

mittum 

**Email marketing**  
*en smartwatches*

*Email Marketing Automation & Expert Service desde 1999*

# 3 claves para generar email marketing enfocado en **smartwatches**

Ya entramos de lleno en *la era de los relojes inteligentes o smartwatches*. El mejor exponente de esto ha sido el **Apple Watch**, dispositivo que en 2015 generó un muy amplio impacto en el público y también en el comercio electrónico y pagos móviles.



# Email marketing en la era de los smartwatches



Siendo parte de la industria de la tecnología portátil, el mercado de los 'wearables' está en plena efervescencia, con unos crecimientos interanuales que no se veían en la industria TIC desde los comienzos de los servicios cloud o los primeros años de vida de los smartphones.

Esa innegable realidad nos arroja, por fuerza, a entender cómo es que **el email marketing tiene que ajustarse** a este tipo de dispositivos. A continuación **te proporcionamos 3 claves** para generar email marketing enfocado en smartwatches.



# 1 Asunto y preencabezado mucho más certeros

La pantalla de los smartwatches es demasiado reducida (la del Apple Watch, por ejemplo, mide sólo 42mm) por lo que los caracteres del asunto se reducen.

**Tienes que ser mucho más creativo**, con un asunto muy corto que invite al suscriptor a abrir el correo; si puedes, aprovecha el preencabezado como un complemento, pero no desperdicies ni una sola letra.





## 2 Ajústate a las posibilidades de display en los smartwatches



Varios de los relojes inteligentes, incluido el de Apple, no soportan las versiones HTML de los emails, por lo que **la versión en texto plano de tu campaña es obligatoria** para su visualización; de esta forma evitarás que le aparezca el penoso mensaje de "Este correo no contiene una alternativa en texto plano", lo cual obviamente te hará perder eventualmente algunos suscriptores.

Del mismo modo, las imágenes aun no forman parte del ecosistema de una campaña de email marketing para smartwatch, por lo que olvídate de ellas y, de nueva cuenta, céntrate en el texto plano.

# 3 Aprovecha la geolocalización

Los smartwatches están literalmente todo el día pegados a sus dueños. Ésta es una gran oportunidad que debes aprovechar para empezar a hacer uso de campañas basadas en geolocalización (imagina **detectar a un usuario que pase cerca de tu local** y le puedas enviar un descuento que pueda efectuar una vez que éste te visite).





Aunado a ello, te diríamos que ***no pases por alto*** algunas funciones especiales de ciertos smartwatches, como el "Handoff" del Apple Watch. Ésta hace que los usuarios trabajen en dos pasos:

\*Abren un correo a través del reloj.

\*Realizan otra acción relacionada con el mismo envío desde su iPhone (como visitar una web o efectuar una compra online).

Ésta es, por ejemplo, una nueva oportunidad de tener éxito en tu campaña: puedes utilizar el asunto a modo de invitación para captar la atención del lector, incitándole a que abra posteriormente el correo desde el iPhone.





Como puedes ver, el email marketing en smartwatches es aun una práctica quizás un tanto precaria, pero es seguro que con el paso del tiempo y el desarrollo de nuevas versiones de los mismos las funciones vayan cambiando.



[www.mittum.com](http://www.mittum.com)

