

Guía para aumentar tus ventas usando estratégicamente el correo electrónico (e-mail)



email
marketing

¿Qué es el email marketing y por qué es tan importante para tu negocio?

El mailing es una palabra anglosajona que su significado a *grosso modo* significa “**hacer marketing por correo electrónico**”. Consiste en realizar el envío de multitud de correos electrónicos a una serie de suscriptores.

El **marketing por email**, o también llamado **marketing por correo electrónico**, es una de las acciones claves para mejorar tus ventas online y de las más efectivas dentro del amplio mundo del Marketing Digital.

La lista de suscriptores es el activo nº 1 de un negocio que vende online. Un suscriptor es un futuro comprador de tus productos y servicios. Hasta ahí la historia está más que clara.

El problema viene después, con lo que tienes que hacer cuando ya tienes a tus suscriptores en la lista de correo. El reto está en convertir a esos lectores en clientes. Y ahí es donde entra en juego el email marketing.

El valor del email marketing está en que es una herramienta que **nos permite establecer una relación genuina con nuestros suscriptores de forma sencilla.**

¿Qué NO es email marketing?

Como siempre, hay gente que piensa que en cualquier estrategia todo vale. Personas que piensan que aportar valor es intentar endosar a sus lectores todos sus productos. Da igual que sean buenos o no, ellos solo quieren su dinero fácil. ¿Y tú crees que eso es aportar valor? Ni de broma. por eso, no confundas el email marketing con:

- **SPAM:** mandar emails comerciales sin ton ni son. Aquí ya sí que da igual todo. El SPAM es intentar vender por pesadez y machaconería. Son los que juegan a conseguir ventas por suerte

y por la ley de la probabilidad. “Si mando 10.000 correos, alguna venta a la fuerza me caerá”.
Absurdo.

Que un lector te dé su email no implica que te conviertas en un robot sin alma. Al contrario, ese gesto de confianza que ha tenido contigo deberías pagárselo ofreciéndole aún mejor contenido. Y como no, también contenido vip: información a la que solo puedan acceder los suscriptores.

La diferencia entre querer vender vía email y querer hacer marketing usando el mismo canal es sencilla de entender: en el segundo caso existe un estudio previo, conocemos a los destinatarios de los mensajes, sabemos lo que quieren, cuándo lo quieren y cómo lo quieren, y por eso le estamos enviando un email con el producto. No jugamos a las estadísticas, no realizamos números del tipo: si envío 3 millones de emails y un 0,001% compra, ya vale la pena... no, **en email marketing eso es un fracaso.**

Para hacer email marketing es necesario **segmentar**, y es necesario tener práctica para hacerlo correctamente, es necesario conocer perfectamente el sector en el que estamos trabajando para poder garantizar que existe interés en el contenido que estamos enviando, y ese **interés** se mide a partir de las variables con las que estamos acostumbrados a trabajar en el mundo del email marketing: Si abren nuestros correos, si hacen clic en los enlaces, si responden a los emails que les enviamos, si se mueven a otras carpetas, si se marca como correo no deseado, si se tarda mucho en la lectura del email...

Ventajas del Marketing por correo electrónico

Beneficios del email marketing para tu empresa

Económico

Uno de los principales beneficios del email marketing es que tiene un costo bastante económico si lo comparamos con otros canales de comunicación. Hoy en día cualquier negocio (por muy pequeño que sea) tiene la posibilidad de hacer email marketing. Y es que, existen muchas herramientas de email marketing que permiten incluso crear una cuenta gratuita y hacer envíos masivos de correos electrónicos.

Accesible

Otra de las ventajas que tiene utilizar el email marketing es su accesibilidad, ya que los correos electrónicos se pueden leer en cualquier dispositivo (PC, portátil, tableta, móvil). Según un reciente estudio de Google, el 51% de todos los correos electrónicos enviados se abren desde los dispositivos móviles.

Es importante que la lectura del mensaje sea cómoda y amena para los usuarios, ya que no es lo mismo leer en un móvil que desde un computador de escritorio.

Eficaz

Encima de tener coste tan económico, otro beneficio del email marketing es su gran eficacia porque este canal es 40 veces más efectivo que las redes sociales. Actualmente no existe ningún otro canal que pueda superar la eficacia y rentabilidad que tiene el email marketing. Sin embargo, para conseguir retorno de la inversión en tus campañas será necesario tener una estrategia de email marketing triunfadora.

También será de vital importancia disponer de una base datos cualificada, porque así los resultados obtenidos serán mejores. Debes tener en cuenta que la calidad es más importante que la cantidad.

No basta con tener una lista de 50.000 contactos, si luego abren tu mensaje solamente un 10%.

Personalizable

El email marketing es una canal de comunicación que ofrece la posibilidad de personalizar los envíos masivos de correos electrónicos. Hoy en día si quieres tener éxito con tus campañas de email marketing deberás enviar mensajes que sean muy personalizados.

Las dos elementos claves para una campaña de email marketing que siempre debes aplicar son:

- Utilizar el nombre de la persona destinataria
- Ofrecer contenido en base a sus preferencias.

Medible

Otro de los beneficios del email marketing tan apreciados es la rapidez que tienes para la medición de los resultados. Y es que, las principales herramientas de email marketing ofrecen reportes en tiempo real de tus campañas enviadas.

Como en cualquier estrategia de marketing digital, es fundamental hacer una medición de los resultados obtenidos para luego tomar decisiones y optimizar tu estrategia.

Tráfico

Por último, otros de los grandes beneficios del email marketing es que permite aumentar el tráfico del sitio web. Si por ejemplo, envías una campaña a 10.000 contactos y tienes una tasa de apertura del 40% o 50%, podrás conseguir entre 4.000 y 5.000 visitas.

En el caso de enviar una campaña promocional deberás tener en cuenta que solamente el 1% o 2% terminará comprando el producto o servicio.

Así que, deberás esforzarte por conseguir la mayor tasa de apertura posible. Será fundamental redactar un Asunto del mensaje que sea cautivador, y superar los filtros antispam para no llegar a la carpeta de correo no deseado.

5 pasos para escribir un e-mail que venda.

Vender no tiene nada que ver con la tecnología sino con las personas. La tecnología es un medio pero lo que realmente marca la diferencia es tu mensaje.

Vender es el resultado de establecer relaciones de mutuo beneficio. Para ello escribir un email puede llegar a ser tu mejor aliado.

A continuación te mostraré una serie de 5 pasos compartidos por Milrelay en su blog y que te ayudarán a redactar tus primeras campañas de una manera sencilla, funcional y enfocadas en resultados.

Paso 1 - Establece un objetivo claro con tu campaña antes de escribir un email.

En los negocios nada se ejecuta de forma aleatoria, improvisada o sin programar. El tiempo, esfuerzo y dinero juegan en tu contra y lo que **no** está planeado o no puede medirse, es igual que andar a ciegas.

Esto mismo ocurre con tus campañas de emails. Nunca ... repito ... nunca debes escribir un email y mandarlo a tus potenciales clientes sin haberte hecho una pregunta previa:

¿Qué acción quiero provocar AHORA en mi potencial cliente con el envío de esta campaña de email?

¿Quieres promocionar un producto o servicio y que lo compren?

¿Deseas aportar valor anunciando algún artículo, noticia o asunto de interés aumentando tu credibilidad y autoridad en el mercado?

¿Tu objetivo es educarlos para reducir las posibles objeciones que puedan aparecer en su mente a la hora de comprar lo que ofreces?

Nunca debes mandar una campaña sin haberte hecho esta serie de preguntas.

Querer promocionar un producto y anunciar un nuevo artículo no pueden ir juntos al escribir un email.

Si ofreces demasiadas opciones a tus potenciales clientes estos acabarán por no hacer nada ya que le has provocado tener que decidir; algo que a todos nos cuesta energía y acabamos dejando para otro momento.

La mente humana en la venta es previsible. Día a día sabemos que mueve a tu prospecto a que compre o no. Una de las conclusiones a las que las investigaciones ha llegado es que a nadie le gusta pensar ... demasiado. Pónselo fácil y céntrate en un único objetivo.

Paso 2 - Garantiza que tu potencial cliente abra tu email

Diariamente se mandan **180.000 millones de emails en todo el mundo**. Tu potencial cliente puede recibir una media de **60**. Dentro de los cuales está el tuyo.

Día a día acaba su buzón saturado por lo que es de suma importancia que tu asunto destaque del resto.

¿Cómo? – te preguntarás.

Para ello tendrás que mentalizarte y grabar en tu cabeza que ... el único objetivo de tu asunto de email es **GARANTIZAR SU APERTURA**. Punto.

Tendrás que hacer uso de tu creatividad al escribir un email, aquí no me refiero a originalidad sino a un asunto efectivo.

Si logras detectar que el asunto “A” tiene mayor índice de aperturas frente al asunto “B” éste primero será el ganador aunque sea el menos original a tus ojos. Aquí tu opinión no cuenta únicamente la de tu cliente.

Recuerda que no quieres ganar premios a la originalidad sino ventas y clientes.

¿Cómo es un asunto de email de apertura garantizada?

No obstante si durante meses has aportado valor a tus potenciales clientes presentándole soluciones alineadas con sus necesidades llegará un momento que casi no lean tu asunto y solo vean el remitente de ese mensaje: tu empresa.

Es lo mismo que cuando recibes un email de alguien a quien estimas. Da igual lo que ponga en el asunto; acabarás abriéndolo porque sientes cercanía con esa empresa o persona.

No obstante tu asunto debe ser diferente al resto de los demás emails que tu prospecto recibirá. Apela a la curiosidad. Somos seres curiosos por naturaleza.

“La primera y la más simple emoción que descubrimos en la mente humana es la curiosidad.”

Edmund Burke

Paso 3 - Al escribir un email redacta un cuerpo enfocado en sus preocupaciones y anhelos

Como sabes las relaciones comerciales son relaciones humanas basadas en la confianza, respeto y credibilidad.

Para sembrar una excelente relación comercial con tu potencial cliente no puede basarse en puro mercadeo sino que debe haber una cierta empatía con sus problemas y sus anhelos.

Somos personas, no lo olvides, y como tal nos abrimos a aquellos que se acercan de forma natural a nosotros escuchándonos, comprendiéndonos y poniéndose en nuestro lugar.

Tu comunicación por email debe ser igual. Bajo ninguna circunstancia puede basarse en puramente vender sino que debes transmitir lo mucho que tu potencial cliente te importa.

Nos encanta comprar pero odiamos que nos vendan.

Esto únicamente lo conseguirás cuando te centres en solucionarle su vida y lo plasmes con palabras.

Tu comunicación debe ser respetuosa pero cercana, de tu a tu o de tu a usted pero siempre suficientemente conversacional para que tu potencial cliente sienta que son sus problemas y anhelos los que están reflejados en ese mensaje.

Cuenta tu historia, la de tu prospecto, haz que desee recibir tus emails y te garantizo que te llamará para solicitar más información de tus productos y servicios.

Muéstrale su problema urgente que le hace perder el sueño, agítalo, llévalo al extremo y preséntale los beneficios de tu propuesta.

Te aseguro que tu potencial cliente hará lo que te has propuesto ... que éste pase a la acción. Sin dudar.

Tu cliente antes de comprarte debe sentir que es tu amigo y a los amigos se les escucha y ayuda. **Las ventas te llegarán solas.**

“Acércate lo más posible a tu cliente. Tan cerca, de hecho, que puedas decirles lo que necesitan mucho antes de que se den cuenta por si mismos.” Steve Jobs

Paso 4 - Haz que pase a la acción AHORA

Recuerda que al principio de este artículo te mostraba que el único objetivo de tu campaña de Email es hacer que tu potencial cliente tome una acción determinada AHORA.

Para ello tendrás que indicarlo claramente.

Cuando quieres inducir a alguien a que tome una acción determinada debes indicarlo sin presuponer que esa persona sabe lo que tiene que hacer porque no es así.

Aquello que no indiques no se hará. Además deberás dar una razón poderosa para hacerlo.

Por eso es importante que los enlaces que adjuntes en tu cuerpo de email tengan un claro llamado a la acción para llevarlos a tus páginas de venta, productos, artículos, vídeos.

Sea lo que sea el objetivo que te hayas establecido.

Estos pueden ser tan simples como:

Haz clic ahora en el enlace para ir al artículo >>>

O simplemente recordarles que tu promoción acabará en 24 horas:

No te pierdas esta oferta limitada de 100 unidades. Solo por 24 horas. Haz clic aquí ahora >>>

Indícalo claramente. Aquí la originalidad puede ir en tu contra.

“Las grandes ideas en marketing suelen ser las ideas simples”. David Ogilvy

Paso 5 - Culmina tu email con un recordatorio de lo que puede perder o ganar

El último paso dentro de la fórmula para escribir un email que venda será crear tu último argumento de empuje hacia el clic en tus enlaces.

Es lo que llamamos una pos-data y se coloca al final de cada email tras la despedida.

Existen múltiples formas de crear poderosas pos-datas. Una de ellas podría ser apelar al problema urgente que tu potencial cliente desea superar combinado con aquello que perderá si no toma la acción ahora.

P.D. No permitas que los dolores de espalda te condicionen tu vida social. Recuerda que esta promoción de lanzamiento solo estará disponible durante 24 horas. Haz clic para más información.

Estas posdatas son ampliamente utilizadas en las campañas de respuesta directa por correo ordinario. Se ha comprobado que son eficaces también en los emails por lo que no deberías perder la oportunidad de utilizarlas.

Títulos que nunca fallan

A continuación compartimos un listado que Carlos cerezo de academiadetrafico.com ha compartido y que según sus estadísticas tienen el mayor porcentaje de aperturas. Es una guía de referencia para construir nuestros propios título.

Pero antes veamos algunos elementos que hacen efectivos los títulos de los correos y que tienen que ver con la psicología de los usuarios de internet.

Los 8 elementos que se encuentran en todos los títulos de emails efectivos

Interés

La idea es que la persona cuando vea en su bandeja de entrada esa frase sienta que le estás hablando directamente a él. Le estás diciendo que conoces su problema o su necesidad y que le estás ofreciendo una solución si abre este e-mail.

Curiosidad

Todas las personas son curiosas de manera natural. Al contrario de hablarle directamente al prospecto vamos a hablarle de manera indirecta de forma en que “necesite ver lo que hay del otro lado” una vez que haga clic y abra ese e-mail. Te recomiendo no abusar de este tipo de correos, por que perderás credibilidad si todo el tiempo estás enviando este tipo de e-mails.

Regalo

A todo el mundo nos encanta recibir regalos y a tu lista también le gusta, por lo que puedes ofrecer un libro gratis, una prueba gratuita de un software, una muestra gratis de tu producto.

Urgencia

Decir a tus prospectos que deben de abrir este e-mail “ya” o perderán algo. Lo mismo que en el tema de la curiosidad. No debes de abusar de este tipo de títulos, ya que puedes perder su efectividad.

Humano

Puedes compartir alguna situación muy personal, para hacerles saber que eres una persona común como lo son ellos. Es importante que sepan que hay una persona detrás de los productos que estás vendiendo

Pruebas sociales

Este punto es muy importante ya que contiene también el punto de curiosidad que necesitan tus prospectos para ver qué es lo que opinan otras personas de tus productos o servicios.

Noticias actuales

Las personas especialmente las que llevan tiempo en tu lista reaccionan muy bien a noticias actuales que están relacionadas con tu producto o tu servicio. Mantente atento a lo que está pasando y ve de qué manera lo puedes relacionar con lo que vendes.

Cuenta historias.

Este es otro tema que está relacionado con la curiosidad y la credibilidad. Puedes contar tu historia o la historia de alguna persona que esté utilizando tu producto o servicio.

99 títulos que van a hacer que tu lista de contactos abra más tus e-mails

- 1) Prueba extraña para generar tráfico – CURIOSIDAD
- 2) Copia y pega estos e-mails que venden... - REGALO
- 3) Tu plan B para dejar tu trabajo dice... adiós hoy a media noche - URGENCIA
- 4) Cuidado... no te vaya a cerrar Facebook cuenta de anunciante – CURIOSIDAD E INTERES
- 5) [SOLO ESTE FIN DE SEMANA] Descarga esto gratis antes de que se haga tarde - URGENCIA
- 6) Como crear un email que venda – INTERES
- 7) ¿Esta es la mejor carrera para estudiar hoy? – CURIOSIDAD
- 8) 199 ideas para escribir en tu blog – REGALO, INTERES
- 9) Como y por qué calcular el valor promedio de tu cliente – INTERES
- 10) [ULTIMA OPORTUNIDAD] La guía paso a paso desaparece hoy por la noche- URGENCIA
www.academiadeltrafico.com 17
- 11) Como hacer una carta de venta que convierta al 8% - INTERES
- 12) [SEGUNDA OPORTUNIDAD] Solamente este fin de semana- URGENCIA
- 13) Clases de Magia para crear páginas de captura - CURIOSIDAD E INTERES
- 14) Esto está funcionando ahora mismo en Facebook – HISTORIA E INTERES
- 15) Muchas gracias por tu ayuda! – HUMANO
- 16) Te regalo este e-book ofrecerlo de regalo a tu lista – REGALO
- 17) Copia y pega esta secuencia de e-mails que venden- INTERES Y REGALO
- 18) Plan para actualizar tu blog en 10 minutos al día – REGALO
- 19) ¿llegó esto a tu bandeja de entrada? – CURIOSIDAD
- 20) [VENTA EXPRESS] el 74% de descuento termina hoy por la noche - URGENCIA
www.academiadeltrafico.com 18
- 21) Una fórmula simple para escribir tu carta de venta - INTERES

- 22) Dos palabras ..Tráfico Barato – CURIOSIDAD E INTERES
- 23) ¿Que vas a hacer este fin de semana? – CURIOSIDAD
- 24) AMO esta pequeña herramienta!! – CURIOSIDAD
- 25) Encuentra escritores para tu blog – INTERES
- 26) Guía para segmentar en Facebook – REGALO
- 27) No intentes vender en Amazon sin esta herramienta de \$10 dls - INTERES Y CURIOSIDAD
- 28) Prepara así tu plan de video marketing - INTERES
- 29) ¿Harías esto por dinero?- CURIOSIDAD
- 30) Mi modelo de negocio, en una servilleta - CURIOSIDAD
www.academiadeltrafico.com 19
- 31) No hagas estos 7 errores fatales en Adwords - CURIOSIDAD E INTERES
- 32) Esto es muy malo...y vas a perder si lo haces – CURIOSIDAD
- 33) ¿No estás haciendo estos 5 pasos? – CURIOSIDAD
- 34) Como preparar una serie de 3 e-mails ganadores – INTERES
- 35) Prueba y error=ganar - CURIOSIDAD
- 36) menos__=mas ventas [ENCUESTA] - CURIOSIDAD
- 37) ¿Cuánto gana un bloggero en promedio? – CURIOSIDAD
- 38) Este tipo gana 14 mil dólares al mes habiendo esto...- CURIOSIDAD E HISTORIA
- 39) Tráfico ilimitado a un \$0.01 - CURIOSIDAD
- 40) Guía sencilla para hacer publicidad en Twitter - REGALO
www.academiadeltrafico.com 20
- 41) ¿Tu marketing es el que “huele” raro? - CURIOSIDAD
- 42) No has terminado aún tu embudo? - INTERES
- 43) Odias el dinero? – CURIOSIDAD
- 44) Crea páginas de captura que conviertan como locas - INTERES
- 45) 18,345 prospectos en 45 días - CURIOSIDAD
- 46) Esto definitivamente se merece que lo recomiende - CURIOSIDAD
- 47) Analiza lo que pasa en tu web fácilmente - INTERES
- 48) El plan definitivo para e-mail marketing - REGALO E INTERES
- 49) ¿Está muerto el email marketing? - CURIOSIDAD
- 50) Quieres ver las estadísticas de mis e-mails? - CURIOSIDAD
www.academiadeltrafico.com 21
- 51) Copia y pega estos anuncios de Facebook que funcionan- REGALO
- 52) Vamos, todo el mundo te está esperando - CURIOSIDAD
- 53) [NUEVA FORMULA] Genera Tráfico muy bien segmentado y barato en Facebook - INTERES
- 54) [PARTE 2] Mira como consigo prospectos en mi lista a sólo \$2 - HISTORIA - CURIOSIDAD
- 55) Aquí tienes mi regalo – REGALO Y CURIOSIDAD
- 56) ¿Deberías de hacer lo que mas te gusta hacer?...o lo que funciona - HISTORIA Y CURIOSIDAD
- 57) Tus páginas de captura no convierten? Arregla estas 6 cosas... - CURIOSIDAD
- 58) Copia y pega estos 72 títulos - REGALO
- 59) Nadie comenta nada en tu Blog? – CURIOSIDAD
- 60) Algunas de nuestras mejores campañas en Facebook - REGALO Y CURIOSIDAD
www.academiadeltrafico.com 22
- 61) Mira mi calendario de actividades productivas y cópialo. - REGALO
- 62) [URGENTE] Acerca de nuestro entrenamiento de tráfico de hoy por la noche - URGANCIA
- 63) De 0 a 30 mil visitas a tu página web en sólo 11 semanas - HISTORIA Y PRUEBA SOCIAL

- 64) Aumenta un 341% tus conversiones haciendo ESTO... - CURIOSIDAD
- 65) SEO se está muriendo... lentamente y con dolor – NOTICIAS
- 66) Descarga estas imágenes para captar la atención en Facebook - REGALO
- 67) [SOLO \$7] Mi plan de tráfico económico - REGALO
- 68) Mejor que Facebook? - CURIOSIDAD
- 69) Mi plan secreto de Retargeting en Facebook - CURIOSIDAD
- 70) [CASO DE ESTUDIO] Ganó \$17,500 de una lista “muerta” - HISTORIA Y PRUEBA SOCIAL
www.academiadeltrafico.com 23
- 71) Odio esto.... (mas detalles adentro) - CURIOSIDAD
- 72) No sabes por donde empezar tu negocio online - INTERES
- 73) Exceso de información en los negocios por Internet - INTERES
- 74) Prueba hacer estos cambios en tus páginas de captura - INTERES
- 75) Como ofrecer una garantía de devolución que te ayude a vender - INTERES
- 76) Publicidad de pago en Twitter..¿Funciona? - INTERES
- 77) Como encontrar a tus clientes perfectos en LinkedIn - INTERES
- 78) Copia mis mejores anuncios en Twitter - REGALO
- 79) Truco para colocar tus banners en lugares estratégicos - CURIOSIDAD
- 80) Te invito a dar un Tour a “La Fabrica de Clientes” - CURIOSIDAD
www.academiadeltrafico.com 24
- 81) Consigue mas clics dentro de tus Newsletters - INTERES
- 82) Nunca hagas esto en tus anuncios de Facebook - CURIOSIDAD
- 83) Mira por que está cerrando cuentas Facebook y toma medidas - NOTICIAS E INTERES
- 84) ¿8% de conversión a ventas en una carta de venta? - CURIOSIDAD
- 85) Como y por que calcular tu valor por clic - INTERES
- 86) Este error lo comete el 87% de la gente en sus páginas de captura. - CURIOSIDAD
- 87) 5 cosas que nunca debes de hacer en clickbank - CURIOSIDAD
- 88) Hice un video especial para ti – HUMANO Y REGALO
- 89) Copia exactamente lo que hace este negocio - CURIOSIDAD
- 90) Un truco rápido para YouTube - CURIOSIDAD
www.academiadeltrafico.com 25
- 91) Mira como utilizo esta herramienta para viralizar mis videos - HISTORIA E INTERES
- 92) Si esta historia no hace que sigas adelante... nada lo hará - HISTORIA
- 93) Asegúrate de que estás haciendo esto antes de seguir con tu campaña de PPC - CURIOSIDAD
- 94) ¿Con cuantos suscriptores se empieza a ganar dinero? - CURIOSIDAD
- 95) Blog gratuito Vs. Blog con Hosting (las diferencias) - INTERES
- 96) Revisa esta lista y ve si no estás haciendo todo lo que dice - CURIOSIDAD
- 97) Como convertir tu web en una App - INTERES
- 98) Cual es la manera mas fácil de ganar dinero en YouTube - INTERES Y CURIOSIDAD
- 99) 5 cosas que hace todos los días la gente que vive 100% de Internet. - CURIOSIDAD