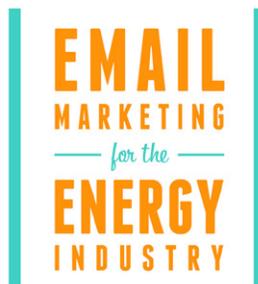


EMAIL MARKETING

para

LA INDUSTRIA DE LA ENERGÍA



PREFACIO

“La imaginación ha llevado a la humanidad a través de la Edad Media hasta su estado actual de la civilización. La imaginación llevó a Colón a descubrir América. La imaginación llevó Franklin a descubrir la electricidad “

- L. Frank Baum

Independientemente el estado de la economía nacional y los indicadores financieros están apuntando hacia arriba, hacia abajo o hacia los lados, sus clientes van a seguir girando a la Industria de Suministros y Servicios Energéticos para sus requisitos indispensables. Pero sólo porque la economía general puede ser de capa caída, la competencia innata dentro del sector de la industria de Suministros y Servicios Energéticos no disminuye. Con el fin de impulsar el negocio adicional a sus servicios y demostrar que su oferta tienen una ventaja más de la competencia, los participantes corporativos en los EE.UU. de la industria de Suministros y Servicios Energéticos se está dando cuenta poco a poco que el marketing a través de medios tradicionales, como anuncios de periódicos, revistas, radio, televisión y páginas amarillas no es ya suficiente. Estas formas más antiguas y tradicionales de los medios de comunicación ya no son rentables debido a las opciones de comunicación en línea que abarcan canales poderosos y efectivos de correo electrónico y la red social de marketing que están actualmente disponibles y generan mucho mayor rendimiento de la inversión .

La Asociación de Marketing Directo llevó a cabo un estudio exhaustivo en el 2009 de correo electrónico en retorno a la inversión de marketing y descubrió que cada dólar invertido en el canal cosechó un notable retorno de 43.62 dólares. Esta tasa de rendimiento es incomparable por las formas de medios de comunicación tradicionales. La revolución de dispositivo habilitado para la web móvil está tomando colocar ante nuestros propios ojos. Millones de personas en todo el mundo han adoptado un estilo de vida del smartphone; estas personas han descubierto que la última generación de los teléfonos móviles, tablets y netbooks combinadas con un acceso constante a internet les permite experimentar un estilo de vida electrónicamente social que mejora la calidad de la vida - un pensamiento que hubiera parecido como ciencia ficción hace apenas una década.

Este informe se ha sido diseñado para ayudar a su empresa Suministro de Energía y Servicios en servir y motivar a sus clientes a través de información, educación y entretenimiento a través de la potencia sin igual, eficiencia y alcance de correo electrónico y red social de marketing. Más allá de una sombra de duda, estos son los medios que todas las empresas de Suministro de Energía y Servicios necesitan implementar ahora.

- Curt Keller
CEO
Benchmark Email

► Introducción

Este informe, **Suministro de energía y servicios: Progreso de Alimentación a través de Email Marketing**, es una visión general del estado actual del [email marketing](#) para el uso de los Directores promocionales de Servicios de Energía para refinar y enfocar la estrategia de marketing empresarial en línea. Las determinaciones en esta guía tienen la intención de aclarar a los miembros del sector Energético cómo afinar sus esfuerzos de email marketing mediante la aplicación de estas herramientas:

Cómo construir y poner en práctica un medio de comunicación sociales y campañas email de promoción atractiva a una nueva clientela, mientras que fomenta la lealtad entre los clientes existentes comprendiendo la legislación pertinente que regula el proceso de comunicación en línea con los clientes del sector de suministro de energía y sector Servicios Para analizar e interpretar estadísticas primarias sobre las estrategias empleadas por gerentes promocionales de otras empresas de suministros y servicios de energía alrededor de América del Norte orientado a los resultados de email marketing personalizado para su negocio de Suministros Energeticos y para lograr y mantener el máximo beneficio



Gerentes de de Suministros de Energía y promoción en línea se encuestaron empresas en todo Estados Unidos y Canadá sobre sus prácticas de marketing y los resultados de estas estadísticas de la encuesta se resumen en el presente informe. El contenido adquirido a través de este medio se puede revisar en la Sección de encuestas Marketing de Suministros de Energía y Servicios de email. El objetivo de esta guía es poner en claro las preguntas de Directores de Servicios de marketing de energía a fin de obtener información valiosa en la condición actual de sus campañas promocionales de email y [redes sociales](#).

► Antecedentes

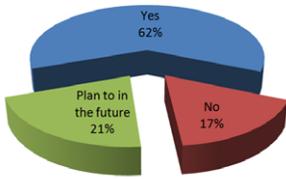
Hay dos modelos de negocio primarios distintos presentes en la industria Servicios de Energía de hoy en día: los monopolios regulados legalmente y más empresas convencionales caracterizadas por el mercado competitivo. Para los operadores de las empresas de energía sin la protección de la condición de monopolio, el mercado volátil y competitivo se basa en volumen. El consumo de energía puede variar por los consumidores dentro de los ciclos de facturación, de unos pocos dólares para un pequeño apartamento urbano de millones de dólares para las grandes industrias y complejos institucionales o particulares. Mientras que los costos de infraestructura necesarios para satisfacer los usos energéticos de los consumidores más pequeños a menudo pueden superar el precio de la energía vendida, las situaciones de los usuarios comerciales más grandes es muy diferente.

La industria de Suministros y Servicios Energéticos es excepcionalmente diversa internamente. Algunos elementos del sector de energía, tales como los operadores de gasoductos y redes de transporte, son totalmente invisibles para el público en general - por lo tanto las consideraciones de email marketing son estrictamente en el ámbito del B2B (Business to Business). Otros son los servicios públicos que pueden tener un B2C (Business to Consumer) lista de suscripción, la numeración en los millones de los consumidores. La compleja naturaleza del sector de la Industria de Suministros y Servicios Energéticos produce estadísticas difíciles de generalizar en la industria, sin embargo, esta guía incluye datos completos sobre la demanda de la industria y de los resultados de correo electrónico y marketing en redes sociales.

► Estadísticas de Email Marketing De Suministros y Servicios Energéticos

Nuestros datos se analizaron en conjunto con información obtenida a partir de las respuestas de propietarios y gerentes de industrias de servicios energéticos de Norte America.

Engage In Email Campaigns



Empresas de Servicios Energéticos que se Dedican al Email Marketing

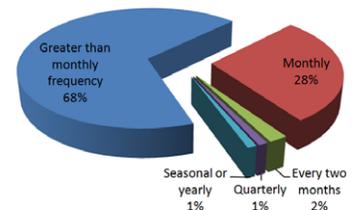
Los resultados de esta demuestran que la mayoría de las empresas de energía están actualmente involucradas en campañas email con una Participar en campañas de Email con nivel de respuesta del 62 por ciento, 17 por ciento de los encuestados en el informe que no participan en la comercialización del email; 21 por ciento dicen que planean

utilizar [marketing en línea](#) en el futuro. En general, las tendencias de marketing en empresas de energía se revelan a centrarse en los recursos en línea para comunicación y promociones.

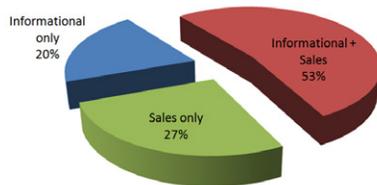
Frecuencia de Envío de Suministros de energía y Servicios Energéticos

Las industrias energéticas dependen en gran medida de frecuente contenido de boletines de email, empleando una frecuencia de envío del 68 por ciento en general. Las Frecuencias mensuales se registraron con el 28 por ciento, dos veces al mes, el 2 por ciento, 1 por ciento y 1 por ciento trimestral estacional o anual. Como el 96 por ciento de todas las empresas de energía se dedican a comunicaciones mensuales con clientes y el 66 por ciento dice participar en mas de una vez al mes (algunos hasta dos veces por semana), las empresas de energía son muy conscientes de los beneficios generados por [boletines de email](#) y estrategias de campaña de email marketing para la promoción eficaz.

Send Frequency



Content Type



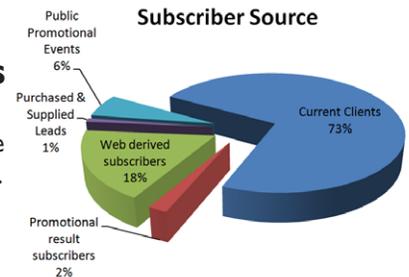
Tipo de Contenido de Suministros y Servicios de Energía

El tipo de contenido para empresas de energía es: el 20 por ciento sólo informativo; El 53 por ciento son informativos, más ventas y el 27 por ciento de las ventas exclusivamente.

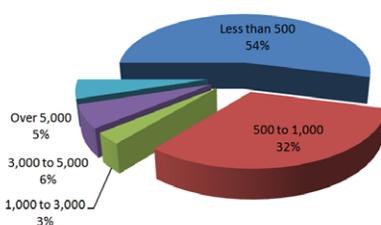
Cómo Obtener Suscriptores Email En la Industria de Suministros y Servicios Energéticos

Las fuentes de suscriptores para las empresas de energía vienen principalmente de los consumidores actuales base: El 73 por ciento proviene de los clientes actuales. El Dos por ciento viene de resultados de suscriptores promocionales, el 18 por ciento de los suscriptores web derivados, y un 1 por ciento comprando cables y suministros. Finalmente, 6 por ciento viene de la promoción de eventos público.

Subscriber Source



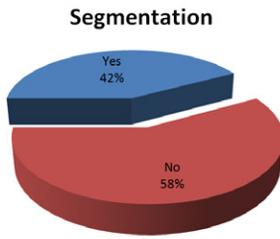
List Size



Tamaño Usual de La Lista de Suscriptores Email En Industrias de Suministros y Servicios de Electricidad

El tamaño de la lista de las empresas de energía es relativamente menor que en otras industrias importantes, con una mayoría del 54 por ciento que registraron menos de 500 entradas en su lista de suscripción. Treinta y dos por ciento afirmó 500 a 1.000 entradas, y sólo 3 reportaron tener 1.000 a 3000, y el 6

por ciento reivindica 3000 a 5000. El cinco por ciento informó de más de 5.000 direcciones de correo electrónico de suscriptores.

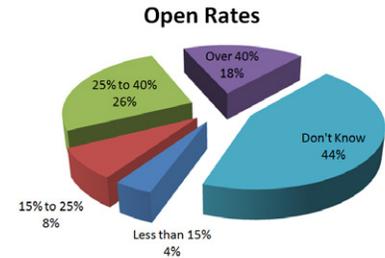


Lista de Segmentos En La Industria de Suministros & Servicios Electricos

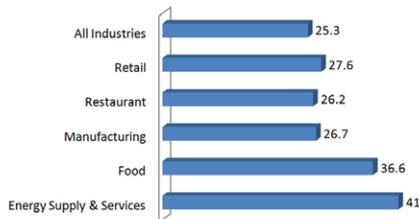
Poco menos de tres 58 por ciento de los propietarios y gerentes de empresas energéticas dicen no segmentar sus listas en absoluto, mientras que el restante 42 por ciento se aprovecha de los beneficios que la segmentación de la lista de suscripción puede ofrecer a cualquier campaña de email marketing.

Tasas de Apertura de Campañas Email en La Industria de Suministros y Servicios de Electricidad

Un total de 18 por ciento de los propietarios y administradores de todas las empresas de energía declaró que más del 40 por ciento de todos sus correos electrónicos fueron en realidad se abiertos, el 26 por ciento de los cuales reclamación entre el 25 y el 40 por ciento de sus boletines de correo electrónico son leídos. El cuatro por ciento de los propietarios de negocios afirmaron que sus Vistos eran menos del 15 por ciento, el ocho por ciento reivindica una tasa de apertura del 15 al 25 por ciento. Una cifra relativamente alta de menos de la mitad o el 44 por ciento de todos los propietarios y gerentes Industrias de Energía declaró que no estaban conscientes de su [métrica de tasa de apertura](#).



Industry Open Rates

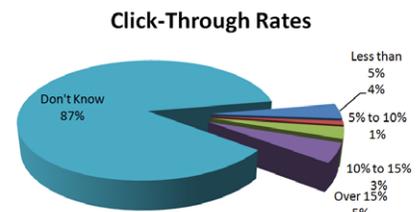


Industria Versus Tasas de Vistos

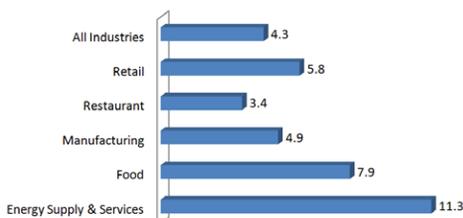
Las tasas de apertura reclamadas por los propietarios de negocios de Energía participantes y administradores están por encima de la media. Las estadísticas de las tasas de apertura de la industria son: El 41 por ciento para la energía de suministros y servicios; El 37 por ciento para alimentos; El 27 por ciento para la fabricación; Un 26 por ciento para los Restaurantes, el 28 por ciento para el sector minorista y el 25 por ciento para todas las industrias.

Porcentaje De Clicks Por Parte de Suscriptores en Industrias de Suministros y Servicios de Energia

El número de propietarios de industrias de energía y los administradores que no saben que su [tasa de clics](#) (CTR) es bajo. En este sector, el 87 por ciento no tiene idea de su tasa de clics, pero entre aquellos que son conscientes de esta métrica de email crítica, menos del 5 por ciento es reclamado por el 4 por ciento. Del cinco al 10 por ciento se declara en 1 por ciento de los propietarios, un 10 el 15 por ciento de la tasa de clics se afirma en un 3 por ciento y 5 por ciento dicen que su tasa de clics supera el 15 por ciento.



Industry Click-Through Rates



Industria Versus Porcentajes de Clics

Las tasas de click de la industria son de la siguiente manera: un 11,3 por ciento de Suministros & Servicios Electricos; 7.9 por ciento de Alimentos; 4.9 por ciento Manufactura; 3.4 por ciento restaurante; un 5.8 por ciento menor; y el 4.3 por ciento todas las industrias.

► Discusión Del Sector de Industria de Suplementos & Servicios Energéticos

La industria de la energía alberga una amplia gama de requisitos específicos para determinados estilos de email marketing y redes sociales para adaptarse a los perfiles de los clientes. Estas variaciones abarcan toda la gama entre estrictamente B2B y B2C ampliamente horizontal:

Empresas Petroleras

Las compañías petroleras se dedican principalmente a la exploración y producción del petróleo, conocido como actividades de upstream, la mitad de la misión implica el transporte de petróleo y refinación. Petróleo al por mayor y distribución de productos al por menor que se conoce como las actividades posteriores. Las multinacionales más grandes se conocen como los “grandes” y están integrados verticalmente con un espectro completo de las operaciones de negocio, desde la exploración internacional de estaciones de gasolina local. Pequeñas empresas petroleras, conocidas como “independientes” sólo participan en exploración escala local y la producción. Algunas compañías petroleras se centran sólo en la mitad del chorro y diversas actividades, ya que operan refinerías para destilar petróleo crudo en sus diversos derivados del petróleo comercial, como disolventes, gasolina, diesel, combustible de aviación y asfalto. Dependiendo del ámbito de aplicación de la actividad de la amplia gama petrolera de estratificaciones de email y enfoques pueden ser deseables. Los extremos de la industria tienen un impacto obvio en el tipo de email marketing que cada empresa va a optar por utilizar. Grandes empresas tienen generalmente un muy buen desarrollado componente de relaciones públicas, por lo que pueden tener millones de organizaciones de energía e individuos y con conciencia ecológica en su lista de email. Compañías petroleras independientes pueden estar limitadas a sólo estrictamente [Email marketing B2B](#) para solicitar la disponibilidad de sus servicios a muy estrechos sectores verticalmente integrados de la industria energética.



Proveedores de Servicios Petroleros



Los proveedores de servicios petroleros ofrecen la gama completa de apoyo operativo subcontratado a todo tipo de tamaños de empresas petroleras, como la realización de pruebas sísmicas; que posean y alquilen plataformas petrolíferas y transporten el equipo. El volumen de negocio de estas empresas está directamente relacionado con el precio del petróleo: cuando los precios del barril se incrementan, las empresas petroleras aumentan su perforación con el fin de vender el petróleo al precio más alto posible y reducen la velocidad cuando el precio cae en picada. Este tipo de volatilidad conduce el volumen de negocio y los ingresos como montañas rusas por contratistas de suministros y servicios petroleros. En julio de 2008 el precio del barril del petróleo llegó a los US \$145, mientras que apenas cinco meses después, en diciembre el precio spot del crudo cayó a sólo \$30. Aunque poco se puede hacer por los proveedores de servicios petroleros para anular estos picos y valles, el email marketing puede ayudar en los tiempos más lentos a consolidar equipos, promover los servicios para las horas pico y continuar para nutrir la amplitud de las relaciones B2B necesarias para garantizar el éxito a largo plazo en la industria.

Operadores de Ductos

Los operadores de ductos poseen y administran miles y miles de kilómetros de productos derivados del petróleo y tuberías de gas natural. Muchos de estos tipos de empresas también operan terminales de admisión de petróleo, participando en una variedad de comercio de materias primas y la comercialización de la energía y operar las instalaciones de almacenamiento de gas natural o de las refinerías de petróleo. A diferencia de las Grandes Ligas, las empresas de operación de la tubería no pueden ser nombres familiares bien conocidos. Las más grandes compañías reportan ingresos anuales reportan varios miles de millones de dólares - una suma comparable a los ingresos de una compañía petrolera de tamaño mediano. Los operadores de ductos son desconocidos por el público en general, por lo tanto, sus necesidades de email marketing son estrictamente B2B y esencialmente similares a los de los proveedores de servicios de petróleo.

Utilidades

“Utilidad” en la industria de Suministros & Servicios Energéticos es en realidad un término genérico que se refiere a servicios públicos de gas y todo tipo de empresas de generación de energía, tales como: servicios públicos de propiedad del gobierno, servicios públicos propiedad de inversionistas, empresas municipales de energía y cooperativas rurales de electricidad, así como la no - utilidad de generadores (cogollos) y de los productores independientes de energía (PIE). Utilidades difieren ampliamente en cuanto a sus tipos de negocios, ya que algunos ya no están en el negocio de generación de energía y son principalmente empresas de distribución con las líneas de energía como principales activos mientras otros pueden poseer y operar plantas de energía reguladas (también conocidos como grupo de usuarios nacionales o IPPs). A medida que el mercado de la electricidad llegó a ser ampliamente desregulado y caótico en el nuevo milenio temprano, muchos productores independientes de energía vendieron activos por partes para la celebración de grandes empresas de servicios públicos o instituciones financieras. Más que casi cualquier otro tipo de sector de la industria de energía, los servicios públicos tienen el mayor requisito de comunicaciones por correo electrónico B2C exitosas, con algunas listas de correo electrónico que tienen puede ascender a millones de direcciones individuales.



Operadores De la Red de Transmisión

Los operadores de la red de transmisión, generalmente se hacen referencia como operadores de transmisión regional o gestores de red independiente, proporcionan funciones de despacho de generación de energía a mercados eléctricos regionales. Por lo general, no tienen una participación en las líneas de transmisión eléctricas reales, sino directamente cuánto, cuándo y donde la electricidad se genera para asegurarse de que la oferta y la demanda están en equilibrio en todo momento. Estos tipos de empresas también tienen poca necesidad de comunicaciones por correo electrónico B2C y concentran sus esfuerzos de comunicación en línea en el lado B2B exclusivamente.



Fabricantes De Equipos

Los fabricantes de equipos hacen bombas, calderas, compresores, turbinas, la contaminación dispositivos de control, sistemas de control de software, la perforación de pozos y la construcción de equipos de tuberías y baterías industriales. Varios de ellos también ofrecen servicios de ingeniería y construcción, así como la instalación de sus equipos. Como en casos anteriores, sus necesidades de comunicaciones en línea son casi exclusivamente B2B.

Agencias Estatales

Las agencias gubernamentales a nivel federal y estatal legislan los mercados de la energía y regulan las políticas públicas de energía, así como las diversas formas de protección para el medio ambiente. Las agencias federales se encuentran principalmente en Washington, DC, mientras que cada estado tiene agencias en su capital del estado. Los requisitos de las agencias gubernamentales para la promoción del email son consistentes: Cada agencia debe tener un componente en línea de comunicaciones dirigidas específicamente a las empresas en toda la industria de Energía, sin embargo, las agencias federales han constituyentes numeros en los cientos de millones de personas, por lo que es imprescindible para mantener un correo electrónico muy desarrollado y refinado estrategia de comunicación con el fin de mantener a los ciudadanos informados acerca de la energía cuestiones en América.

Empresas de Servicios Energéticos

Las Empresas de servicios de energía ayudan a los individuos y empresas de cualquier sector a reducir sus costos generales de energía. El funcionamiento normal de una empresa de servicios energéticos está llevando a cabo una auditoría energética integral para determinar que los gastos de energía están siendo dirigidos (electricidad, calor y en el caso de empresas comerciales, procesos industriales). En base a ello, la empresa de servicios de energía física

implementos medidas de ahorro de energía dentro de la ubicación del cliente, ya sea una casa, un edificio comercial o una instalación industrial. Estas medidas pueden involucrar a las inversiones y actividades, tales como la mejora de los sistemas de climatización, sustitución de las bombillas incandescentes por CFL equivalentes y colocándolas en los sensores de movimiento, negociar mejores tarifas con los proveedores de servicios públicos o en los casos de los grandes consumidores de energía corporativos o industriales, pueden ser capaces de desarrollar una planta de cogeneración de energía adyacente a la ubicación. En muchos casos la empresa de servicios de energía recibe el pago de estos servicios como una participación en la red del ahorro de costes de energía que el cliente disfruta.



Diferentes empresas de servicios energéticos atienden a los diversos mercados. Una empresa que se concentra en el ahorro de energía de los hogares tendría su email marketing sesgado principalmente en un modelo B2C. Las empresas que asisten a las empresas y la industria en el ahorro masivo de facturas de energía (que a menudo contabilizan un total de millones de dólares por año) se centran naturalmente en Email marketing B2B.

► **Objetivos de Email Marketing Para Industrias de Suministros y Servicios Energéticos**

Es fundamental tener en cuenta que con el fin de presentar los resultados más eficaces, tu campaña de boletines de email debe ser diseñado específicamente para apelar a todo tipo de suministro de energía y los servicios al cliente, desde los clientes ocasionales que sólo pueden ser periféricamente consciente de sus operaciones a las empresas de energía impulsada-totalmente dedicados y de bajo consumo energético consumidores que recurran a los servicios y tienen el potencial para evangelizar a sus beneficios a una audiencia en línea y fuera de línea en general. Es necesario proporcionar el tipo exacto de información que cada categoría de cliente requiere de manera que cuando requieren de su forma de servicios de energía, que a su vez a su primera empresa.

Implementación

El email marketing para las industrias de energía es diferente de los tipos tradicionales de publicidad colocada en los medios convencionales, tales como revistas, periódicos, radio, televisión y los anuncios de páginas amarillas. Una de las diferencias más importantes es la forma federal y la ley estatal de aplicación general para el email marketing en contraposición a los tradicionales de la Publicidad: Email Marketing es más severamente regulado de los medios convencionales formatos y la forma en que las empresas de energía interactúan con su correo electrónico suscriptores del boletín se legisla con precisión.

Conformidad

Cada tarjeta de negocio de Energía recogida de negocios o algún tipo de registro físico hasta hojas para recopilar información sobre sus clientes es necesario establecer que la aprobación directa e inequívoca ha sido obtenida de los clientes antes de colocar su dirección de correo electrónico en una lista.



La Violación CAN-SPAM tiene graves consecuencias

En los EE.UU., la autoridad principal que rige todas las formas de email marketing esta administrado bajo la [ley CAN-SPAM](#), que ilustra los criterios de cómo todo usuario de email marketing deben comportarse en la interacción con el público. La legislación se basa sobre la facilitación de cualquier suscriptor de optar al instante de su lista en su petición principal. Violaciones de la ley CAN-SPAM son considerados como una infracción clara de la regulación federal y podría llevar a multas e incluso penas de prisión largas.

Cancelación Fácil de la Suscripción

Tan pronto como cualquier suscriptor informa a su industria de Energía que quieren ser quitado de su lista de correo electrónico boletín receptor, la legislación federal especifica que deben ser eliminados de la lista de manera irrevocable e inmediata. Su industria de Energía debe asegurarse de que el procedimiento de su cliente puede seguir para ser tomado fuera de su lista es fácilmente localizable en cada correo electrónico y simple de usar. El incumplimiento de demandas de descripciones constituye un delito con penas graves.

Gestión Fuerte del Email

Cuando cualquier industria de Energía envía un correo electrónico, ya sea un mensaje personal, o una respuesta de negocio, o un boletín de campaña de marketing, una de las tres cosas separadas pueden ocurrir:



1. Puede ser entregado correctamente.
2. Si su correo electrónico se ha recuperado usted recibirá un mensaje de Mailer Daemon Informándole de la situación y explicar las razones para el rebote. Si el rebote es suave, la condición se producira después de que el mensaje haya dejado el equipo. En casos de un rebote suave se considera una buena práctica de correo electrónico para tratar de ponerse en contacto con el cliente a través de una forma alternativa de comunicación con el fin de informarles que los correos electrónicos están siendo devueltos.
3. Un rebote duro es un problema más grave, ya que la culpa es de el remitente. Si va a enviar mensajes de correo electrónico en varias ocasiones a una dirección que es inexistente o bloqueada por cualquier motivo, los diferentes proveedores de Internet que enrutan el tráfico alrededor del Internet se colocará entre la listas de spammers criminales. Siendo colocado en este tipo de [lista negra](#) tiene graves consecuencias para su industria de Energía, es posible que ya no sea capaz de enviar cualquier notivacion de email marketing que sea. El boicoteo puede extenderse a sus correos electrónicos personales y de negocios.

Política de privacidad

Algunos de los propietarios y gerentes de industrias de energía no hacen más que hacer clic en el sitio web de un competidor y copiar su política de privacidad con el fin de pegarlo textualmente en sus propias páginas web. No sólo hace esta acción a crear un contenido duplicado que afectará a su posicion en los buscadores demanera negativa, pero también deja su negocio abierto al potencial de acción legal. Para proteger su negocio, su abogado debe redactar una política de privacidad totalmente único y personalizado que cubre con precisión la forma de hacer negocios en línea.



Lista Segmentación

La segmentación de una lista de suscripción de correo electrónico de la industria de Energía es de lejos el mejor método a perfeccionar su estrategia de comunicación en línea basada en las características demográficas y el comportamiento de sus suscriptores. La aplicación de técnicas de segmentación desarrolla contenido de correo electrónico que se ajustan con precisión a las características tremendamente diferentes de su suscriptor base, por lo que será capaz de ofrecer todo tipo de descuentos, ofertas, productos, servicios, equipos y accesorios para cada uno sea más probable que se interese para satisfacer sus necesidades de energía y volúmenes de consumo.

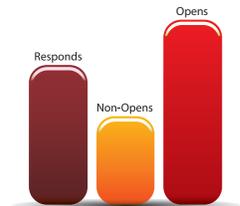
Pon a Prueba tu Contenido de Email

Usuarios de email marketing con experiencia son conscientes de la necesidad que se lleva a cabo un proceso de prueba vigorosa y permanente en su contenido de email marketing. Una de las pruebas más comunes se llama prueba

de división A / B que implica un contenido idéntico de ser enviado a un segmento particular de la lista de suscripción con sólo un único elemento cambiado, como el **anteencabezado**, línea de asunto, imagen o la posición de un enlace. Al comparar cómo funcionan estos diferentes boletines de noticias, usted puede obtener información valiosa sobre lo que sus clientes de industria de Energía están respondiendo a fin de continuar perfeccionando su contenido a través de más pruebas.

Obtención de Información Personal de su Cliente

La mayoría de los clientes de industrias de energía divulgan información personal acerca de sí mismos. Muchos usuarios de email marketing han descubierto que las encuestas de motivación o de otros tipos de formularios de votación incentivados pueden ser de gran ayuda en la obtención de datos personales a la base de segmentación de las metodologías.



Analice el Comportamiento de su Cliente

El método principal para determinar el éxito de su campaña de email marketing es a través de examinar diversas estadísticas **métricas de correo electrónico**. Hay algunos clientes en cualquier lista de suscripción que simplemente no abren su correo electrónico en todo, y continuar para enviar a estos abonados no es probable modificar ese tipo de patrón de comportamiento. Estas direcciones de correo electrónico son las más eliminadas de su lista de boletines de correo electrónico. Otros clientes pueden abrir y leer sus correos electrónicos, pero por lo general no responden a la llamada acción. Estos abonados no deben suprimirse de la lista, ya que están leyendo sus correos electrónicos, y que a menudo se compara a su eventual respuesta a su industria de energía de otras maneras. La categoría más lucrativa son las perspectivas que ambos leyeron y hacen clic a través de sus páginas de destino, ya que estos son los clientes que son los más sensibles desde el punto de vista de email marketin, y por lo tanto muy valiosa como los receptores de comunicaciones en línea.

Buenas Prácticas de Email

Es importante seguir las buenas prácticas de correo electrónico para asegurarse de que va a mejorar cumplimiento del cliente y mantener el más alto nivel de eficiencia sin dejar de tener en general resultados positivos en su línea de fondo de la industria de Energía. Líneas, ante encabezado y líneas de asunto deben ser meticulosamente elaborado, las capacidades de visualización diferentes entre el PC y navegadores móviles deben tenerse en cuenta, así como las páginas de inicio del sitio web que ofrece el contenido específico necesario para sincronizar sus esfuerzos de prueba de división A / B y métodos de segmentación.

Métricas de Email

Las estadísticas de este informe demuestran una abrumadora mayoría de la industria de la Energía propietarios y gerentes no son conscientes de las tasas de porcentajes de clics de sus campañas, mientras que un número mucho más pequeño también eran conscientes de sus tasas de apertura. Mientras el 44 por ciento no eran capaces de citar sus tasas de apertura, el 87 por ciento podría no declarar sus tasas porcentajes de clics. Este fracaso de comprender el impacto de estas básicas métricas de correo electrónico al dirigir una campaña de email marketing es un problema que debe ser abordado, especialmente cuando se observa que la diferencia es casi el doble de la tasa abierta y del porcentaje de clics de comprensión es una razón más allá de la mayoría de las medianas estándar de la industria. Por no entender las métricas de correo electrónico más básicos que se obtienen mediante una campaña de promoción en línea, el gerente o propietario de industria de Energía niegan a sí mismos la visión general de los factores específicos que indican cómo su email marketing en general y campañas de promoción que se están realizando.



► **Benchmark Como Su Empresa de Conserjeria Email Para Su Empresa de Suministros y Servicios Energeticos**

Renueve Rapida y Completamente su Estrategia de Campañas de Email

Su empresa de Suministros y Servicios Energeticos puede experimentar resultados finales sólidos a partir de una colaboración con los profesionales de la industria de primera clase de Benchmark Email. Benchmark es universalmente reconocido como uno de los [Proveedores de servicio de email marketing](#) superior en los Estados Unidos y que se basó sobre 73,000 clientes de negocios satisfechos. Establecido sobre una base de años de experiencia en el servicio a las necesidades de Empresas energéticas, tanto en casa como en el extranjero, Benchmark Email ahora ofrece una solución de Suministros y Servicios Energeticos de email marketing que reconoce todos los factores en la toma de su correo electrónico y marketing en medios sociales objetivos y metas integrados son totalmente alcanzados.

► **Elija Tener el Servicio Reconocido de Benchmark Email Hagalo Por Usted Mismo**

Cuando se trata de su campaña de email marketing, usted puede optar por una estrategia piloto automático mediante la delegación de la amplitud de la tarea de los profesionales con experiencia de Benchmark Email. Su industria de energía se puede aumentar en la próxima fase del email marketing cuando usted se aprovecha de las especialidades de Benchmark Email Nosotros lo hacemos por usted Sistema de servicio completo de Email Marketing. Este servicio único y de gran alcance se acoplará a Benchmark Email la mayoría de los especialistas con experiencia para ejecutar las funciones de su correo electrónico directo y marketing en redes sociales como si fuera su propio personal interno.

► **Características estándar de la industria**

Si usted selecciona a Benchmark Email Hágalo Usted Mismo o Nosotros lo Hacemos Por Usted, su industria de Energía ganará considerable ventaja competitiva en las siguientes características de gran alcance:

Programación Avanzada de Mensajes - Su comunicación por correo electrónico está programada para ser emitido en cualquier momento y la fecha que mejor se adapte a sus suscriptores. Mediante la utilización avanzada tecnología de [respuesta automática](#), Benchmark Email le autoriza para programar una secuencia de temporizadores con cuenta atrás. Estos temporizadores pueden ajustarse a los acontecimientos especiales, como la fecha de la primera suscripción, fechas de renovación, el cumpleaños de su cliente o cualquier otro aniversario fecha en que usted desea.

Integración Completa de Video - Benchmark Email ofrece un procedimiento de video exclusivo de correo electrónico de facilitación que permite que el audio-visual de producciones de cualquier tiempo en marcha coincida con su industria de energía la mayoría de las innovaciones promocionables, descuentos, eventos, productos, servicios, instalaciones o cualquier otro contenido informacional. El estado de la integración arte multimedia asegura que cualquier formato de imagen o de vídeo se puede entregar con prontitud a sus suscriptores y reducir al mínimo el tamaño del archivo.



Administracion de Listas de Contactos - Las habilidades de [gestión de listas de correo electrónico](#) de Benchmark pueden segmentar y optimizar su lista de suscripción que le facilitará en la orientación exacta a sus categorías de clientes en base a una variedad considerable de factores que incluyen geográfico, comportamiento y demográfico.

Aseguramiento de Entrega - Benchmark Email se enorgullece de su larga historia de relaciones de colaboración con los principales proveedores de Internet que controlan y enrutan la mayor parte de tráfico de Internet en todo el

mundo. Benchmark Email ofrece garantías de entrega fiables que se basan en el compromiso de aplicar sin vacilaciones las mejores prácticas que se encuentran en el servicio de correo electrónico en la industria así como la implementación de amplias funciones de anti-spam para asegurar que su industria de Energía mantendrá una reputación de email absolutamente esterlina y evitar la colocación de su nombre IP o dominio en cualquiera de las listas negras de ISP.

Experiencia y Tecnología – La infraestructura tecnológica de referencia permite que cualquier tipo o formato de correo electrónico incluyendo texto plano, HTML y video para ser eficiente y rápidamente entregado a la bandeja de entrada de su cliente.

Informes de Seguimiento Completo con Incorporación de Gráficos Visuales - Los

informes de seguimiento de correo electrónico de Benchmark Email exhaustivas proporcionan una visualización gráfica simple, comprensible, del rendimiento general de su campaña. Cada categoría de estadística también está definido en base de idioma sin caer en la jerga de la industria complejas.

Planes de Alto Volumen – Si su lista de suscripción de industria de Energía se compone con más de 100,000 direcciones de correo electrónico, Benchmark Email puede implementar una serie de funciones tecnológicas avanzadas diseñadas específicamente para facilitar el envío de sus volúmenes considerables.

Encuestas y Sondeos - Benchmark Email es famosa por las metodologías eficaces que utiliza para diseñar una variedad personalizada de formas electorales la participación del cliente y encuestas. Estas formas que permite hacer ajustes continuos a su campaña con precisión y rapidez, de acuerdo con los datos suministrados por la clientela de su industria de Energía.

Herramientas de Redes Sociales - Benchmark Email puede diseñar y dirigir su estrategia de redes sociales ofreciendo la integración completa en los principales sitios como Twitter y Facebook, que servirá para garantizar sus mensajes de marketing será “Me gustó” y se reparten entre los más grandes posibles círculos sociales.



Plantillas - La programación experimentada, contenida, gráfica y profesional de marketing de Benchmark Email ha diseñado cientos de plantillas específicas para mostrar su mejor su marca de la empresa. Los talentosos diseñadores de Benchmark Email incluso puede crear una plantilla diseñada a medida para su uso exclusivo.

Descubra Como Su Industria de Suministros y Servicios Energeticos Podria Beneficiarse de los Servicios de Benchmark Email

Benchmark Email líder en el mercadeo **Hágalo usted mismo** paquete de servicios que le permite a su industria de energía para gestionar directamente y meticulosamente todas las facetas de su estrategia de email marketing. Si usted no tiene el tiempo, contratenos para proporcionar un paquete de servicios completos **nosotros lo hacemos por usted**. Este paquete de servicio completo es cuidadosamente elaborado, diseñado y dirigido por el maestro en línea de Benchmark Email expertos en comunicación para adaptarse a su tipo específico de industria de Energía y aumento a su rentabilidad mientras aumenta la satisfacción del cliente. Profesional de Suministros Y Servicios Energeticos propietarios y gerentes son conscientes de que los resultados finales son los que realmente cuentan, y confían en que los artesanos de email marketing profesional y tecnológica especialistas de Benchmark Email para proporcionar los tipos de resultados que realmente cuentan los que están en su línea de fondo!

▶ Acerca de Benchmark Email

Tome características de gran alcance por la docena, sofisticadas gestiones de listas, cientos de plantillas de correo electrónico, informes ultra-precisos y deslumbrantes de correo electrónico y el vídeo de correo electrónico. Ahora, reunir todo eso en conjunto por un precio muy asequible. Suena atractivo? Esos somos nosotros.

Hay una razón - o 100 - 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 de cada campaña un chasquido y planes de precios muy razonables, estamos al servicio de email marketing para empresas de todos tamaños y formas.

En Benchmark, somos más que expertos en email marketing, somos innovadores. Nuestro principal objetivo es no es solo perfeccionar nuestro servicio de marketing por correo electrónico, sino también las redes sociales, optimización de motores de búsqueda (SEO) y Web 2.0 simplemente por lo que nuestro software esta 100% basado en la Web, totalmente compatible con el mundo de Internet en constante cambio.

Ningún otro servicio le dara esta robusta gama, estándar de características por sólo \$9.95 al mes para empezar. Descúbralo por usted mismo al inscribirse en nuestra, prueba de 30 días www.benchmarkemail.com/es/register.

CONTÁCTENOS

▶ Póngase en contacto con Benchmark Email

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