



E-Mail Marketing

Marketing one to one a través
de correo electrónico

Definición

El email marketing es una herramienta eficaz, rápida y económica para realizar campañas publicitarias directamente a través de correo electrónico. En general el uso del correo electrónico es el medio idóneo para realizar cualquier tipo de acción de marketing one to one. Se envían mensajes de correo electrónico a usuarios que han solicitado información sobre productos, servicios, promociones, etc. del anunciante.



Ventajas frente a otros tipos de marketing one to one

- ✓ Tiempo invertido: Realizar una campaña regular de correo directo puede llevar semanas. De e-mail horas.
- ✓ Tiempo de respuesta: Los destinatarios pueden responder a la campaña inmediatamente que la reciban.
- ✓ Costo: Las campañas de E-mail generan 14% más retorno que las de correo directo. No hay que gastar en costos de impresión y envío.
- ✓ ROI (Retorno de inversión): El costo por impacto es mínimo, es por eso que cualquier venta que genere este medio es muy buena inversión.
- ✓ Llegada al público: El e-mail es lo más utilizado en Internet. Según *Forrester Research* el 80% del tiempo online se dedica al correo electrónico.
- ✓ Es totalmente medible: Se puede conocer de forma ágil y precisa cuales han sido los resultados de una campaña.
- ✓ Permite vender publicidad: Si la cartera es lo suficientemente amplia, pueden haber empresas interesadas en incluir su publicidad en nuestros mensajes, lo que se denomina *Avertorial*.

Proceso de E-Mail Marketing



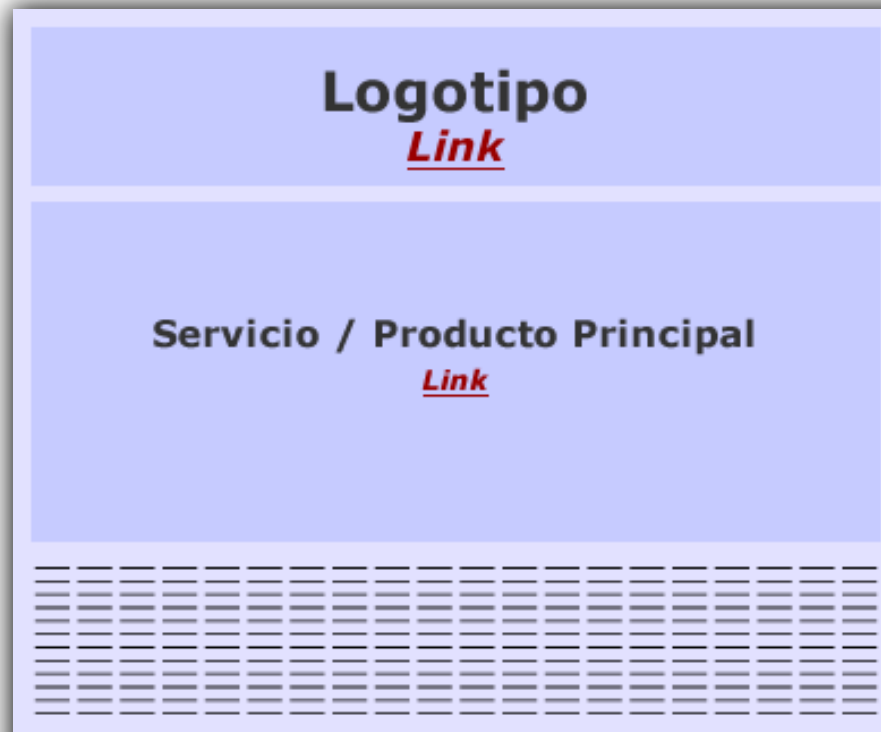
Tipos de E-Mail Marketing

1. E-Mail Publicitario: El objetivo principal es la presencia de marca. Se diseña especialmente para alentar al destinatario a que vea los productos o servicios que ofrece la empresa.



Tipos de E-Mail Marketing

2. E-Mail Promocional: El objetivo principal es lograr una acción directa. Se diseña especialmente para alentar al destinatario a la compra de un producto o servicio.



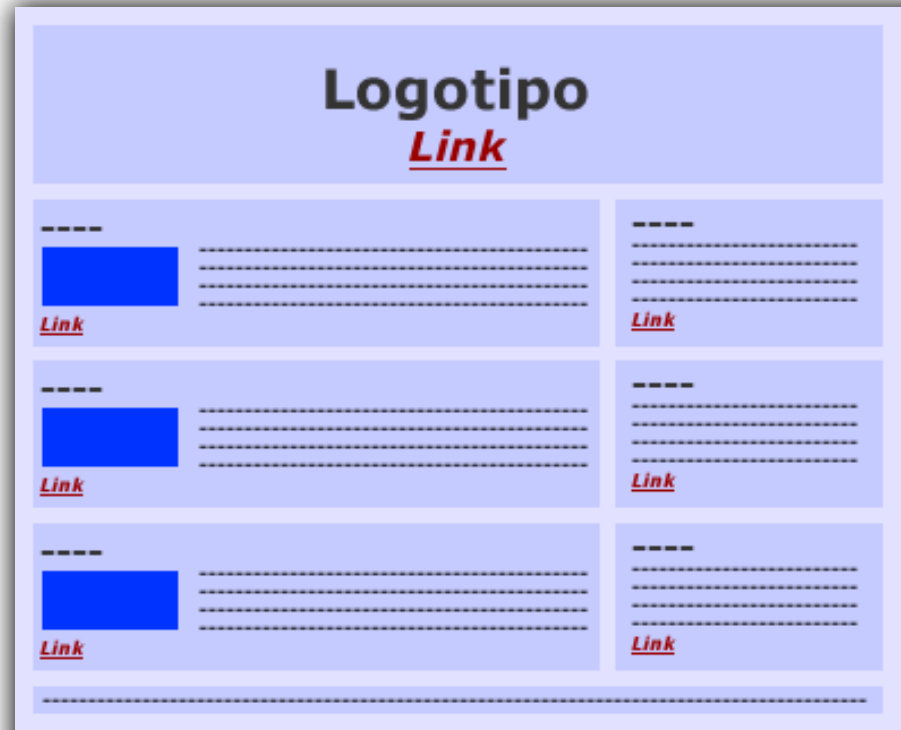
Tipos de E-Mail Marketing

3. Acción Viral: El objetivo principal es la recomendación. Existe viralidad cuando el destinatario de un mensaje pulsa en el botón “REENVIAR” para reenviar el mensaje a sus amigos o compañeros. Así tendrán las estadísticas precisas de los reenvíos de sus destinatarios.

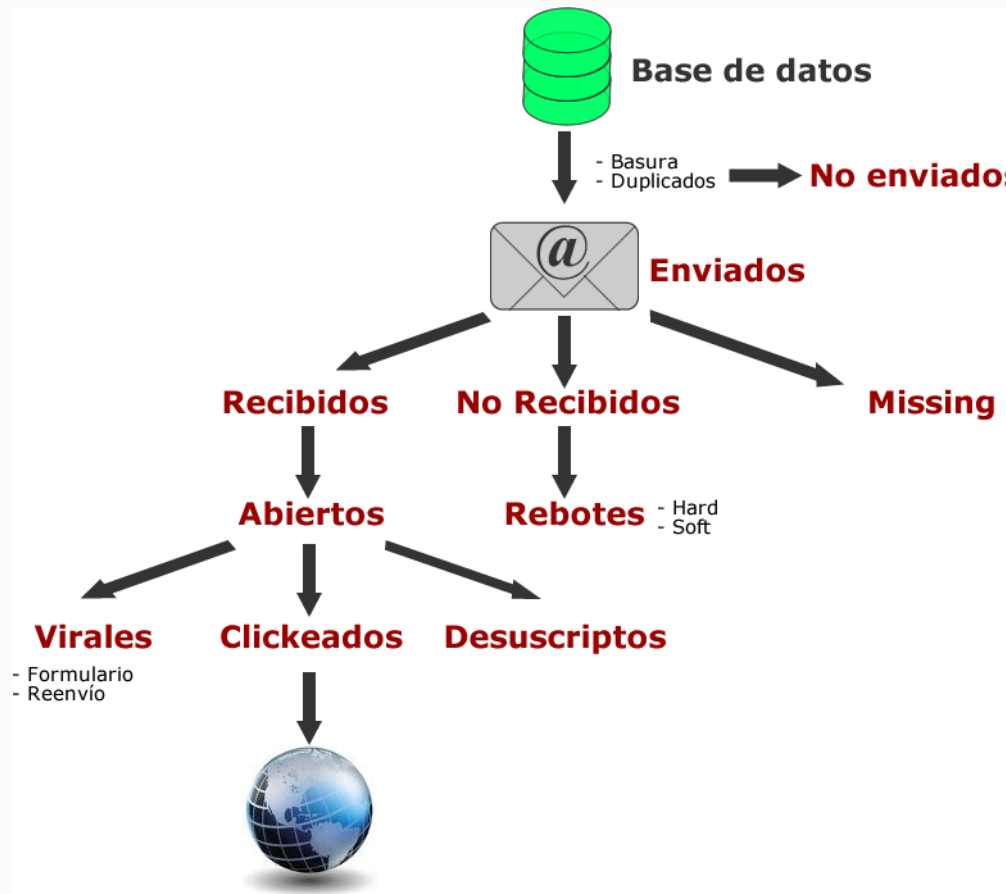


Tipos de E-Mail Marketing

4. Newsletter: El objetivo principal es informar, ofrecer un servicio más. Un newsletter puede incluir mensajes promocionales o publicidad, pero su objetivo principal es producir un impacto de largo plazo en la relación con los clientes. Debe brindar valor a los lectores, lo que significa más que solamente mensajes para vender. Debe contener información u otros beneficios para los lectores.

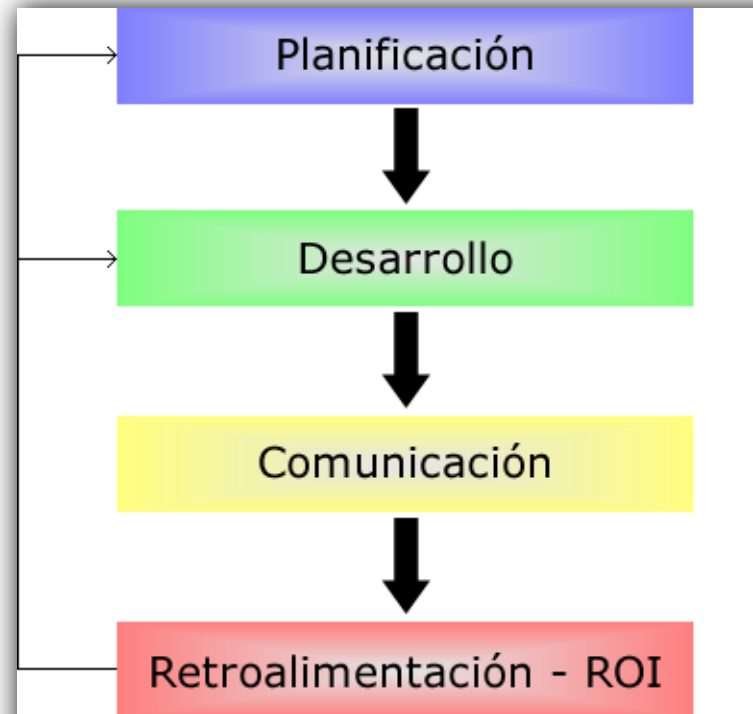


La ruta del E-Mail



Resultados de una campaña de E-Mail Marketing

Uno de los elementos que aporta mayor valor añadido a las campañas realizadas a través de email marketing, es la medición de resultados y el seguimiento personalizado del comportamiento del usuario con total precisión.



Resultados de una campaña de E-Mail Marketing

Envíos, entregas y rebotes.

En el email marketing encontramos una serie de conceptos básicos que sirven para analizar el alcance de la campaña:

Envíos: Numero de emails enviados en el entorno de una campaña específica.

Entregas efectivas: Envíos efectivamente recibidos por sus destinatarios.

Rebotes: Emails que no fueron entregados. Consiste en la diferencia entre el total de envíos y las entregas efectivas.

Resultados de una campaña de E-Mail Marketing

Aperturas.

Número de emails enviados que fueron abiertos por un usuario. Sólo es posible controlar dichas aperturas en formatos de mensajes HTML. En mensajes texto las aperturas se miden por los clicks realizados sobre los links.

Clicks.

Número de veces que un usuario pincha sobre los links del email. Hay que distinguir entre clicks y clickers. Clickers son aquellos usuarios únicos que han hecho click (una o varias veces) sobre las URL's del mensaje.

Resultados de una campaña de E-Mail Marketing

Viralidad.

Como se explicó anteriormente, la viralidad implica el reenvío de mensajes recibidos por un usuario, a otros, por lo que en el caso de las campañas de email marketing, los reenvíos computan.

Post-click.

Seguimiento realizado sobre el usuario que ha clickeado en algún enlace del mensaje que determina su acción posterior al click (compra, registro, descarga,...).

optimizar

Soluciones Informáticas

Contacto

www.optimizarsi.com

info@optimizarsi.com

+54(0261)4302062