

# Bloque 5: - Marketing en Buscadores



## ConnectEd

Dimas Noguera, Gerard Godet, Rozhina Ahmadi, Guillem Rovira, Èric Díez Apolo

# Índice

ConnectEd

- 1.1.Campañas
- 1.2.Objetivos tácticos y Táctica de utilización del Email Marketing
- 1.3.Calendario y presupuesto
- 2.1.Estrategia de Adquisición y Construcción de Bases de Datos
- 2.2.Acciones para cumplir con los requisitos legales
- 3.1.Construcción con Mailchimp y criterios utilizados
- 3.2.Call-to-action que permiten alcanzar los objetivos tácticos y landing pages de destino
- 3.3.Páginas de aterrizaje (Landing Pages)
- 3.4.Gestión de la BD en Mailchimp
- 3.5.Personalización
- 4.1.Mecanismo de opt-out de Mailchimp, consecuencias y posibilidad de configuración
- 4.2.Contenidos de los informes de resultados y su interpretación y utilidad
- 5.KPIs de analítica para el seguimiento de las campañas de email

# Campañas I

# ConnectEd

ID	Nombre	T*	Fecha	Descripción resumida	Fuentes de tráfico	PO*	OTC
CL	Lanzamiento	A	01-30 Septiembre	Presentación de la app y captación de primeros registros	RRSS (orgánicas y anuncios), Google Ads (PPC), <a href="#">email marketing (BD externo)</a>	N	OTC1 OTC4
CE1	Época de Exámenes I	A	01-31 Octubre	Ayuda puntual antes de los primeros exámenes del semestre	SEO, Google Ads (PPC), RRSS, influencers universitarios, <a href="#">email marketing</a>	N/E	OTC2 OTC4
		F					
CBF	Descuento Black Friday	A	20-27 Noviembre	Descuentos por tiempo limitado para captar registros y reservas	Google Ads (PPC), banners web, RRSS patrocinadas, <a href="#">email marketing (newsletters)</a>	N/E	OTC1 OTC2 OTC4 OTC5
		F					
CF1	Finales I	F	1-15 Diciembre	Promoción de packs de repaso para estudiantes de universidades con finales en diciembre(UPF)	SEO, RRSS, <a href="#">email marketing</a> , Google Ads (PPC)	E	OTC3 OTC4 OTC6
		R	02-10 Enero	Promoción de packs de repaso para estudiantes con finales.			

- División de campañas por mes y tipo de examen (finales / recuperaciones)
- Segmentación geográfica/universitaria por universidades catalanas

# Campañas II

ConnectEd

ID	Nombre	T*	Fecha	Descripción resumida	Fuentes de tráfico	PO*	OTC
CR1	Recuperaciones I	A	24-29 Enero	Refuerzo rápido antes de las recuperaciones de UB/UAB	Google Ads (PPC), RRSS, remarketing, <a href="#">email marketing</a>	N	OTC2
CE2	Época de Exámenes II	A	01-31 Marzo	Refuerzo para entregas, parciales y prácticas	SEO, RRSS (TikTok e Instagram), Google Ads (PPC), <a href="#">email marketing</a>	N/E	OTC2 OTC4
CSE	Saló de l'Ensenyament	A	18 - 22 Marzo	Participación en la feria educativa para captar nuevos usuarios pre-universitarios	Presencia en feria, RRSS en directo, colaboración con orientadores	N	OTC1 OTC4 OTC5
CF2	Finales II	F	10 Mayo-10 Junio	Retención de usuarios con reservas repetidas y referidos	<a href="#">Email personalizado</a> , remarketing Google, RRSS, Google Ads (PPC)	E	OTC3 OTC4 OTC6
		R					
CR2	Recuperaciones II	F	20 Junio - 10 Julio	Refuerzo para estudiantes antes de las recuperaciones de junio-julio	<a href="#">Email directo</a> , RRSS	E	OTC3 OTC4

\*T es la Táctica: Atracción (A), Fidelización (F), Recomendación (R)

\*PO es el Público Objetivo: Clientes Nuevos (N), Clientes Existentes (E)

# Táctica de utilización del Email Marketing

ConnectEd

Objetivo general: Utilizar el email como canal estratégico para atraer, convertir, fidelizar, reactivar y fomentar la recomendación entre estudiantes universitarios. Se aprovecha su capacidad de segmentación, personalización y automatización.

Fase	T	Público objetivo	Tipo de email	Contenidos y CTA
Atracción	A	Leads de campañas de pago o base externa	Newsletter introductoria	Qué es connectED + ventajas+ "Regístrate hoy"
Conversión	A	Usuarios registrados que no han reservado	Email de recordatorio	"¿Aún no has reservado tu clase? Últimas plazas..."
Fidelización	F	Estudiantes que ya han reservado	Email personalizado	"Gracias por confiar en nosotros. ¿Preparado para la siguiente?"
Reactivación	R	Usuarios inactivos (no reservan hace semanas)	Secuencia de recuperación	"Vuelve con un 10% de descuento solo por hoy"
Recomendación	R	Usuarios frecuentes con buen feedback	Campaña de referidos	"Comparte tu código y gana clases gratis"

# Objetivos tácticos

ConnectEd

OTC	Descripción de OTC	ON	TdC	Táctica
OTC1	Que los estudiantes completen el formulario de registro en la app	ON1	10% de OCT4	A
OTC2	Que los usuarios agendan su primera reserva en la plataforma	ON2	30% de OTC1	A-F
OTC3	Que los usuarios que ya han tomado una reserva, hagan otra más	ON3	60% de OTC2	F
OTC4	Que los estudiantes visiten la página de inicio y exploren las opciones de clases	ON4	Visitas	A
OTC5	Que los usuarios sigan nuestras cuentas en Instagram y TikTok desde la app o la web	ON5	20% de OTC4	A-F
OTC6	Que los estudiantes compartan su código de referido con al menos un amigo y este se registre	ON6	60% de OTC2	R

# Calendario

# ConnectEd

ID	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
CL												
CE1												
CBF												
CF1												
CR1												
CE2												
CSE												
CF2												
CR2												

- Las campañas clave se acompañan de envíos estratégicos
- Saló de l'Ensenyament (CSE) no incluye email marketing
- Campaña de Lanzamiento (CL) usa una base de datos alquilada
- Se complementan con una newsletter mensual durante todo el curso para mantener informados a los estudiantes.

# Presupuesto de Email Marketing ConnectEd

Concepto	Costo estimado (€)
Plataforma de envío (Mailchimp - 11 meses)	980,76 €
Compra base de datos externa (BancoDatos)	27,28 €
Diseño y automatizaciones (interno)	0 €

## Standard

Envía hasta 60,000 correos electrónicos cada mes.

Contactos **5.000**

Probar gratis

**Gratis** por 14 días

Después, comienza desde: **€89,16/mes\***

Ahorra un 15% en 10 000+ contactos ó más

**Iniciar prueba gratis**

\* Ver las [condiciones del periodo de prueba](#). Se aplican [excepciones](#) si se excede el límite de envío de contacto o correo electrónico. [aprender más](#)

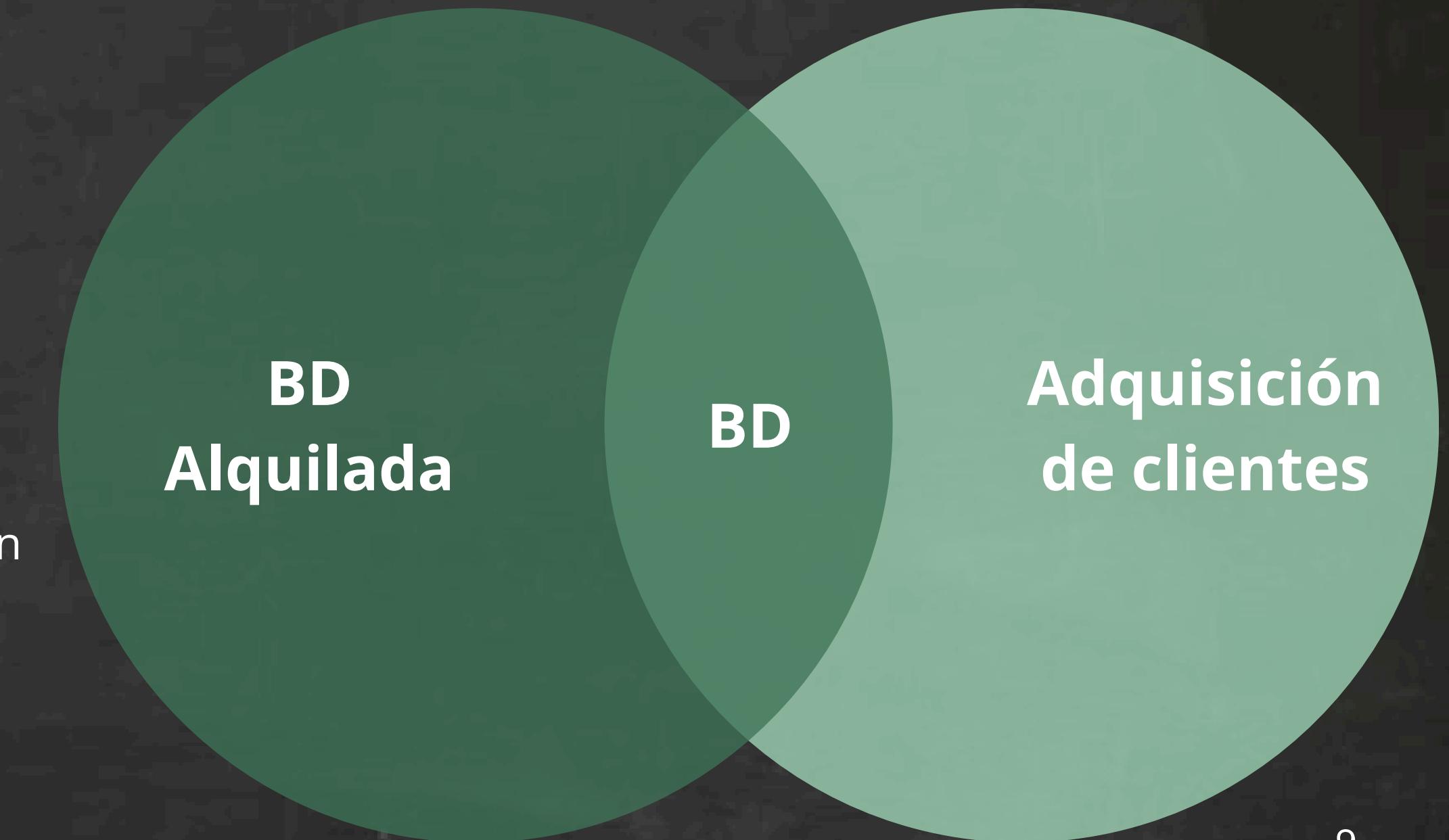
- El uso de email marketing se extiende de septiembre a julio, cubriendo 11 meses activos.
- El coste mensual estimado de la plataforma Mailchimp es de 89,16 €/mes
- Adquisición de una base de datos externa verificada (27,28 €)

# Estrategia de Adquisición y Construcción de Bases de Datos

ConnectEd

Estrategia combinada:

- BD Alquilada:
  - Uso para captar tráfico inicial
  - Tasas de conversión bajas
- Adquisición de clientes
  - Mayor precisión de segmentación y de captación



# Estrategia de Adquisición y Construcción de Bases de Datos

ConnectEd

- **Proveedor:** BancoDatos
- **Precio:** 27,28€
- **Contenido:**
  - 1.940 registros de universidades en España
  - 1.572 emails (1.167 únicos)
  - 1.825 teléfonos de contacto
  - Direcciones físicas, códigos postales, sitios web
  - Datos georreferenciados
- **Formato:** Excel y CSV
- **Segmentaciones posibles:** Por comunidad autónoma, provincia, ciudad, código postal.
- **Actualización:** Datos actualizados a enero de 2025.
- **Legalidad:** El proveedor asegura el cumplimiento de la normativa de protección de datos vigente



## Variables de segmentación



Grado, año  
académico, notas,  
rendimiento...



Asignaturas, nivel de  
urgencia...



Localización,  
universidad...

# Acciones para cumplir con los requisitos legales

ConnectEd

- Consentimiento explícito y claro
- Doble opt-in
- Política de privacidad accesible
- Gestión de bajas sencilla
- Almacenamiento seguro (Mailchimp)



# ConnectEd

The screenshot shows the Mailchimp website homepage. At the top, there's a dark header with the INTUIT logo, social links for QuickBooks and Mailchimp, and a promotional message: "Únete a Mailchimp con una prueba gratuita de 14 días o ahorra un 15% en 10,000 contactos o más. Comienza hoy." Below the header, the Mailchimp logo is prominently displayed next to the word "mailchimp". To the left, there's a sidebar with a "Convertir con correo electrónico y SMS" section showing a smartphone screen with a notification about a user leaving the page. The main content area features a large yellow background with the text "Convierte los correos electrónicos y SMS en ingresos" and a subtext: "Consigue más aperturas, clics y ventas con la plataforma n.º 1 de email marketing y automatización de SMS". A line graph in the bottom right corner compares SMS and email click-through rates over time, showing SMS has a higher rate than email.

INTUIT [@quickbooks](#) [@mailchimp](#)

Únete a Mailchimp con una prueba gratuita de 14 días o ahorra un 15% en 10,000 contactos o más. Comienza hoy.

Soluciones y servicios [Integraciones](#) [Recursos](#) [Cambia a Mailchimp](#) [Precios](#)

ES [Iniciar sesión](#) [Iniciar gratis](#)

Ventas: 900 431 515

Convierte los correos electrónicos y SMS en ingresos

Consigue más aperturas, clics y ventas con la plataforma n.º 1 de email marketing y automatización de SMS

Convertir con correo electrónico y SMS

El contacto abandona la página

2:36 Wednesday, October 25

<https://mailchimp.com/es/solutions/analytics-reporting-tools/>

Rendimiento a lo largo del tiempo

Tasa de clics promedio

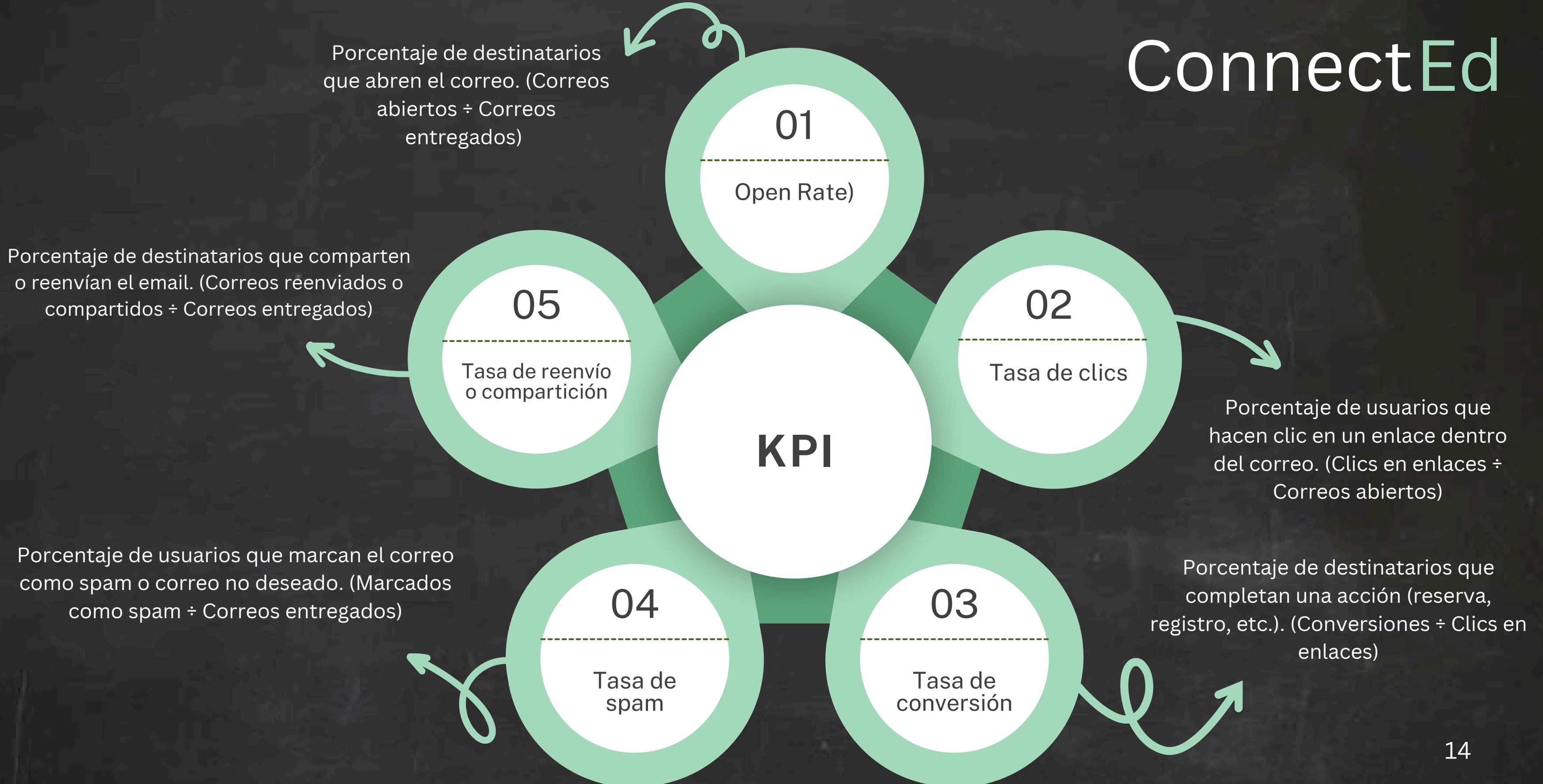
45% ↑ 12%

● SMS ● Correo electrónico

2.0%  
1.5%  
1.0%  
0.5%

Dia Semana Mes

13



# Construcción con Mailchimp y criterios utilizados

ConnectEd

¿Cuál es tu objetivo principal con Mailchimp?

Vamos a empezar con unas recomendaciones personalizadas en base a tu objetivo.

- Impulsar las ventas, los ingresos o las conversiones
- Enviar mensajes de correo electrónico útiles o entretenidos a la gente
- Aumentar mi lista de suscriptores de correo electrónico

Siguiente Omitir

Obtén diseños personalizados

Importa tu marca

Importaremos algunos datos básicos, como tu logotipo, imágenes, colores y tipos de letra con el objetivo de ayudarte a crear diseños de correo electrónico personalizados. ¡(Mola mucho!)

URL del sitio web  
https://guillem9988.github.io/test/  
Al hacer clic en "Siguiente", declaras y garantizas que todo el contenido de este sitio web es de tu propiedad o tienes permiso para utilizarlo.

Quiero crear un sitio web con **WIX**

Siguiente Omitir

Intuit Assist

Confirma tu sector

Tu sector nos ayuda a hacer recomendaciones y comparar tu rendimiento.

Sector

Servicios de apoyo educativo

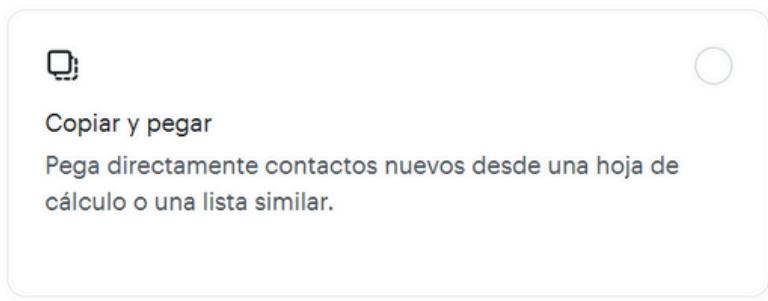
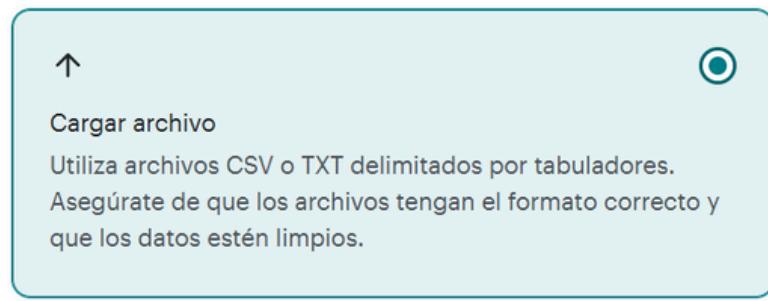
Confirmar Ninguna de estas opciones es adecuada

# IMPORTACIÓN DE CONTACTOS

ConnectEd

## ¿Cómo quieres añadir los contactos?

Tus contactos son las personas que conformarán tu público y a quienes enviarás correos electrónicos. En este paso y en los siguientes, te ayudaremos a importar tus datos de contacto y a prepararte para el éxito.



Mailchimp te ayuda a alcanzar los estándares de seguridad y privacidad de los datos para tus clientes. [Personaliza las opciones relativas al RGPD](#) ahora u [obtén más información](#).

Continuar

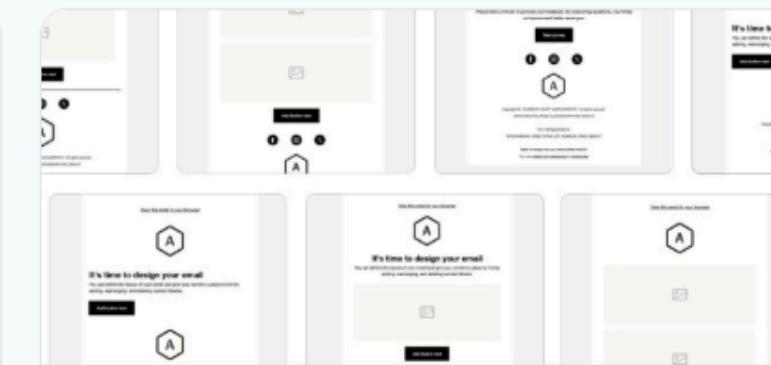
Dirección de correo electrónico	Nombre	Apellidos	Dirección	Número de teléfono	Birthday	Company	Etiquetas	Marketing por correo electrónico
<a href="mailto:eric.diez@estudiantat.upc.edu">eric.diez@estudiantat.upc.edu</a>	Eric						<span>Cliente</span>	<span>Suscripto</span>
<a href="mailto:fifaxd@proton.me">fifaxd@proton.me</a>	Juan						<span>Cliente</span>	<span>Suscripto</span>
<a href="mailto:guillem.rovira2@gmail.com">guillem.rovira2@gmail.com</a>	Guillem						<span>Cliente</span>	<span>Suscripción cancelada</span>

## ¿Cómo quieres diseñar tu correo electrónico?



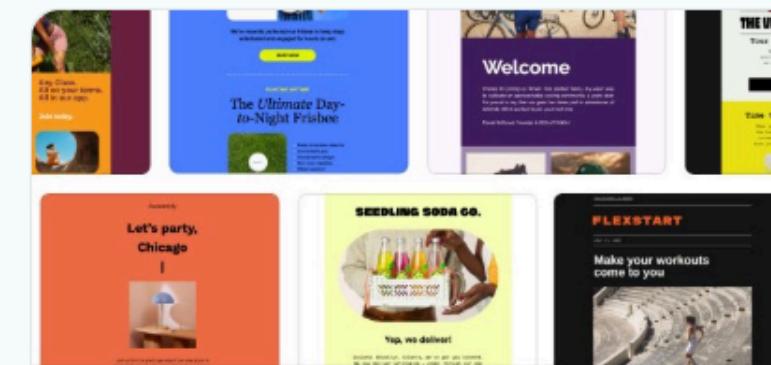
### Desde cero

Empieza con un lienzo en blanco para personalizar completamente el diseño y el contenido de tu correo electrónico.



### Diseño básico

Empieza con elementos básicos para manipular fácilmente el contenido y dar forma rápidamente a tu mensaje.



### Plantilla totalmente diseñada

Elige una plantilla diseñada profesionalmente y ajústala a tus necesidades con facilidad.

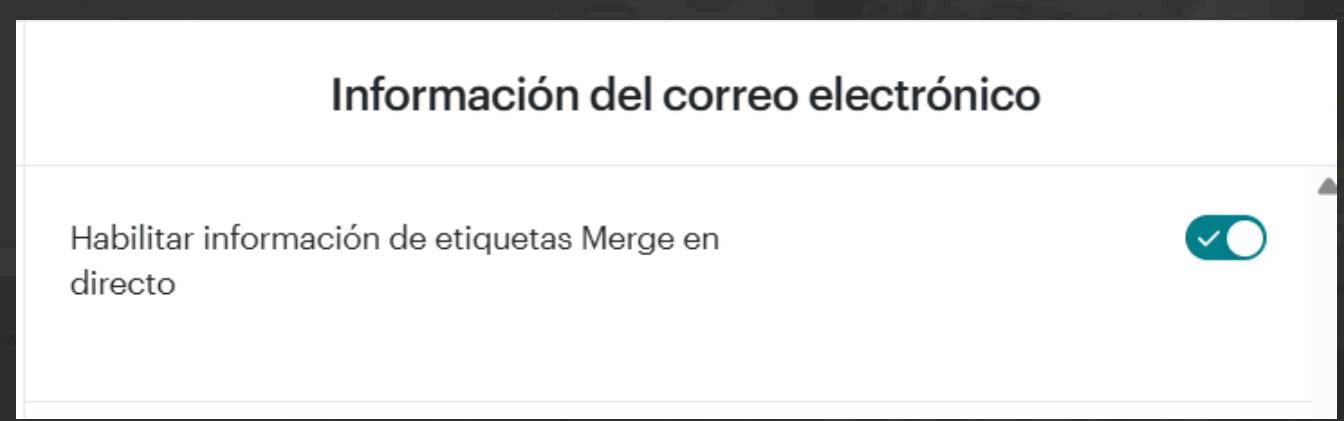
[Usar HTML para programar el mío](#)

# CREACIÓN MAIL

# ConnectEd

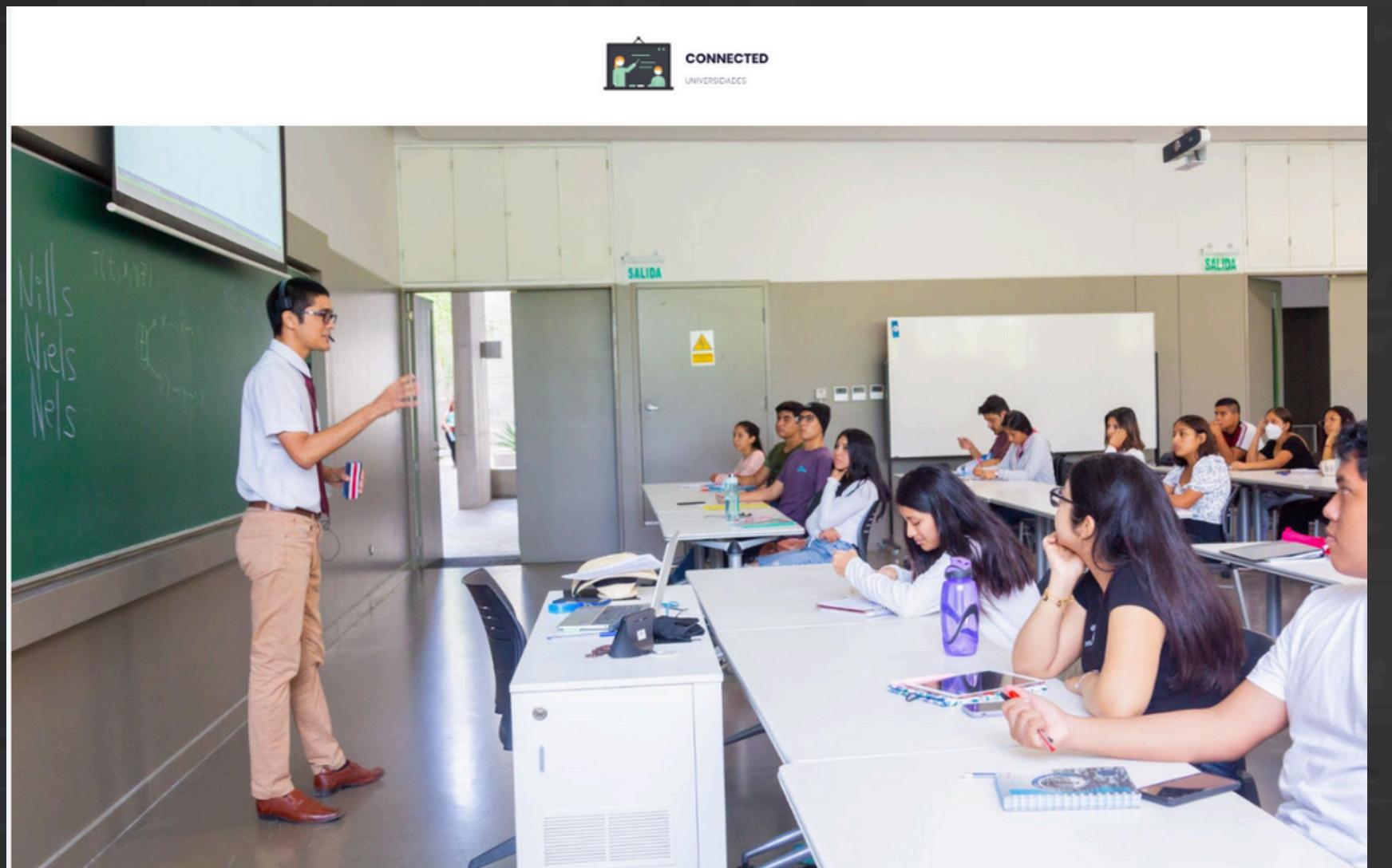
The screenshot shows the ConnectEd interface for creating an email. On the left is the visual preview of the email, which includes a header with the logo 'CONNECTED UNIVERSIDADES', a hero image of a classroom, and a main copy section with text and a CTA button. On the right is the 'Code' tab of the editor, displaying the HTML and CSS code for the template. The code is organized into sections like 'HERO IMAGE' and 'MAIN COPY'.

```
25 <td style="padding:24px 24px 12px;" align="center">
26   
27 </td>
28 </tr>
29
30 <!-- HERO IMAGE -->
31 <tr>
32   <td>
33     
34   </td>
35 </tr>
36
37 <!-- MAIN COPY -->
38 <tr>
39   <td style="padding:28px 32px 8px;color:#071326;text-align:center;font-size:26px;font-weight:700;line-height:1.25;">
40     ¡Hola {{FNAME}}! Pon tus Finales en modo ✓
41   </td>
42 </tr>
43 <tr>
44   <td style="padding:0 32px 24px;color:#555;font-size:16px;line-height:1.6;text-align:center;">
45     Del 1&ampnbspal&ampnbsp20 de diciembre tienes hasta un 30 % de descuento en nuestros packs de repaso.
46     Elige asignaturas, hora y tutor—nosotros nos encargamos del aprobado.
47   </td>
48 </tr>
49
50 <!-- CTA BUTTON -->
51 <tr>
52   <td align="center" style="padding:8px 32px;">
53     <a href="https://tudominio.com/finales" target="_blank" class="cta" style="background:#00c853;color:#ffffff;text-decoration:none;font-weight:700;font-size:18px;line-height:18px;padding:16px 32px;outline:none;">
54       Reserva tu pack
55     </a>
56   </td>
57 </tr>
```



# MAIL FINAL ESCRITORIO

# ConnectEd



**¡Hola Guillem!**  
**Pon tus Finales en modo ✓**

Del 1 al 20 de diciembre tienes hasta un 30 % de descuento en nuestros packs de repaso.  
Elige asignaturas, hora y tutor—nosotros nos encargamos del aprobado.

**¡Hola Guillem!**  
**Pon tus Finales en modo ✓**

Del 1 al 20 de diciembre tienes hasta un 30 % de descuento en nuestros packs de repaso.  
Elige asignaturas, hora y tutor—nosotros nos encargamos del aprobado.

**Reserva tu pack**

Horarios flexibles

Tutores expertos

Descuentos exclusivos

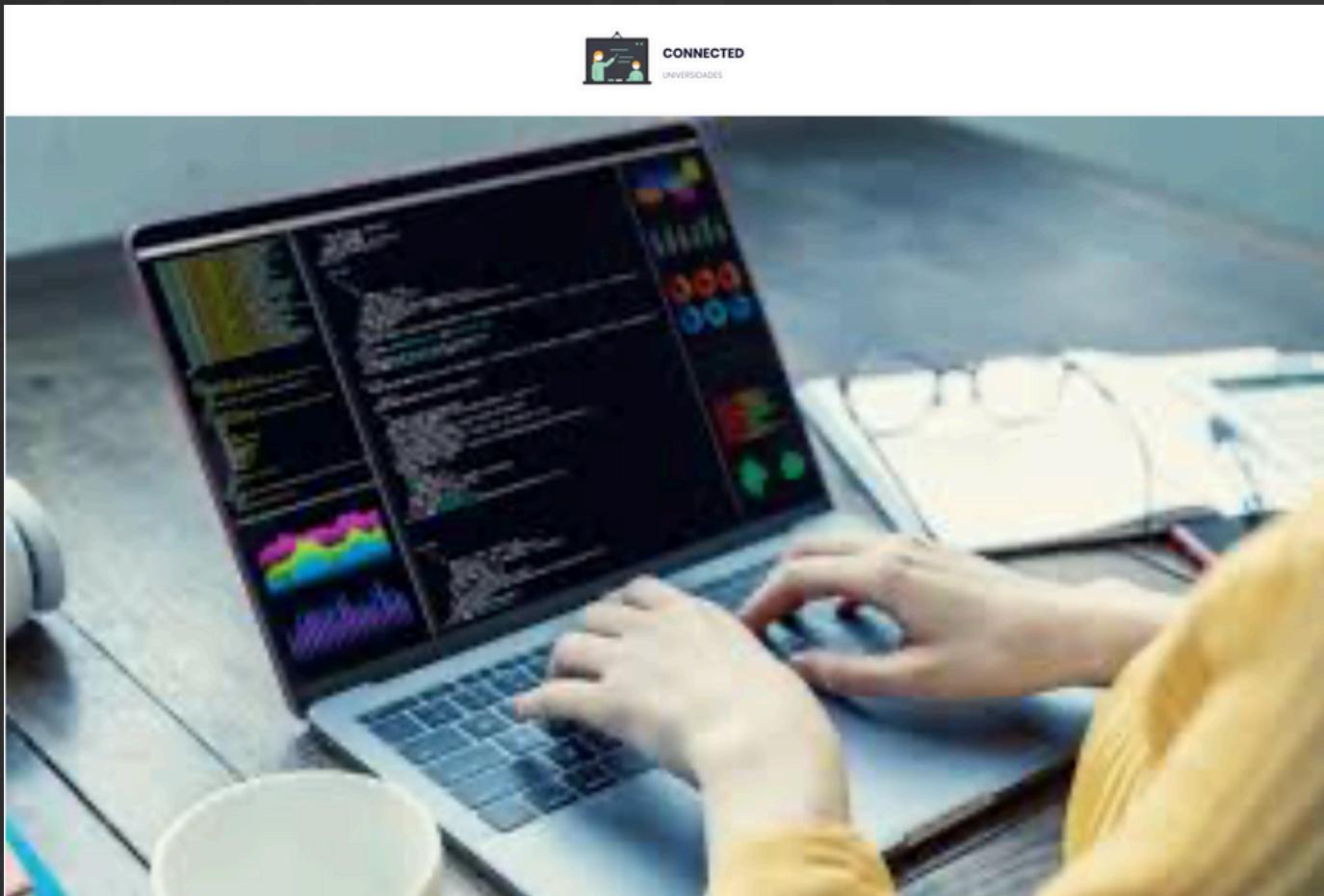
**¿Ya estudiaste con nosotros?**  
Disfruta de +10 % extra o horas gratis en packs PRO y MASTER.  
Se aplicará automáticamente al reservar.

[Ver mis recompensas →](#)

© 2025 Connected Universidades · Aviso legal · Política de privacidad  
Si no quieres volver a recibir nuestros correos, [darte de baja](#).

# MAIL FINAL ESCRITORIO

ConnectEd



¡Hola Guillem!  
Pon tus Finales en modo ✓

Del 1 al 20 de diciembre tienes hasta un 30 % de descuento en nuestros packs de repaso.

Elige asignaturas, hora y tutor—nosotros nos encargamos del aprobado.

Tienes problemas con Programación 1 en la UPC? Nuestros tutores de la FIB pueden ayudarte...

Reserva tu pack

Reserva tu pack

Horarios flexibles

Tutores expertos

Descuentos exclusivos

¿Ya estudiaste con nosotros?

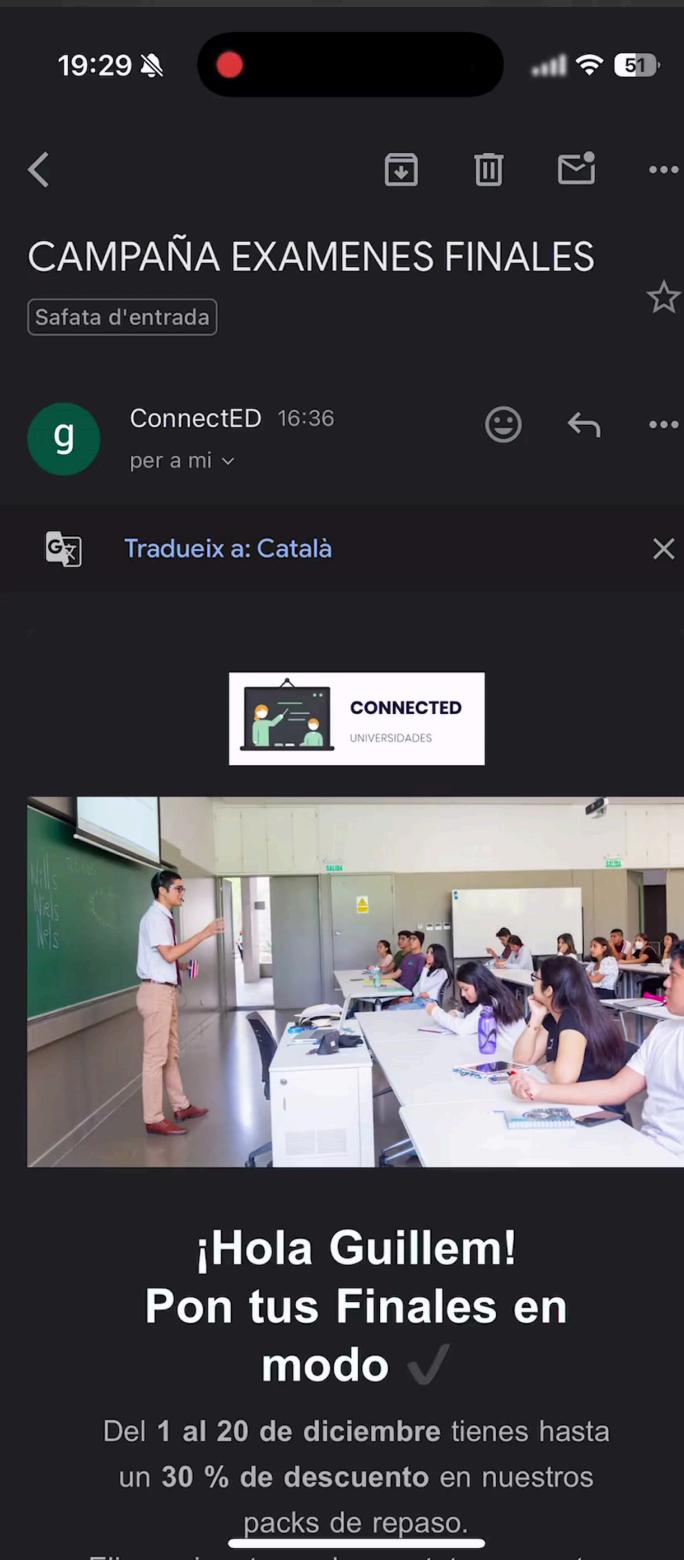
Disfruta de +10 % extra o horas gratis en packs PRO y MASTER.  
Se aplicará automáticamente al reservar.

Ver mis recompensas →

© 2025 Connected Universidades · Aviso legal · Política de privacidad  
Si no quieres volver a recibir nuestros correos, [darte de baja](#).

# MAIL FINAL MÓVIL

# ConnectEd



# Mecanismo de opt-out de Mailchimp, consecuencias y posibilidad de configuración

ConnectEd

## FUNCIONAMIENTO DEL PROCESO DE BAJA

- Todos los correos enviados desde Mailchimp incluyen automáticamente un enlace de baja (“unsubscribe”) en el pie del mensaje.
- Al hacer clic en él, el usuario accede a una página donde puede confirmar que no desea seguir recibiendo comunicaciones.
- Una vez confirmada la baja, Mailchimp actualiza el estado del usuario como unsubscribed.

## CONSECUENCIAS SOBRE LA BD

- El usuario no es eliminado, sino que queda marcado como unsubscribed dentro de la base de datos.
- Esta acción bloquea cualquier envío futuro a esa persona a través de Mailchimp.
- El historial se conserva con fines legales, de análisis y de control de calidad.

# Mecanismo de opt-out de Mailchimp, consecuencias y posibilidad de configuración

ConnectEd

## POSIBILIDADES DE CONFIGURACIÓN

- Se puede personalizar la página de baja, incluyendo un mensaje amable o una encuesta para conocer el motivo.
- Se puede ofrecer una alternativa a la baja total, como un formulario para cambiar las preferencias de comunicación.
- Opción de configurar un correo de confirmación de baja, aunque no es obligatorio.

## INFORMACIÓN PARA EL ADMINISTRADOR

Desde el panel de Mailchimp se puede ver:

- Quién se ha dado de baja y cuándo.
- Si se utilizó el formulario de motivos.
- Estadísticas generales de bajas dentro de una campaña.

# Informes de Resultados

ConnectEd

## Overview

### 4 Destinatarios

Público: ConnectED

Asunto: CAMPAÑA EXAMENES FINALES

Entregado: dom. 4 de mayo de 2025 10:35

a. m.

3 Se abrió	3 Se hizo clic	0 Rebotado	1 Suscripción cancelada
---------------	-------------------	---------------	----------------------------

Entregas correctas	4	100.0%	Clics por aperturas únicas	100.0%
Aperturas totales	7		Clics totales	7
Última apertura	5/4/25 8:52PM		Último clic	5/4/25 1:29PM
Reenvíos	0		Denuncias por uso inadecuado	0

0 Pedidos	\$0.00 Ingresos medios por pedido	\$0.00 Ingresos totales
--------------	--------------------------------------	----------------------------

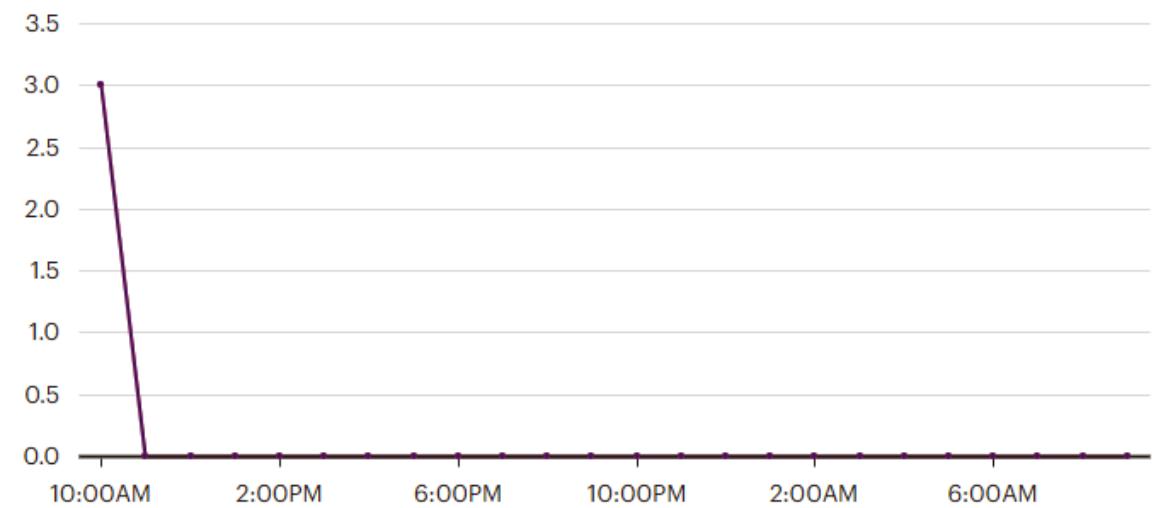
## Opens by location

Country	Opens	Percent
USA	6	100.0%

## Subscriber activity

### Rendimiento en veinticuatro horas

■ Aperturas ■ Clics



guillem.rovira2@gmail.com

3

guillem.rovira.basora@estudiantat.upc.edu

2

eric.diez@estudiantat.upc.edu

2

5

out of 7

Prácticas recomendadas seguidas 

Facilidad para hojear

2 out of 2

Buen trabajo

Texto y elementos visuales

1 out of 1

Excelente trabajo

Enlaces y CTA

1 out of 2

Tipografía

1 out of 2

## 1 Llamadas a la acción y enlace suggestion

Pedir a los usuarios que realicen una acción específica a través de una llamada a la acción convincente es la forma en que obtienes resultados de la campaña. ¡No te cortes!

Estadísticas de la campaña

2

Total de enlaces

0

Total de llamadas a la acción

0

Total de enlaces sociales

## 1 tipografía suggestion

Los tamaños de fuente, los estilos y la consistencia contribuyen en gran medida a que tus campañas de correo electrónico se vean pulidas, profesionales y fáciles de leer.

Estadísticas de la campaña

17px

Promedio Tamaño de la fuente del cuerpo

Número de enlaces de redes sociales 

Haz saber a tu público dónde encontrarte con más enlaces de redes sociales en tu próxima campaña de correo electrónico. 

Lo que hiciste bien en este correo electrónico:

✓ Has incluido al menos un enlace.



Consistencia del tamaño del cuerpo del texto 

Utiliza el mismo tamaño de fuente en todos los bloques del cuerpo del texto para que tu próxima campaña de correo electrónico sea más fácil de leer. 

Lo que hiciste bien en este correo electrónico:

✓ El tamaño de la fuente del cuerpo del texto es de al menos 14 píxeles.



## 0 facilidad para hojear suggestions

El contenido breve y simple es más fácil de hojear y comprender rápidamente, lo cual puede ayudar a incrementar la captación y retención del público.

Estadísticas de la campaña

59

Total de palabras

0 min 12 sec

Tiempo de lectura estimado

# Informes de Resultados

ConnectEd

## Click performance

URL	Total	Único
<a href="https://guillem9988.github.io/test/">https://guillem9988.github.io/test/</a>	7 (100.0%)	3 (60.0%)
<a href="https://tudominio.com/legal">https://tudominio.com/legal</a>	0 (0.0%)	0 (0.0%)
<a href="https://tudominio.com/privacidad">https://tudominio.com/privacidad</a>	0 (0.0%)	0 (0.0%)

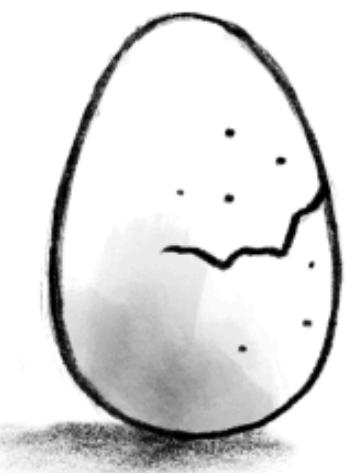
## Advanced reports

### Email Domain Performance

Domain	Email	Bounces	Opens	Clicks	Unsubs
estudian...	2 (50%)	0 (0%)	2 (100%)	2 (100%)	0 (0%)
gmail.com	1 (25%)	0 (0%)	1 (100%)	1 (100%)	1 (100%)
proton.me	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

## Social stats

Campaign URL activity - 8 clicks



No geographic clicks have been registered yet

GRACIAS POR LA  
ATENCIÓN

