

MITTUM

¿POR QUÉ NO FUNCIONAN...

**MIS
CAMPAÑAS
DE EMAIL
MARKETING?**







INTRODUCCIÓN

El contar con una **buena comunicación con los clientes y clientes potenciales** es una de las prioridades básicas de todas las empresas, una comunicación que sea capaz de llegar a un mayor número de usuarios, lograr conversiones, fidelizar a los clientes pasados y captar nuevos clientes.

Una de las técnicas de marketing online que más destaca para lograrlo son las campañas de email marketing, que logran estos y otros objetivos de manera fácil y rápida por medio de noticias sobre tu empresa, ofertas exclusivas y todo tipo de **contenido valioso para el cliente.**



A pesar de su amplia aplicación y de ser un método útil y que ha demostrado ser **mucho más efectivo incluso que las redes sociales** para captar un mayor número de clientes, aún hay quien hace un uso erróneo de esta herramienta, desaprovechando en gran medida su potencial o incluso consiguiendo el efecto contrario: alejar al público. Para que esto no suceda se debe realizar un estudio previo sobre los **objetivos que quieras lograr por medio de tus campañas de email marketing**, analizar el buyer persona de tus productos o servicios, esto es, las características principales que definen a tus clientes actuales y por lo tanto, a los clientes potenciales, y por supuesto conocer a fondo como llevar a cabo tu estrategia de email marketing.



Y es que a pesar de que de todos los errores se logra un aprendizaje, **evitar cometer errores comunes** y de manera continua es vital para que puedas retener la atención de tus clientes y que evites en lo posible la cancelación de suscripciones de tus comunicados o que tus campañas sean marcadas como spam.

LOS 10 ERRORES MÁS COMUNES EN LAS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING





01

FALTA DE PLANIFICACIÓN DE TUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

Quizás este sea el error más común (y el más importante) que puedes tener en tus campañas de email marketing. Al improvisar le restas profesionalidad a tu marca, desperdiciarás recursos en tiempo y dinero que a la larga resultará en un trabajo inútil.

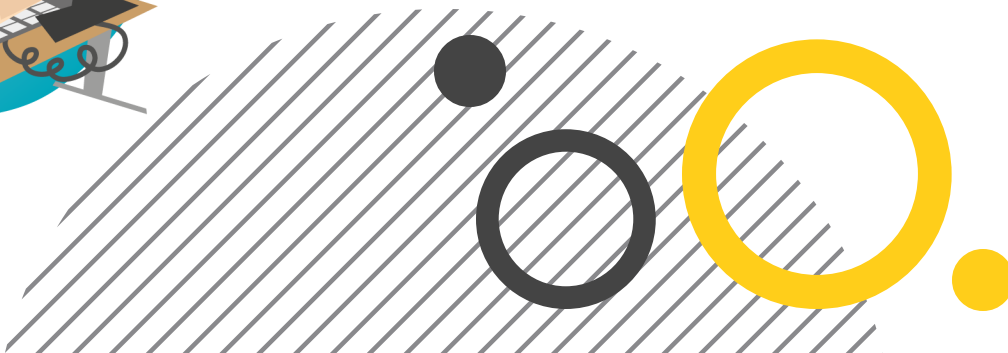
Si bien la creatividad y la lluvia de ideas momentánea pueden darte un hit en tu campaña, lo mejor es **utilizar un calendario anual con las campañas que lanzarás en cada temporada**, aprovechando las fechas especiales (campaña de Navidad, Black Friday, San Valentín, etc.), y evitar el envío masivo de emails con los que solo lograrás agobiar a tus suscriptores.

Envía emails con una frecuencia media, que no te olviden pero que tampoco inunde las bandejas de entrada, con una **frecuencia de envío planificada**, evitarás enviar correos electrónicos únicamente cuando quieras vender.

02

NO PERSONALIZAR TU CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

Si solo tomas en cuenta las direcciones de tu base de datos y les envías el mismo email corres el riesgo de que **tus suscriptores no tengan interés mínimo de leer tu correo**. Si bien muchos de tus suscriptores saben que las empresas envían emails masivos, el hecho de **personalizar tus campañas logrará que llamen la atención**, que tus clientes se sientan especiales y que sientan tu trato más cercano y humano.



03

FALTA DE LANDING PAGE QUE RECIBA LAS VISITAS DE TUS SUSCRIPTORES

Si sólo incluyes un enlace en tu campaña de email marketing que dirija a tu homepage, desperdiciarás todo tu esfuerzo.

● **Debes hacer fácil para tus clientes y clientes potenciales el encontrar el producto o servicio que estás promocionando**, o en el caso de que requieras

suscripciones o visitas, que hagas que busquen el enlace por sí mismos solo logrará que pierdan el interés.

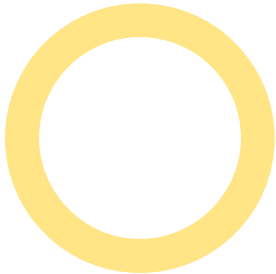
Puedes crear una (o varias) landing pages en función del objetivo de cada una de tus campañas de email marketing: vender, participar en un concurso, suscribirse, responder encuestas, entre un sinfín de objetivos que quieras alcanzar.





05

NO INCLUIR UNA OPCIÓN PARA DESUSCRIPCIONES



No puedes retener a nadie en contra de su voluntad, ni siquiera en una lista de correo electrónico. Si buscas hacer difícil la desuscripción a tus usuarios solo lograrás tener una lista que no consiga los objetivos que tu estrategia de email marketing busca, y, peor aún, que te marquen como spam.

Así que en el pie de cada uno de tus correos electrónicos **debe existir una forma de que los receptores puedan desuscribirse de tu lista de correo electrónico**, este enlace debe ser visible y el proceso lo más sencillo posible, y así seguirás siempre apuntando hacia el público correcto.



06

NO ENVIAR CORREO ELECTRÓNICO RESPONSIVE

La tasa de apertura desde dispositivos móviles cada día es más alta, así que un **diseño responsive es fundamental para tus campañas**. Tus emails deben estar adaptados para poder visualizarse en cualquier dispositivo, ya que de no ser así, puedes perder una gran cantidad de conversiones.



MITTUM



07

NO COMPROBAR LOS ENLACES E IMÁGENES AÑADIDOS

Uno de los más graves **errores** en las campañas de email marketing es que **las imágenes no puedan visualizarse o que los enlaces estén rotos**.

Debes corroborar en diferentes clientes de correo electrónico y dispositivos que todos tus enlaces e imágenes se visualizan de forma correcta.

Programa siempre un **envío test para revisar en vista previa** el correo que piensas enviar para verificar además que tu redacción es perfecta y sin errores que puedas lamentar posteriormente.





08

FIRMAR TU CORREO ELECTRÓNICO ÚNICAMENTE CON EL NOMBRE DE TU EMPRESA

¿Hay algo más impersonal que recibir un correo directamente desde una empresa? Si quieres lograr que tu público se sienta especial y con una buena experiencia por medio de tus boletines, **procura poner como remitente el nombre real de un empleado**, con lo cual se sentirá especial por recibir el email.

Si tu personal cambia constantemente y quieres crear un engagement entre el remitente y tus usuarios, puedes crear un nombre para que tus campañas de email marketing tengan voz y puedan crear un enlace personal con tu audiencia. Por supuesto, puedes utilizar como firma el nombre de la empresa, seguido por el nombre de una persona, añadiendo el cargo que tiene, para lograr personalizarlos aún más.

09

OMITIR LA INFORMACIÓN DE TU EMPRESA AL PIE DE TUS COMUNICADOS

Si no incluyes la información de tu empresa, seguramente te confundirán con spam. Por ley es necesario incluir la **información completa y oportuna de tu empresa**, como es:

- Nombre de la empresa
- Dirección Física
- El Número de Identificación Fiscal
- El país y ciudad de procedencia
- Un teléfono de contacto, y de ser posible, los enlaces a tu sitio web y tus redes sociales.

Además deberás incluir la información por la que el suscriptor está recibiendo el mensaje, recuérdale por qué está recibiendo el tuyo y ganarás su confianza y tu credibilidad aumentará.






10

NO CONOCER LAS MÉTRICAS Y RESULTADOS DE TUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

Ninguna de tus acciones en el presente mejorará si no tomas en cuenta las métricas de tus campañas. Si no analizas los clics, tasas de apertura, las desuscripciones, la tasa de spam, así como las conversiones **no lograrás optimizar tus campañas en un futuro.**

Una buena campaña se logrará si tomas en cuenta el ROI y conoces a tu buyer persona a fondo para lograr personalizar cada una de ellas. Lograr cambios pequeños entre tus campañas podrá facilitarte el conocer qué tipo de asuntos hace que tu tasa de apertura crezca, cuáles son los días y horas en que funcionan mejor tus campañas, cuál es el contenido que logra crear mayor engagement, entre otras métricas que son importantes.



El tomar a la ligera tus campañas de email marketing puede resultar en pérdidas cuantiosas, pero si tomas en cuenta estas técnicas y logras crear estrategias adecuadas, tus campañas lograrán el éxito que esperas y de hecho los superarán.

Así que ya lo sabes, si has cometido uno o más de los errores que hemos enunciado, no te preocupes, pero toma cartas en el asunto y evítalos en lo subsecuente, **planifica tus campañas de email marketing y genera nuevas oportunidades de conversión de acuerdo a los objetivos** que te hayas marcado.



GRACIAS!

WWW.MITTUM.COM

MITTUM