Las Mejores estrategias de eMail Marketing para eCommerce

MITTUM





El eMail Marketing es una de las mejores estrategias que siguen los negocios en internet. Muchas veces ha sido dado por obsoleto, sin embargo el email aporta acciones con un alto retorno de inversión a muy bajo coste por lo que el eMail Marketing para ecommerce es aprovechado alrededor del mundo.

Además, en la actualidad las herramientas y sistemas inteligentes disponibles en eMail Marketing para ecommerce facilitan en gran cantidad la tarea de programar, segmentar y enviar los correos electrónicos con lo que se logra un gran ahorro tanto económico como en tiempo.



Sin embargo existen algunas estrategias de eMail Marketing para ecommerce que lograrán que conectes aún más con tu público objetivo, así que además de mostrarte cuáles son las grandes ventajas de contar con una buena estrategia para tu negocio, te comentaremos los mejores tips para que tengas el éxito esperado.



# QUÉ ES EL EMAIL MARKETING PARA ECOMMERCE

Con eMail Marketing para ecommerce nos referimos a una serie de estrategias y acciones que están enfocadas a conseguir los objetivos que te has planteado en tu marketing digital. Entre tus objetivos pueden estar aumentar tu base de suscriptores interesados en tus productos o servicios, crear un canal de comunicación directo y efectivo con tus clientes y clientes potenciales y por supuesto como

Cuanto mayor sea tu base de datos, más oportunidad tendrás de aumentar tus ventas y de fidelizar a tus clientes, además si envías periódicamente información que sea útil a tus lectores podrás estar siempre presente, por lo que recurrirán a ti cuando lo requieran.

un canal de ventas.





Razones para integrar una estrategia de eMail Marketing en ecommerce





El eMail Marketing para ecommerce no solo ofrece una manera directa y segura para llegar a tus clientes y clientes potenciales, sino que presenta una gran gama de características que lo hacen ideal para lograr tus objetivos.







### Personalización:

Uno de los grandes beneficios de contar con una estrategia de eMail Marketing en ecommerce es que puedes **segmentar a tus suscriptores**. Con la personalización sabrás que producto o servicio en específico ha buscado cada uno de tus suscriptores, en qué momentos del día es más recomendable enviarles el contenido, así como fidelizar a tus clientes más asiduos enviándoles promociones especiales.

Además puedes personalizar cada uno de estos envíos utilizando sus nombres y apellidos, enviar emails específicos para consumidores jóvenes, utilizar un lenguaje diferente para comunicarte con clientes ejecutivos, entre otras ventajas claras.





## Requiere poca inversión:

Con tan solo unas pocas funciones podrás manejar tus bases de datos segmentadas, crear diferentes campañas de acuerdo a la temporalidad, de acuerdo a las necesidades de tu ecommerce, recuperar carritos abandonados, eliminar el badmail, y una serie de ventajas que te ayudan a **obtener mayores conversiones en menor tiempo** con la mínima inversión, dejando a tus recursos humanos llevar a cabo tareas menos repetitivas.



#### Herramientas de medición:

Otra de las grandes ventajas que te ofrece el eMail Marketing para ecommerce es que te proporciona una gran cantidad de datos estadísticos. Podrás conocer quién ha abierto tus emails, quienes no, quienes han hecho clic y en qué enlace, incluso puedes saber una tasa de ciudades o países que más han abierto tus comunicaciones y conocer el gusto de tus usuarios, además de quienes se han dado de baja. Esta es una gran ventaja ya que con ello podrás modificar tus estrategias de marketing para que se ajuste lo más posible a lo que tus clientes buscan y necesitan, en el momento adecuado.



#### Retener a tus clientes:

Con la comunicación constante que te puede ofrecer el eMail Marketing para ecommerce podrás recordarles las ofertas más interesantes en el momento indicado, ofrecer descuentos especiales a aquellos que presenten mayores tasas de apertura, ofrecer descuentos a los carritos de compra abandonados, y con ello lograrás que te sigan comprando a ti y no busquen a la competencia.





Estrategias para crear una buena campaña de eMail Marketing para Ecommerce





Ahora que ya tienes claras las ventajas y la enorme necesidad de implementar una campaña de eMail Marketing para eCommerce, es hora de ofrecerte estrategias para que puedas implementar las mejores campañas para tu empresa.

En un inicio, to**do dependerá del objetivo u objetivos que quieras lograr** con la campaña. Entre esos objetivos puede estar:

- Aumentar el conocimiento de tu empresa y de tus productos o servicios entre nuevos clientes potenciales
- Crear un canal nuevo de comunicación
- Tener un nuevo canal de ventas
- Conseguir visitas en la web de tu ecommerce



A partir de estos objetivos, puedes definir objetivos específicos que serán **metas alcanzables en un plazo de tiempo** establecido. Estas pueden ser:

- Lograr los 1.000 suscriptores en un año
- Lograr una tasa de apertura del 40%
- Aumentar el 10% de tus ventas por medio del eMail Marketing

El integrar objetivos claros, bien planeados y sobre todo específicos es la clave del éxito de tu nueva campaña, ya que si no sabes qué es lo que quieres conseguir no podrás dar el primer paso para lograrlo.

Algunas estrategias para utilizar tu eMail marketing para ecommerce pueden ser:

#### Crea contenido de valor:

No siempre tu comunicación será sobre los productos que ofreces o de ofertas irresistibles. Puedes **crear un engagement con tus clientes** y clientes potenciales al enviarles material de calidad como un valor añadido por leerte, así siempre estarán al pendiente de tus comunicaciones, ya que les ofreces un valor extra.

Este puede ser un tutorial, un ebook, guías de uso, recetas, manualidades, algo que tenga que ver directamente con los productos o servicios que ofreces.

De esta manera, si tu objetivo inicial es lograr un mayor número de suscriptores, al ofrecer contenido de mucho valor, lograrás aumentar las suscripciones además de mantener felices a tus contactos, y posteriormente enviarles ofertas o contenido especial.





## **Concursos:**

Los concursos son algo que siempre llama la atención a los consumidores. Además los concursos suelen ser virales con lo cual aumentarás (aún más) tu audiencia, porque tus contactos podrán comunicar a sus amigos sobre tu promoción.

Pide como requisito para concursar que las personas se añadan a tu lista de eMail con lo que además de comunicar al ganador, también podrás utilizar las listas posteriormente. Es muy importante segmentar estas listas, enviarles constantemente actualizaciones con contenido relevante para cada segmentación y de esa forma mantenerlos cautivos.







Ni las redes sociales solamente están para publicar imágenes y recibir likes como los emails tampoco son solamente para enviar ofertas de productos específicos. Al integrar tus campañas de email marketing con las de social media, podrás crear campañas realmente atractivas para todo tu público al mismo tiempo que incrementas tus listas de contactos y tu base de datos.

Puedes realizar creatividades atractivas, con formularios segmentados para que sepas cuáles usuarios provienen de tus redes sociales, y después enviarles un email de agradecimiento con alguna promoción especial. Puede ser por ejemplo un 10% de descuento para aquellos usuarios que se suscriban a tu lista por medio de Facebook en su primera compra.





Una estrategia que puede funcionar para algunos ecommerce es **ofrecer muestras gratis o experiencias** por medio de tus campañas de eMail Marketing con el fin de lograr conversiones.

Si bien es claro que no todos los negocios pueden costear ofrecer muestras gratis de productos físicos, pero si vendes cursos, podrías ofrecer la primera lección gratis. O quizás tengas una concesionaria de coches, podrías ofrecer a tus suscriptores probar un modelo en específico, como promoción especial.

Puedes pensar qué tipo de experiencia puedes crear para tu público e integrarla en tu próxima campaña de eMail Marketing y con ello fidelizar más a tus clientes, además de aumentar tus ventas.





#### **Envíos gratis:**

Otra de las grandes motivaciones para los consumidores a la hora de realizar la conversión es el envío gratis. Si puedes darles ese servicio adicional (quizás solo por tiempo limitado al haberse suscrito a tu lista) podrás generar no sólo un mayor número de conversiones sino clientes fidelizados.

Es cierto que no todas las empresas pueden ofrecer envíos gratis, pero puedes optar por algún descuento en su lugar, en su primera compra. Si añades el factor de urgencia agregando que "sólo estará disponible por una semana" o el tiempo que tú consideres correcto podrías aumentar aún más las conversiones.





#### **Conclusiones:**

Es muy importante que no olvides que el eMail es una herramienta poderosa. Con ella podrás llamar la atención además de **generar el sentido de urgencia** con lo que podrás aumentar tus ventas en poco tiempo al ofrecer productos de última hora con disponibilidad limitada, por ejemplo.

Así, con una adecuada campaña de eMail Marketing para ecommerce podrás **comunicarte con tus clientes de manera efectiva**, llegando al público que realmente quiere saber sobre tu empresa y tus productos y servicios y lograr fidelizarlos por medio de contenido de valor adicional.

Podrás enviar tus novedades de manera personalizada y segmentada e integrar de manera global tus objetivos de marketing digital, utilizando otros canales como son las redes sociales para incrementar aún más tu alcance y tus objetivos al mismo tiempo que incrementas tu ROI sin aumentar en mayor medida tus costes.





¡GRACIAS!

MÁS INFO EN

WWW.MITTUM.COM

info@mittum.com

**MITTUM**