestran los gráficos de forma automática (un enlace pide al lector si desea ver el gráfico), entonces sus tasas de apertura son probablemente más altos que lo que se informa.

Pero Yo no Soy una Persona de Números

Por supuesto que no lo son. Es por eso que los informes se ilustran claramente en los gráficos fáciles de usar (al menos en Benchmark Email lo es).



Necesito Compartir Esta Información con Mi Empresa

Si usted no es un llanero solitario en este esfuerzo del email marketing, puede que tenga que compartir la información con un equipo. En este caso, le alegrara saber que toda esta información valiosa se puede descargar en su programa preferido en la oficina. A partir de ahí, se puede incluir en un informe interno de la compañía, utilice los datos en la hoja de cálculo personalizado o haga una presentación de PowerPoint con ella.

Cómo Puedo Utilizar ésta Información Para Optimizar Mis Esfuerzos de Marketing?

Si es suficiente decir: "Mis campañas trabajan porque la gente está abriendo los boletines de noticias," entonces bien por usted. El negocio es bueno y tiene bastante de él. Pero en realidad, usted tiene mucho más poder que eso.

Seguimiento de Rebotes Duros

Si su lista de email contiene direcciones a los que no se les puede entregar porque el buzón no se conoce, no existe o ya no está activa, serán marcados como rebotes duros. Le recomendamos que limpie estas tan pronto como sea posible para que su reputación no se vea perjudicada. Las direcciones que rebotan dos veces por estas razones, se confirman como rebotes y automáticamente son excluidas de su cuenta activa. El email rebotado se devuelve con un código de rebote que denota la razón de la falta de entrega. Cualquiera que tenga un código que empiece con un cinco (como en 5.xx) son fallas permanentes. Por esa razón, la dirección se elimina inmediatamente de la lista.

Seguimiento de Rebotes Suaves

Rebotes suaves son las direcciones que están temporalmente



fuera de servicio por una variedad de razones que incluyen que haya superado la cuota, demasiadas sesiones en una conexión, problemas temporales locales, y respuestas automáticas de oficinas. Sobre todo porque su mensaje temporalmente no se puede entregar, tendrá que destinar a estas personas una segunda oportunidad en su campaña para que no se pierdan lo que les quiere enviar.

Seguimiento de Tasas de Apertura

Esto es muy importante, ya que dice que si usted está escribiendo buenas líneas de asunto o si la lista es sensible hacia el marketing que viene de su dominio. Recuerde, su reputación es suya. ISP monitoreará si un montón de correo sin abrir proviene de usted. El exceso de este y sus campañas futuras podrían ser considerados como spam.

Seguimiento de los No Suscriptores

Si su lista es legítima, nueva, es una lista basada en el permiso, no debería haber ninguna razón para que tenga números elevados de no suscriptores. Si usted está experimentando esto, hay algo mal con el contenido de su marketing y usted deseará volver a las herramientas, y rápido. Probar algunos tipos de boletines de noticias con diferentes contenidos y su medición de lado a lado es una buena manera de elegir el enfoque más eficaz.

Seguimiento por Ubicación

Si usted puede decir que una determinada región es más sensible a la línea de asunto, esto le dice que te estás comunicando bien con esta región, no te estás comunicando bien con otras regiones, o puede haber problemas de entrega con el ISP en otras regiones. En vez de ignorar esta información importante o simplemente suponer en la inacción, dele seguimiento inmediato. Averigüe si hay rebotes en masa en las otras regiones. Si no, encueste a sus suscriptores que respondieron para averiguar lo que les está motivando a su gran respuesta.



Seguimiento de Tasas a Través de Clicks

En sus boletines de noticias, lo más probable es que dirija a la gente a su sitio web con enlaces. Pero usted puede tener varias páginas de su sitio a las que usted está proporcionando un enlace. Usted también puede estar dirigiendo un click en el mismo lugar en diferentes secciones de este boletín. Usted querrá saber lo que hizo que esa persona hiciera clic. Era porque estaba cerca de la parte superior del boletín de noticias? Era una imagen en la que puede hacer clic? Fue atraído por una copia brillante o simplemente partió por su cuenta? De todos modos mire, esta es una valiosa retroalimentación sobre el comportamiento de los consumidores y usted quiere hacer más de lo que funciona y menos de lo que no.

REVOLUCIÓN DE REDES SOCIALES

El Mundo de la Web Seguro se ve Diferente Ahora

Si se estás metiendo ahora en el email marketing, sólo podría ser porque es mucho más fácil hoy que hace diez años. Las mismas características por las que usted lo ama, en Benchmark Email son las razones por las que hay más personas que utilizan Internet ahora una gran parte de su tiempo: los usuarios pasan muy poco tiempo pensando en el código y se centran exclusivamente en el contenido. En los sitios que utilizan más, la gente espera recibir o difundir información, tal vez se conecten a una red de personas que están allí por una razón similar, mientras que todo tiene espacio para la personalización en un entorno controlado y estandarizado.

Es Usual que los Consumidores Visiten Más Lugares



Vamos a ampliar esto. ¿Se acuerdas de los días en que tener su propia página web por cualquier razón significaba que había que conocer el código HTML o contratar a alguien quién lo conociera? Que se desarrolló más tarde en los sitios más llamativos que se hicieron con él, muy apropiadamente, un programa llamado Flash. Y aunque hay mucho de eso, y su empresa puede tener ese tipo de sitios hasta este momento, el viejo modelo de personas que interactúan con las empresas, visitando sus sitios web (ya sea a través de una búsqueda o escribir en su dirección web) está evolucionando a algo nuevo.

Ahora la Mayoría de los Consumidores Tienen sus Propios Lugares y Redes

Entonces, ¿cuál es la diferencia? La gente ahora tiene sus propios lugares en la web. No sólo un lugar, pero a veces mucho más. También tienen una variedad de lugares donde pasar el rato. Las redes sociales como Facebook y MySpace, hacen que la gente cree sus propias páginas web solamente agregando imágenes y añadiendo información. YouTube es un destino de entretenimiento popular, donde la gente puede ver casi cualquier cosa que ellos quieren ver. Twitter permite a aquellos con capacidad de atención rápida una forma rápida de interactuar con muchas personas. Periódicos y revistas han hecho su modelo online, pero tienen que competir con los bloggers por los lectores. El punto es este: Todo está madurando muy bien en el mundo de Internet, y eso es una gran noticia para los pequeños negocios personales.

Ahora Lugares que Pueden Visitar los Consumidores

Desde que hemos establecido hace mucho tiempo el poder del email marketing, vamos ahora a explorar el resto de la web y descubrir cómo el correcto ESP te da las herramientas de la red social, no sólo para atraer su email marketing a los medios de comunicación social, sino que su uso como punta de lanza para que traiga todos los métodos dentro del punto laser. Su trabajo en la web en todo el mundo ahora es encontrar donde la gente pasa el rato y llevarles su mensaje. También puedes inyectar el

producto (sutilmente, por favor) en las conversaciones en línea para que sepan quién eres, respecto de quién es usted, y vaya a donde se tenga que completar una transacción final.

El Concepto de Compartir

Compartir es lo que hace esta nueva Internet, algunos lo llaman Web 2.0, muy emocionante. Pero realmente es un nombre inapropiado. Compartir trae a la mente a alguien diciendo algo (que sucede) y existe una cantidad finita de esto, algo que repartieron en partes iguales hasta que se que se hayan ido. ¡Tonterías! ¿Qué sucede ahora? Es lo que es "compartido" realmente es clonado, copiados y presentados totalmente e infinitamente en su forma original. A menudo se añade, y se desarrolla una atmósfera a su alrededor en forma de comentario y recomendación.

Comparte Trabajos Si Tu Email Marketing Tiene un Hospedaje en la Web

Como crear un boletín informativo, necesita su propio hogar en la web con una dirección única. Sí, una página web que no es más que el boletín de email en toda su gloria que cualquier persona pueda visitar en cualquier momento, independiente de un buzón de email. Debe ser que ya, esta práctica comenzó para que las personas que no pudieron conseguir todo el formato y los gráficos que se incluyeron en el boletín en su bandeja de entrada sólo hagan clic en la opción ver como página web y vean su boletín de noticias en vivo y en línea, más completa.

Así que Asegúrese de que los Boletines sean Archivados y Fáciles de Encontrar

Usted quiere que sus boletines de noticias actuales y sus campañas anteriores vivan por la web. Sin una forma fácil de encontrar, un hogar permanente, el proceso de intercambio se vuelve inútil. Asegúrese de que su servicio le permita elegir



esta dirección para que cada campaña siguiente se añada a la misma carpeta en la Internet.



COMENCEMOS A COMPARTIR

Debido a que una versión web de su boletín de noticias ya existe, no sería estupendo si pudiera transmitir la noticia a todo el mundo?

Compártelo en Facebook

Facebook es una red social que cuenta con más de 400 millones de usuarios activos. Las personas se unen, creando páginas web y compartiendo fotos, vídeos o noticias que aparece en las páginas web de los "amigos" en sus redes. Si la

gente le gusta lo que ve en sus páginas web, pueden hacer clic en compartir, y lo que él vio aparece en las páginas principales de todos sus amigos". Una pequeña cosa puede convertirse en una sensación que miles de personas conozcan la cuestión en minutos. En serio.

Usted Debe Ser Capaz de Compartir Sus Campañas en Su Página de Facebook

Elija un servicio de email marketing que le permita compartir sus boletines de noticias en la página Facebook de su empresa o personal con gran facilidad. En el caso de Benchmark, tenemos un botón compartido en Medios de Comunicación Social que te permite hacer esto al mismo tiempo que el email marketing se envía. Un enlace y una miniatura de su boletín aparecerán en su página principal de Facebook. Lo bueno es que también aparece en la sección de noticias de páginas principales de sus amigos, y ahora puede compartir con sus amigos. Ahora sus amigos ven el enlace, y cualquiera de sus amigos puede repetir el proceso. Esto puede continuar indefinidamente. Pensamos que usted capto la idea.

Y Sus Suscriptores Deben Poder Compartir Sus Campañas en Facebook Desde Sus Bandejas de Entrada

No todos los suscriptores de su lista de email son sus amigos en su página de Facebook (y con razón). La mayoría van a leer sus boletines justo donde lo hemos previsto: en su bandeja de entrada. Que sea fácil que estas personas estén emocionadas lo suficiente como para compartir su comercialización sin tener que salir de él. Usted siempre debe incluir las etiquetas sociales que comparte los medios de comunicación en la parte inferior de sus boletines.



Archivar No es Sólo Para Compartir – es Hacer que su Marketing Viva más Tiempo

Digamos que usted ha planeado meticulosamente el email marketing en una serie de boletines semanales que envía a sus suscriptores. Usted ha trabajado duro para asegurarse de que sus boletines incluyan un mensaje de marca que cree confianza en su producto o servicios mientras que proporciona una columna semanal sobre temas de interés sobre su industria en particular. Ahora usted se ha establecido como un experto en la industria. Grandioso... por lo menos para todas las personas que se han inscrito semanalmente, registrándose en su casilla de inscripción, su demostración comercial muestra actividades y su tienda transacciones. ¿No se beneficiarían de todos los boletines anteriores que se han perdido?

Cuando archiva su email marketing, cada boletín obtiene su propia casa en la web con su propia dirección. Cada uno de ellos se convierte en una nueva página web que se puede visitar para siempre por viejos y nuevos clientes por igual.

Compártalo en Twitter

Twitter es una red social que se construye para la velocidad y la brevedad. Los usuarios de Twitter "tweet" dan noticias en mensajes cortos no más de 140 caracteres. Debido a esto, las cosas viajan rápido y en grandes volúmenes. Los amigos son llamados seguidores en Twitter. Una vez más, tan pronto como haya terminado su boletín de noticias, usted puede anunciar su ubicación en la página web cuando tweet en su cuenta después de hacer clic para Compartir en el botón en el Sitio de Medios de Comunicación Social y entonces haga clic en Twitter. Los seguidores lo verán. Ellos pueden volver a Tweet su mensaje también. Mejor aún, Twitter es muy buscado. Cualquier tweet puede ser visto por cualquier persona si es lo que están buscando. Usted puede ganar seguidores al buscar un término relevante para su negocio y añadir o seguir a las personas que están twitteando sobre ese término.



Usted Puede Compartir Rápidamente su Email Marketing a sus Redes en Benchmark Email

Después de enviar o calendarizar su email para que sea entregado, simplemente pulse el botón Compartir en los Sitios Sociales. A continuación, haga clic en el botón de Delicious, Digg, StumbleUpon, Facebook o MySpace. Su registro se verá en la pantalla, y al instante agregará su boletín de noticias, y actualizar, tweet o bookmarks donde serán visibles a su red personal y compartido por toda la red. Etiquetar con términos pertinentes ayuda al proceso de descubrimiento.

Mejor aún, hay una plantilla de twitter que saca información de su cuenta de Twitter para su boletín de noticias.

Twitter va a Donde su E-mail no Puede

Muchos twitteros obtienen sus actualizaciones a través de mensajes de texto SMS en sus teléfonos. Su tweet podría llegar a ellos en un almuerzo de negocios mientras mata el tiempo esperando su cita, o incluso en un viaje. El punto es, que puede llegar en el momento en que estén más abiertos a su mensaje. Muchos teléfonos inteligentes le permitirán visitar el enlace al instante, o pueden ser motivados para llegar a una computadora para ver el boletín de noticias. ¡Haga que su línea de asunto cuente!

TODO ACERCA DE LOS BLOGS

Blog es una contracción entre "web" y "registro". Ahora que tenemos este incomodo hecho y desafortunadamente una idea fuera de lugar, vamos a llegar a lo que importa: Blogging es impresionante! Los bloggers escriben sobre lo que quieren, y más allá de sus habilidades de lenguaje, la apariencia es profesional porque la mayoría de sitios de blogs trabajan en las plantillas también. La mayoría de los bloggers escogen

una apariencia, hacen algunos ajustes, y empiezan a subir contenido e imágenes inmediatamente.

Probablemente Hay Muchos Blogs Populares en su Industria

Y si usted puede conseguir su atención, ellos podrían enviar un enlace a la web de su boletín de noticias en su blog. Sus lectores no tienen opt-in en su lista (aunque podría) y sentarse junto a sus bandejas de entrada a esperar por su campaña de email. Ellos la pueden visitar de inmediato desde sus equipos.

Pero Usted Tiene que Llamar la Atención con un Buen Contenido

Si el boletín es sólo descuentos y ventas duras, buena suerte. Pero si usted tiene artículos flexibles que serían de interés general para todo el mundo de la industria, las otras secciones de venta en su boletín de noticias son desalentadoras para el blogger. Un ejemplo: usted es un plomero y hay un buen blogger que escribe sobre los proyectos de mejoras para el hogar en su ciudad. ¿Por qué no le enviamos un enlace a su boletín de noticias (en un email personal, no la campaña si no ha optado estar en su lista!) en el que usted tiene un artículo sobre las medidas de prevención que las personas pueden tomar para no tener que llamar al plomero. Si lo publica, se verá honesto y bien informado y la gente te llamara para otros problemas de plomería y estos surgen porque ahora eres un experto.

Considere la Posibilidad de Alojar su Blog Personal, Si Tiene el Tiempo

Es fácil de instalarlo con un Blogger, WordPress, Windows Live y otros servicios. Usted puede incluso ser lo suficientemente astuto para haberlo alojado en su propio sitio. Tener un blog aumenta la identidad de su marca y le da a sus suscriptores una forma más de interactuar con usted. ¿Qué pone en su blog? Usted puede poner los artículos del mismo boletín, la

información que aparece con demasiada frecuencia para una campaña, ni nada por considerarlo no pertinentes a las campañas de su boletín informativo.

Digg.com y Delicious.com son Marcadores Sociales

Cuando le gusta un sitio web, usted puede marcarlo en el navegador, para que pueda visitarla más adelante sin tener que recordar la dirección. Un marcador social es similar, excepto que en este caso, los usuarios se han suscrito con una determinada red con el interés de compartir los marcadores que están entusiasmados por el bien de la comunidad en línea. Los usuarios pueden importar los marcadores de su navegador a Delicious o Digg. En algunos casos, una conexión reside en la parte superior de su navegador el que pueden presionar en el momento en que quieran ver algo en la web. En otros casos, una etiqueta social es visible en la parte inferior de una página o artículo para que un lector pueda instantáneamente ncuentre algo en "digg" o encuentre algo en "delicious". El resultado de esto es:

Las Personas Pueden Ver Otros Marcadores Populares – Si están en su red personal, los marcadores son visibles. Esto hace que, encontrar sitios en la Internet sea un esfuerzo de colaboración. Usted quiere que sus boletines sean parte de este proceso de compartir favoritos.

Los Marcadores Populares Son Identificados a Través de Estas Redes – No es tanto una casilla de búsqueda si no un importante informe de marcadores de tendencias en las páginas principales de los usuarios. Considere esto como un periódico de marcadores de actividades en todo el mundo. La gente puede ver lo que está de moda y añadir lo que se está convirtiendo en moda.

Habilite a Sus Suscriptores al Boletín de Favoritos de Sus Campañas de Email Marketing — Eres feliz marchando hacia las bandejas de entrada de las personas? Bien. Sin embargo, muchas personas han encontrado el poder que estas etiquetas compartibles traen. Al habilitar la participación de las etiquetas



en sus campañas de email marketing, usted le da a sus suscriptores el poder de hacer clic en un botón y dirigirlo a su bandeja de entrada y añadir el derecho de la búsqueda por palabras, visibles tendencias que conforman estos sitios de bookmarking social.

StumbleUpon es un Motor de Búsqueda Social

StumbleUpon es similar a la de otros sitios web de bookmarking social (hay páginas personales y listas de favoritos), pero hay una diferencia. StumbleUpon aprende lo que a un usuario le gusta y le disgusta, al momento que interactúan con ella. A medida que los usuarios compartan las etiquetas recomendando un sitio, ese sitio se eleva y gana un riesgo que se recomienda a los miembros de StumbleUpon.

Por qué Usted Quiere una Etiqueta StumbleUpon para su Email Marketing?

Usuarios de StumbleUpon puede presionar el botón de StumbleUpon en sus páginas de inicio o en la parte superior de sus exploradores de Internet. Si lo hace, los lleva a una página de seudo-aleatorio basados en sus gustos. Algunas de sus suscriptores de email marketing puedes ser Stumblers. Cuando su boletín contiene una gran información sobre la industria correspondiente, puede dar fe mediante la presentación con la etiqueta social. Las personas que no están en su lista pueden tropezar en su sitio si tienen intereses similares.

MÁS TRAFICO SIGNIFICA QUE LOS MOTORES DE BÚSQUEDA NOTIFICAN

TU PÁGINA

Hay un aspecto importante en beneficio de todos los intercambios. Los motores de búsqueda como Google y Yahoo se darán cuenta si hay gran ruido en el enlace que apunta hacia la casa de su boletín de noticias en la web. A medida que más tráfico llegue más gente se enlazara a ella, adquiere una dinámica de todos los suyos y se eleva más alto en el ranking de búsqueda. Se necesita mucho para llegar a la primera página de Google, pero nunca se sabe: una buena distribución, un boletín súper-específico podría mostrar el resultado de las búsquedas cuando alguien de un término o una combinación de términos. ¿Su boletín de préstamo hipotecario está entre los primeros tres cuando alguien busca "préstamos"? No. Pero usted podría tener una oportunidad si alguien busca "préstamos" y "Spokane" si el boletín atrapa fuego en los círculos de intercambio (y usted vive en Spokane!)

Una Red Social Le Da Un Rostro a La Persona

Algunas empresas han encontrado el mundo Web 2.0 ser bastante lucrativos en "las redes sociales de las personas." A veces se trata de una posición de tiempo completo o, a veces una persona a cargo de la marca, la publicidad o el marketing hace esto. Muy a menudo, el propietario de la pequeña empresa hace esto por sí solo como parte de su rutina diaria.

La descripción del trabajo es la siguiente: Alguien debe de estar siempre vigilante a la reputación en línea y la promoción de su producto. Esto significa que ejecute la cuenta de Twitter y actualice la página de Facebook. Pero igual de importante, los que visitan los sitios y foros donde se discute su producto, servicios o industrias que se interponen en la conversación en línea.

Honestamente, la honestidad es la clave. Si usted construye guitarras y sus carnavales en los foros web como guitarrista aficionado entusiasta Joe Blow, burlándose constantemente de la competencia al mismo tiempo que ensalza las virtudes de



su producto, pronto se apagará y se expondrá. El conjunto de una comunidad casi siempre es más inteligente que cualquier individuo. Le va a hacer a su empresa más daño que beneficio si le pillan manipulando las conversaciones imparciales en estos lugares. Mejor que la persona identifique claramente su afiliación a la compañía al tiempo que ofrece consejos acertados en la lucha contra la mala información que se considere perjudicial y falsa.

En Conclusión

Así que es eso. Esperamos que estas 83 páginas fáciles de leer le hagan mejor, más seguro y más eficaz su email marketing. Sin duda, la industria va a evolucionar, ya que así ha sido desde que hemos iniciado en este negocio. La buena noticia es que cada vez es mejor y más fácil para usted.

Y aunque puede sonar cliché, esto es cierto: Toda esta tecnología es mejor cuando se utiliza de manera responsable. Porque es muy fácil enviar millones de mensajes de email, asegúrese de hacerlo bien para que todos podamos continuar con el privilegio del email marketing para los clientes que disfrutan de esta forma altamente interactiva, y medios súper eficaces de la comunicación empresarial.

ACERCA DE BENCHMARK EMAIL

Tome estas características de gran alcance por docena, administración de listas sofisticada, cientos de plantillas de correo electrónico, informes ultra precisos y deslumbrantes de correo electrónico y vídeo email. Ahora, reunir todos esos beneficios a un precio muy accesible. ¡Suena atractivo! Eso es lo que somos.

Hay una razón o 100 por las que más de 73,000 usuarios confían en nosotros con sus campañas de email marketing. Con un inigualable conjunto de características, herramientas



sin dolores de cabeza que hacen que cada campaña sea accesible con sus planes de precios muy razonables, somos el servicio de email marketing para empresas de todos los tamaños y formas.

En Benchmark, somos más que los expertos en email marketing, somos innovadores. Nuestro principal objetivo es perfeccionar nuestro servicio de email marketing, pero también seguimos las redes sociales, la optimización de motores de búsqueda (SEO) y Web 2.0 por lo que nuestro basado sistema de software es totalmente 100% compatible con el mundo de Internet en constante cambio.

Ningún otro servicio le otorgo una robusta gama de servicios y características ... GRATIS! Con nuestro Plan 2000 Contactos puede tener hasta 2000 contactos y enviar 14000 correos electrónicos por mes. Comience hoy mismo en www.benchmarkemail.com/es/register.

CONTÁCTENOS

Agradecemos sus comentarios y nos encantaría hablar con usted acerca de sus necesidades de email marketing. Por favor, póngase en contacto con nosotros en las siguientes direcciones.

Sitio Web: http://www.benchmarkemail.com/es

Llame al: 213.493.6558

Email: sales@benchmarkemail.com

