

👉 Ana Fernández de Casadevante



- Consultora de Marketing / Marketing Digital
- Emprendedora
- Consultoría externa en proyectos de apoyo y consolidación a cooperativas de Madrid



Helechos



Implicáte



Cronopios Idiomas



Andaira

[Creando Ideas](#)



<https://creandoideas.es/blog/>

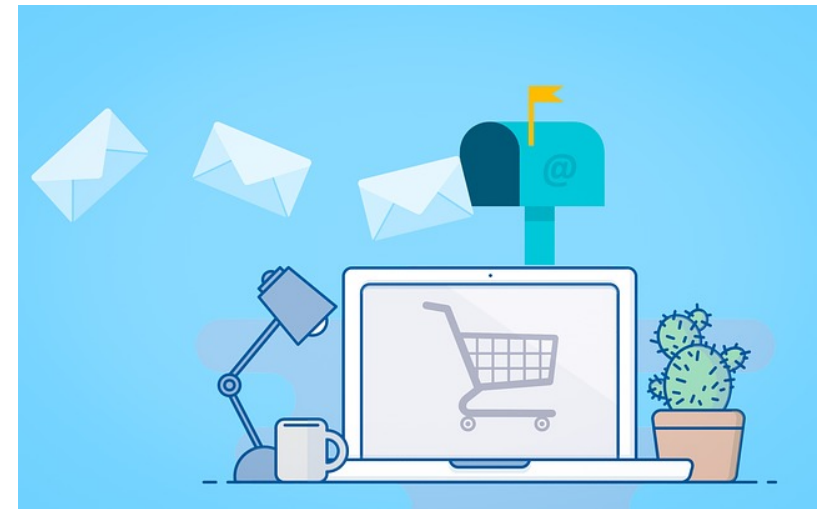


@creandoideasMKT

👉 Email marketing

Es la **estrategia** de marketing que utiliza el correo electrónico como canal principal para comunicar con los **usuarios** para promocionar los productos o servicios de una empresa o profesional y alcanzar otros **objetivos de marketing**.

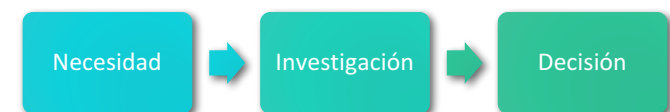
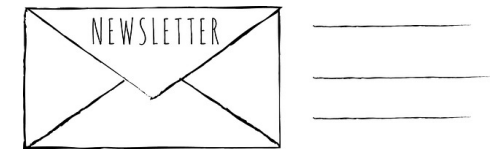
El email marketing es una de las estrategias de MKT más efectiva.



👉 ¿Para qué sirve el Email marketing?

El email marketing sirve para:

- ✓ Conectar con tus usuarios.
- ✓ Promocionar contenidos: artículos, eventos, etc.
- ✓ Promocionar productos y servicios.
- ✓ Dar visibilidad y valor a tu marca.
- ✓ Crear oportunidades de venta.
- ✓ Impulsar el avance del usuario en sus procesos de venta.
- ✓ Fidelizar clientes.
- ✓ Comunicar, informar y educar a usuarios.



Beneficios

Las **ventajas** de utilizar la estrategia de email marketing son las siguientes:

- Ayuda a construir **relaciones sólidas** con tus usuarios, ya que estarán informados de las novedades del sector, tus productos, tu negocio...
- Ayuda a desarrollar una **personalidad única** para tu marca, creando y manteniendo una voz, una imagen y un estilo único que el receptor percibirá con cada envío.
- Ayuda a **posicionarte como experto** en tu sector. Si en tus envíos incluyes contenido único y de calidad que ayuden a los usuarios y no solo info de ventas, estarás posicionándote como referente o alguien de obligada consulta.
- Ayuda a mantenerte siempre **en la cabeza del usuario**.
- Es un canal propio y una herramienta rápida, barata y que permite alcanzar a muchos usuarios a la vez.

👉 Email marketing vs Spam

- ✓ Email marketing **×** *Hacer Spam*
- ✓ Un email lanzado con una buena estrategia de Marketing puede acabar en la bandeja de no deseados *sin ser spam*.

Email marketing 👍

Spam 👎



Reglamento General de
Protección de Datos

EJEMPLOS

Patrocina el contenido con 50.0 USD* de publicidad gratis. [Patrocinar contenido](#)

Ana:

¿Sabías que puedes llegar a más personas aparte de a tus seguidores patrocinando los contenidos de tu empresa? Patrocina el contenido hoy mismo y llegarás a más profesionales de tu público meta con estos 50.0 USD* de publicidad gratis.

creandoideas

¿Quieres saber cómo las ?????? ? ?????? ?????? pueden aprovechar ?????? ?? ?????? para mejorar su ?????????????????? ? #seo #pymes <https://lnk.in/eZFtPxr>

Recomendar (1) · Comentar (0)

¡Prueba el Sponsored Content con 50.0 USD de publicidad gratis! *\$50 USD o su equivalente en moneda establecida de su cuenta

[Patrocinar contenido](#)

Promoción

Si no puedes ver el contenido correctamente, [pulsar aquí](#)

ALSA PLUS+

**AHORA QUE ERES SOCIO
DESCUBRIRÁS TODAS LAS VENTAJAS**

¡Te damos la bienvenida Ana!

En ALSA estamos muy felices de que hayas pasado a formar parte de nuestra familia.

Queremos agradecerte que te unes a nosotros y te informamos de todas las **ventajas** que tenemos para ti por ser **ALSAPLUS+**:

- ▣ Cambio y anulación de tu billete sin costes
- ▣ ¡Ahorrate los gastos de gestión!
- ▣ Hasta un 4% de descuento
- ▣ Consigue promociones exclusivas

[ACCEDE A TU ÁREA PRIVADA](#)

Síguenos en las redes sociales

Bienvenida

DIGITAL SECURITY
MAGAZINE.COM

Acceder a versión online 16-10-20

Optimus aporta su tecnología de megafonía y alarma por voz al Hotel María Cristina de San Sebastián

La instalación, que ha renovado parte de los sistemas de seguridad, cuenta ahora con un equipo de control certificado EN 54 de más de 2.000 W de potencia RMS, con más de cuatrocientos puntos sonoros del fabricante español, que también ha realizado un proyecto internacional... [+]

La joyería Davis Jewelers adopta los sistemas de Motorola Solutions para securizar sus instalaciones

Se ha instalado un conjunto de cámaras de Avigilon en la propiedad, junto con un intercomunicador de vídeo H4 y un servidor de montaje en rack NVR4. Con estas herramientas, el equipo puede capturar y archivar vídeo, además de aprovechar las funcionalidades... [+]

Newsletter

Hola Ana,

He notado que estás interesado en el tema de marketing inbound, ¡no sabes cuánto me alegra! Desde HubSpot hemos visto cómo, al implementar los principios de esta metodología, los negocios de todas las industrias y tamaños obtienen beneficios y crecen mejor.

Quería ofrecerte otro recurso gratuito que puede ayudarte: Nuestra [certificación de Inbound Marketing en HubSpot Academy](#).

Si tienes dudas sobre cómo aplicar la metodología en tu estrategia de ventas, marketing o servicio a cliente, puedo ayudarte. [Reserva una cita en mi calendario](#) y lo revisemos juntos.

Recibe un cordial saludo,



Calificación de Lead / venta

¿Cómo implantar Email marketing?

1. Los contactos y sus direcciones de email - Lista de correos
2. La herramienta
3. Los objetivos y las métricas
4. El calendario de Emails y la imagen (template): qué enviar, cuándo y a quién.
5. Las automatizaciones o secuencias
6. Los test A/B
7. Las integraciones
8. La protección de datos

👉 1. La lista de correos electrónicos

Es necesaria una lista de correos electrónicos que pertenecerán a los destinatarios de nuestras acciones email marketing.

¿Cómo conseguir los correos electrónicos?

- Landings y formularios de suscripción en web.
- *Lead magnet*: formulario web a cambio de algo: ebook, checklist, masterclass, guía completa para xxx, evento
- Campaña de Google o RRRSS (clientes potenciales o leads).
- Usuarios conocidos
- Investigación (directorios, linkedIn...)
- Bases de datos ¿?¿?¿?

EJEMPLOS

CURSO DE SEO GRATIS PARA PRINCIPIANTES



- Empieza a aprender SEO con las bases correctas y dale sentido a tus proyectos de verdad
- 12 clases donde aprenderás las bases del SEO, estrategias de SEO On Page, SEO Off Page y +
- ¡Empieza desde 0! Si quieres empezar, estás empezando o ya llevas tiempo y quieres repasar tus bases de SEO, este curso te servirá.

Ana afc7373@gmail.com

He leído y acepto el [aviso legal](#) y la [política de privacidad](#).

¡SÍ! DAME ACCESO



Suscríbete Gratis y Descarga mi eBook

Nombre
Email
 He leído y acepto la Política de Privacidad [info](#)

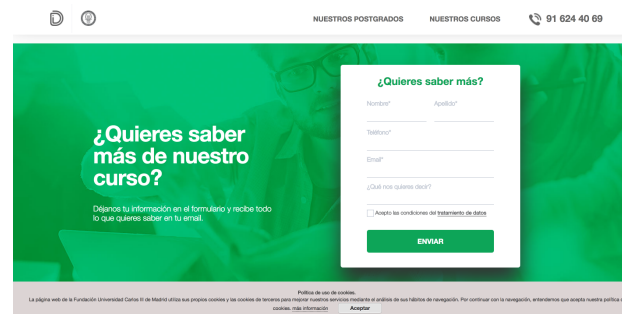
×

Únete a más de 40.000 personas que reciben gratis mis cursos y otros contenidos exclusivos.

Nombre sin apellidos

Escribe aquí tu email

¡APÚNTAME AHORA!



*¿Tenéis en vuestra web sistemas para capturar suscriptores?
¿Promocionáis esta capturas en vuestras redes?*

👉 1. La lista de correos electrónicos

Con todas estas direcciones tendremos la lista de correos: Una o más.

¿Qué datos son necesarios?

- Nombre
- Apellido
- Email
- Sector
- País, ciudad, interés... cualquier otro dato que se considere necesario conocer
- **Consentimiento** (RGPD)

Estos datos nos permitirán **segmentar** y **personalizar** los correos para tener más éxito en las acciones.



320 Contactos

Acciones Importar

Todos los contactos Mis contactos Contactos sin asignar + Agregar vista Todas las vistas

Buscar nombre, teléfono Propietario del ... Fecha de creación Más filtros Acciones de la tabla

| <input type="checkbox"/> | NOMBRE | CORREO | EMPRESA ASOCIADA | ETAPA DEL CICLO DE VIDA |
|--------------------------|---------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|
| <input type="checkbox"/> | M mariagabriela1801@gmail.com | mariagabriela1801@gmail.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | R rai_luqman@yahoo.com | rai_luqman@yahoo.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | M mcarmendiozano@gmail.com | mcarmendiozano@gmail.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | C comunicacion.reina@sjcuba.org | comunicacion.reina@sjcuba.org | Moving companies Baltimore | Lead |
| <input type="checkbox"/> | R rosallaereyes@gmail.com | rosallaereyes@gmail.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | E elenapardo98@gmail.com | elenapardo98@gmail.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | S skaldcraft@gmail.com | skaldcraft@gmail.com | .. | Lead |
| <input type="checkbox"/> | I ilagobermudo@gmail.com | ilagobermudo@gmail.com | .. | Lead |

Listas

Biblioteca de listas de contactos (4)

Biblioteca de listas de empresas (0)

Listas de contactos sin usar (0)

Todas las listas Carpetas Buscar listas... Filtrar por: Todos los creadores Todos los tipos

| <input type="checkbox"/> | NOMBRE | TAMAÑO | TIPO | ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN (GMT+2) |
|--------------------------|--|--------|--------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Leads interesantes | 6 | Activo | 20 de abr. de 2021 11:32 |
| <input type="checkbox"/> | Contactos educación | 0 | Activo | 20 de abr. de 2021 11:29 |
| <input type="checkbox"/> | Contactos educa... Detalles Más | 17 | Activo | 20 de abr. de 2021 11:26 |
| <input type="checkbox"/> | Contactos España | 14 | Activo | 20 de abr. de 2021 11:25 |

Clasificar a los miembros de la lista para poder hablarles y enviarles los mensajes adecuados.

Contacto / prospecto / lead / suscriptor / cliente

Cliente ocasional/ cliente recurrente

Suscriptores activos e inactivos

Colegios: con huerto - sin huerto; interesado en talleres; bilingüe...

Administraciones: ayuntamientos, ayuntamientos colaboradores

Instituciones

No interés (fuera de nuestro ámbito de cobertura, es competencia...)

- ✓ Cada usuario está en una fase del ciclo de compra, por lo que los mensajes y las acciones deberán ser acordes a la fase en la que el cliente esté.
- ✓ Establecer una metodología para que la lista crezca: prospección, promociones, ofertas...
- ✓ Depurar la lista con algún sistema para **borrar** aquellos contactos que no han interactuado en X meses.
- ✓ Altas en listas (suscripciones) con Doble Opt in (confirmación del registro).

EJEMPLO

Hola María,

Como directora de **colegio Rubén Darío** *centro bilingüe* y concienciado en la enseñanza a sus alumnos valores de conservación del medio ambiente y el amor por la naturaleza, xxxxx

Te presentamos el nuevo taller de “Cómo plantar verduras ecológicas para hacerte una ensalada rica y sana” destinada el alumnado de primaria en inglés.

Este taller que lanzamos hoy, permitirá a los niños y niñas de tu centro aprender inglés mientras realiza una actividad al aire libre y de una manera lúdica.

¿Quieres saber cómo lo hacemos?

Reserva aquí un hueco y te lo contamos

Bla, bla, bla

2. La herramienta

¿Cuál es la mejor herramienta para implantar una estrategia de Email Marketing?

No hay una respuesta exacta.

- ¿Cuántos contactos? (Audiencia)
- ¿Cuántos envíos mes?
- ¿Qué funcionalidades necesitas? ¿Todo en uno?
- ¿Quieres integrarla con CRM, WordPress u otros?
- ¿Gratis o de pago?

👉 2. La herramienta

Las herramientas más populares son:

- [Mailchimp](#)
- [Mailrelay](#) (hasta 75.000 envíos gratis mes)
- [Mailjet](#) (hasta 6.000 email mes)
- [GetReponse](#) (Incluye CRM)
- [Aweber](#)
- [MailPoet](#) (Pluggin de WordPress)...
- [Active Campaign](#), [Acumbamail](#), [Benchmark Email](#)...

💡 Consejo

Empieza por una solución sencilla y gratuita (Mailrelay o Mailchimp) y si lo necesitas (volumen o automatizaciones) pasa a Active Campaign, Infusionsoft ... (una herramienta con CRM incluido).

👉 3. Los objetivos y las métricas

Define los objetivos de las acciones de email marketing y las métricas a controlar para conocer si se han alcanzado los objetivos.

Objetivos:

- Conseguir nuevos suscriptores
- Conseguir asistentes a un evento
- Conseguir oportunidades de venta
- Vender un determinado producto
- Conseguir donaciones
- Conseguir que más ventas por campaña
- Conseguir nuevos clientes...

👉 3. Los objetivos y las métricas

Métricas 📧 :

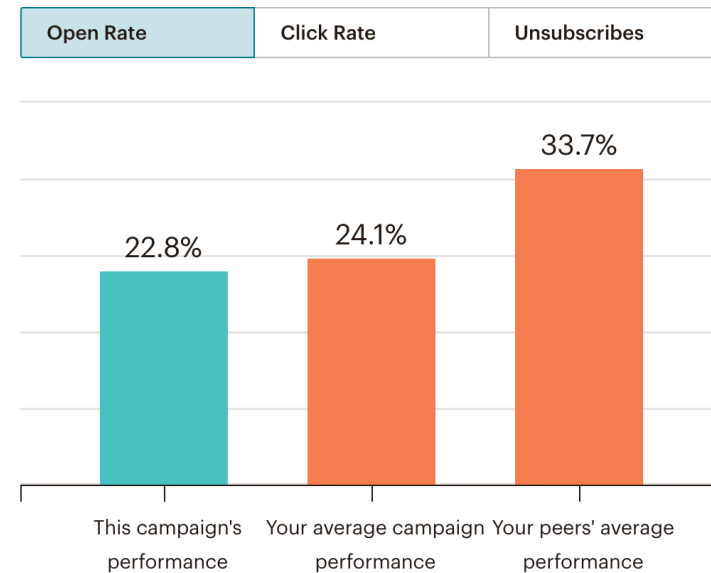
- Ratios de entrega y % de rebote
- Ratio de apertura
- Ratio de clics (CTR)
- Ratio de suscripciones canceladas

Métricas 📈 :

- Nº suscriptores
- Tasa de conversión
- Coste de adquisición
- Retorno por email (importe de campaña/número de emails)...

Conocer las estadísticas del sector para compararnos.

How your email campaign compares



👉 4. Email y envíos

Definir qué vamos a enviar, cuándo se va a realizar el envío (día y hora) y a quién se va a contactar (segmento).

Tipos de envíos (¿Qué?)

- Newsletter o boletines de novedades.
- Campañas productos o servicios, promociones, descuentos...
- Promoción y seguimiento de eventos (webinars, ferias virtuales, inauguraciones, estrenos, etc.)
- Campañas de referencias (*si un amigo tuyo se da de alta...*)
- Campañas de recogida de feedback (opiniones, encuestas).
- Emails transaccionales: de bienvenida, confirmación, gracias.
- Emails de seguimiento al detectar interés (visita web)
- Emails de prospección (frio)
- ...

👉 4. Email y envíos

Calendario de envíos:

- Boletines: cuántos se van a enviar al mes y cuándo se van a enviar.

Mensual, cada quince días, todas las semanas...

Martes y Jueves son los mejores días para enviar emails ([Mailjet](#))

Mejor hora : 10.00h de la mañana y de 15:00h a 16:00h

- Las campañas, promociones y eventos: identifica cuántos correos se van a enviar y en qué momento. Secuencia propuesta:

Lanzamiento

+ 3 días seguimiento

+ 5 días sin interacción otro seguimiento...

👉 4. Email y envíos

- Emails bienvenida a nuevo suscriptor o a nuevo cliente. Secuencia: de manera inmediata, un día después (*post mas populares*), cinco días después (*recurso o caso de éxito de su interés*)...

Destinatarios

- Emails masivos
- Emails a un determinado **segmento/grupo**. Ejemplos:
 - Interesados en marketing
 - De Sevilla
 - Que no han interactuado con la web en X días
 - Que no han abierto el email anterior
 - Que han comprado el producto Y...

👉 4. Email y envíos

La imagen

La plantilla que utilicemos en todos los emails enviados debe ser acorde a nuestra imagen corporativa:

- Logo
- Colores
- Tipografía
- Perfiles sociales
- Dirección de correo

A través del email se debe transmitir una imagen de marca sólida.

Diseñar o definir una plantilla y utilizarla siempre.

EJEMPLOS



¡AÚN NO SE HA REGISTRADO LA VALORACIÓN DE TU ENTREGA!

Hola,

Tu opinión es muy importante para mejorar el servicio que ofrecemos y solo te llevará unos segundos rellenar el formulario de satisfacción. Haz clic en el siguiente enlace para dejar tu opinión:

[Valorar mi entrega](#)

OFERTAS



20% DESCUENTO EN TU PRIMERA COMPRA

Introduce el código siguiente:

alta08184

[CANJEAR CUPÓN](#)

* No válido para productos en promoción ni de la categoría Outfit Würth.

¡NO TE PIERDAS LAS ÚLTIMAS NOTICIAS DEL BLOG!

- GAFAS DE PROTECCIÓN**
Diseño moderno y deportivo. ¡Ajuste excepcional y gran ligereza!
[LEER MÁS](#)
- THERMOACUSTICAL**
El mortero que marca la diferencia!
[LEER MÁS](#)
- PUERTA PROTECT. ANTIPOLVO**
¡La puerta protectora antipolvo más eficaz!
[LEER MÁS](#)



👉 4. Elementos del Email

ENCABEZADO

- Nombre y correo del **remite**nte: poner un nombre que el usuario reconozca. Ejemplo: tu marca.
- **Asunto**: es el primer gancho para hacer clic y que el usuario lo abra.

Atractivo y convincente
Sorpresa/curiosidad
Urgencia (oferta/evento)
Personalizado
Con emojis

Recomendado < 50 caracteres

Asunto
👉 ¡Lo mejor de la semana!

Vipul Bansal
🕒 2 days to go for the webinar!

Javier Barros
Ana, ¿Cansado de comprar cursos y no terminarlos?

👉 4. Elementos del Email

ENCABEZADO

- **Dirección de respuesta:** La dirección de respuesta debe estar activa y tener capacidad para recibir correos de usuarios. Si un usuario contesta y la dirección está saturada o bloqueada se frustrara.
- **Preencabezado:** poner un texto corto que de idea de lo que va el correo. Son las primeras frases del email y deben apoyar y complementar el asunto.

Clubrural

13:17

8 casas rurales con actividades para no aburrirte

Encuentra las mejores casas con actividades aquí 8 casas rurales con actividades para no aburrirte Aunque normalmente las casas rurales están...

👉 4. Elementos del Email

CUERPO

- **Textos:** Claros, convincentes, personalizados. El mensaje debe dirigir al usuario a realizar la acción deseada. Realizar preguntas para agilizar el ritmo.
- **Imágenes:** Atractivas, con el tamaño y peso adecuados (pensar en en móvil)
- **Llamada a la acción (CTA):** está vinculado al objetivo de la campaña y a la acción deseada. Dependerá también del tipo de usuario o del momento del ciclo del compra en el que esté.

En newsletter pueden existir varios CTA, pero ojo ya que si se incluyen muchos, el usuario no sabrá cuál elegir.

👉 4. Elementos del Email

PIE DE PÁGINA

- **RRSS:** aprovecha para invitar al usuario a que te siga en las RRSS.
- **Contacto:** Todas las formas de contacto posible: web, dirección, teléfono, email...
- **Cambio de preferencias:** dar la opción de cambiar sus condiciones de suscripción: periodicidad, temas, notificaciones, etc.
- **Darse de baja:** explicar al usuario cómo puede darse de baja de la suscripción y adjuntar el enlace.

También se puede incluir la política de privacidad, condiciones de compra u otra información legal de interés a favor de la transparencia.

EJEMPLOS



EL NUEVO HOTEL 4* DE PORTAVENTURA TENDRÁ SISTEMAS EN54 DE LDA

El nuevo hotel de 4 estrellas Colorado Creek de PortAventura ofrecerá a sus huéspedes el máximo confort y seguridad gracias a los sistemas de megafonía y evacuación por voz EN 54 de LDA Audio Tech que se han integrado en sus instalaciones.



Los ingenieros de Soporte de LDA han asistido en todo momento a la instalación del sistema y han trabajado de manera conjunta con el cliente para ofrecerle todo el soporte necesario para una correcta puesta en marcha. [Seguir leyendo >>](#)

Noticias LDA



FORMACIÓN PARTNERS EN LDA MÁLAGA

Profesionales de la distribuidora Caspar acudieron a la sede central de LDA para asistir a un curso sobre megafonía y evacuación por voz EN 54. [Leer más](#)



NUEVA INCORPORACIÓN AL EQUIPO DE SOPORTE

Nuestro departamento de ingeniería y soporte de LDA Audio Tech se reafirma con Angel Arias, ingeniero industrial especializado en diseño. [Leer más](#)

¿Quién dijo pequeño? EL SISTEMA DE MEGAFONÍA Y EVACUACIÓN POR VOZ MAS COMPACTO Y COST-EFFECTIVE DEL MERCADO

Guardar

PULL&BEAR



10%

Bienvenido a Pull&Bear!

Te regalamos un 10% de descuento en tu primera compra usando el siguiente código:

PBWELC19PXZ

QUIERO USAR MI DESCUENTO*

*10% válido durante 7 días para compras superiores a 999 MÓN. No acumulable a otras promociones ni colecciones especiales.




Si no desea seguir recibiendo nuestros correos, puede solicitar la baja [aquí](#). Este mensaje puede contener información privilegiada y/o confidencial, estando prohibida su reproducción, difusión, reenvío o cualquier uso no autorizado. Si ha recibido este mail por error, notifíquelo por favor a support@ready4social.com y borre su contenido.

Si quieres que tu **estrategia de Email** sea **un éxito**, tus emails deben ser:

- **Personalizados**, no publicitarios.
- Despertar la **curiosidad** del usuario para que destaque y lo abra en cuanto llegue.
- **Interesante** hasta el final para que el usuario lea hasta la última letra.
- **Aportar valor y útil** para el destinatario.
- Conseguir que el usuario **realice la acción** deseada.
- Adaptado a **móvil**.

👉 5. Las automatizaciones y secuencias

Automatizaciones son campañas (acciones) que disparan automáticamente cuando sucede algo:

- Campañas de bienvenida: nuevo suscriptor, nuevo cliente, etc.
- Compartir contenido del blog mediante RSS.
- Felicitaciones por el cumpleaños de un usuario, años de antigüedad como cliente, etc.
- Compensas para buenos clientes, seguimiento de carritos abandonados, ventas cruzadas, etc.
- Cuando a un contacto se le califica de alguna manera o se el etiqueta de alguna manera.
- Un usuario que ha visto un anuncio de Facebook Ads o de Google Ads.

👉 5. Las automatizaciones y secuencias

Una secuencia, flujo o embudo son una cadena de emails que se lanzarán de manera automática cuando suceda una determinada acción.

Ejemplo:

- Envío newsletter con info de un descargable gratis
- Si se lo descarga le pongo una etiqueta y digo que a los 3 días le envíe un correo de un micro curso de 3 días de pago.
- Si no hace clic le digo que a los 5 días le mande un correo con "últimas plazas"
- Si no hace clic a las semana le mando otro con un "1000 personas ya se han apuntado al curso...."

En las secuencias todo está pensado y preparado para que el usuario convierta.

Hola Ana,

He notado que estás interesado en el tema de marketing inbound, ¡no sabes cuánto me alegra! Desde HubSpot hemos visto cómo, al implementar los principios de esta metodología, los negocios de todas las industrias y tamaños obtienen beneficios y crecen mejor.

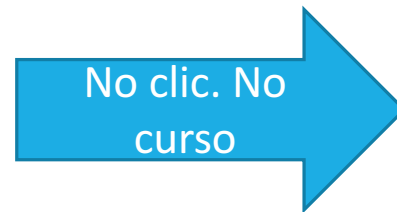
Quería ofrecerte otro recurso gratuito que puede ayudarte: Nuestra [certificación de Inbound Marketing en HubSpot Academy](#).

Si tienes dudas sobre cómo aplicar la metodología en tu estrategia de ventas, marketing o servicio a cliente, puedo ayudarte. [Reserva una cita en mi calendario](#) y lo revisemos juntos.

Recibe un cordial saludo,



Recurso gratis: certificación



Hola Ana,

Espero que todo vaya bien con la implementación de tu estrategia inbound. Quería conectarme contigo rápidamente a través de este correo para compartir un [hilo de comentarios en nuestra comunidad](#) que puede serte útil. Se trata del modelo circular y su impacto en compañías que están usando inbound para crecer. Tiene varias preguntas frecuentes, así que puede ayudarte a aclarar dudas.

Si encuentras que hay un tema específico que quieres discutir con nosotros y no está en el hilo, no dudes en [reservar una cita en mi calendario](#) para que lo revisemos juntos. Estoy a tu servicio.

Gracias por tu tiempo, que tengas un gran resto de día,



Comentarios comunidad: otro tema de interés

CTA : agendar una reunión

👉 6. Los test A/B

Sirven para descubrir que tipo de correo funciona mejor con tu audiencia: correo A vs correo B.

Se lanzan dos variantes de un mismo correo y luego se analizan sus resultados.

- Cambiar el color del CTA
- Cambiar una foto
- Cambiar el asunto.
- Cambiar el texto del CTA...

Así se va probando y aprendiendo sobre los aspectos que mejor se comportan del email.

Algunas herramientas no incluyen estas pruebas en sus planes gratuitos (*Mailchimp* no lo incluye).

7. Las integraciones

Es habitual que las herramientas de correo electrónico se integren con otras aplicaciones digitales, como son las siguientes:

- Con WordPress, Drupal – formularios.
- Con Woocommerce, Drupal Commerce, Prestashop, Magento- compras, carritos abandonados, etc.
- Con Evenbrite - Eventos
- Con Survey Monkey – Encuestas
- Con CRMS – HubsSpot, Zoho, SugarCRM...

Al integrarlo con un CRM ves toda la gestión del cliente desde una única ventana.

- Con las cuentas publicitarios de Facebook y Google

👉 8. La protección de datos

Reglamento General de Protección de Datos

- Europa o datos de ciudadanos europeos.
- Recoge solo los datos que necesites.
- Bórralos siempre que el usuario te lo pida.
- Solicita el consentimiento SIEMPRE y utiliza los datos SOLO para lo que te da el consentimiento.
 - No puedo mandar info comercial a un usuario que no me ha dado el consentimiento para hacerlo.
 - No puedo mandar el boletín de noticias si no tengo el ok del usuario

8. La protección de datos

Ejemplo:

1. Un usuario que rellena el form de contacto y te hace una consulta, salvo que rellene la casilla expresamente NO podrás enviarle el boletín de noticias.
2. Un usuario que se descarga un ebook solo te da el permiso para ello (al poner el check de acepto ...) pero NO para enviarle ofertas comerciales.

EJEMPLOS

Acepto política del restaurante, política de protección de datos y condiciones legales

Doy consentimiento para recibir información del restaurante por e-mail y SMS

- Acepto los [Términos y condiciones](#) y la [Política de privacidad](#)
- Envíenme noticias, eventos y ofertas exclusivas de SEMrush

PROTECCIÓN DE DATOS

Responsable: Centro Publicidad Electrónica de España, S.L.

Finalidad: Atender su consulta y remitirle información relacionada

Destinatarios: No se cederá a terceros

Derechos: Tiene derecho de acceso, rectificación y cancelación de los datos.

NOTICIAS Y NOVEDADES

Mantente informado sobre las novedades editoriales y las noticias de actualidad relacionadas con temas sociales, educativos, políticos, etc.

¡Apúntate al boletín de noticias!

NOMBRE

EMAIL

He leído y acepto la política de privacidad

Acepto el envío de comunicaciones comerciales

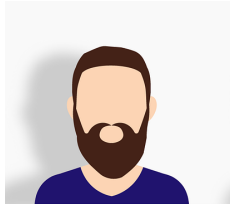
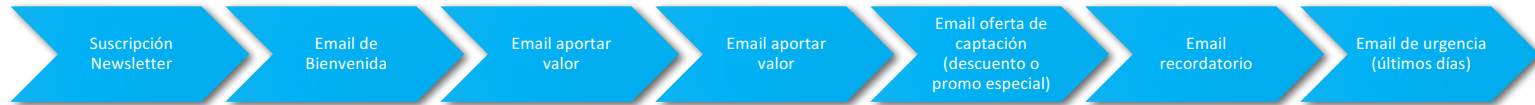
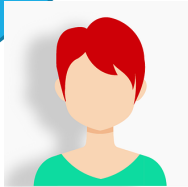
SUSCRIBIRSE

Información básica sobre Protección de datos
Responsable: EDITORIAL POPULAR, S.A.
Finalidad: Enviarte el boletín de noticias con las novedades editoriales y las noticias del sector.
Legitimación: Tu consentimiento, es decir, que estás de acuerdo.
Derechos: Tiene derecho de acceso, rectificación, supresión, limitación de tratamiento, u oposición al tratamiento, así como el derecho a la portabilidad de los datos
Información adicional: Disponible la información detallada sobre la Protección de Datos Personales y política de privacidad de este sitio web.

👉 Consejos implantar campañas de email marketing exitosas

1. Una **lista de correos** de buena calidad, bien mantenida.
2. Haz **campañas segmentadas** dirigidas a un determinado tipo de contactos.
3. Conoce bien la **problemática** de dichos contactos y los **beneficios** que aporta tu producto o servicio.
4. **Personaliza** los emails, piensa en que estás hablando a una persona en concreto y ofrécele contenido de **valor**.
5. Utiliza un buen servidor web y evita que tu correo acabe en spam.
6. Cuida el texto del asunto e incluye un buen **CTA**.
7. Asegúrate de que cada mail tenga un **único propósito** y que este quede claro.
8. **Integra**, conecta todo (*lo que puedas*) y analiza los resultados.

EJEMPLOS



José se ha descargado un ebook gratis.

Espero 4 días y le envío mail solicitando su opinión y ofreciéndole un producto de pago.

“...Hola José, espero que estés bien, hace unos días te descargaste.... Confío en que te haya gustado... después de ayudar a colegios como el tuyo me he dado cuenta que... si tienes un minuto echa un vistazo a este taller sobre xxx a ver si te encaja... ” (con link a landing de este nuevo taller). ”

Si no hace click, lo refuerzo con publicidad de Facebook Ads.

Si hiciera click en el anuncio, luego le mandaría otro email con un cupón de descuento para incentivar la venta.

Gracias por tu atención

CREANDO IDEAS

Ana Fernández de Casadevante

ana@creandoideas.es

+34 627 463 404