Introducción

En este tema de introducción hablaremos sobre el diseño html de emails comparándolo con el texto plano.

Los aspectos que hay que tener en cuenta a la hora de diseñar emails sobre las relaciones de tamaño y los archivos externos, y comprenderemos el diseño y la estructura de un email.

Decidir entre texto plano y HTML para el email marketing es ampliamente debatido, y con buenas razones, pues ambos enfoques ofrecen ventajas y desventajas claras para los usuarios.

El **texto plano** se considera un enfoque apropiado para los **mensajes personales** con **alta densidad de texto**.

En contraste, el enfoque HTML es para emails visualmente atractivos, más fáciles de escanear y digerir por los usuarios.

Al decidir sobre un enfoque, lo importante a considerar es el tipo de mensaje que se está presentando a la audiencia.

El enfoque de texto plano implica solo texto: sin formato, sin enlaces y sin imágenes. Como era de esperar, este enfoque produce un mensaje más personal para los usuarios.

¿Qué es exactamente HTML? Es un lenguaje de marcado que se utiliza para crear páginas web, aplicaciones web y plantillas de correo electrónico, así como texto formateado, imágenes y enlaces.

El objetivo de los emails HTML es agregar un poco de dinamismo a los mensajes: enlaces, imágenes, estilos de texto, colores, etc.

Hoy en día, incluso los mensajes más simples están basados ​​en HTML. Por ejemplo, el enlace y el estilo de cursiva en mi correo electrónico anterior muestran que se puede haber utilizado HTML para crear ese mensaje.

Hay posibilidades casi ilimitadas cuando se usa HTML.

Si desea crear plantillas de correo electrónico similares, visualmente ricas y responsive, se deberá usar tanto HTML como CSS.

* No se pueden rastrear las tasas de apertura. Un componente clave del marketing por emails es la capacidad de controlar el impacto de cada campaña.

Lamentablemente, no se puede rastrear las tasas de apertura o habilitar el seguimiento de clics en emails de texto plano.

Esto dificulta el seguimiento del éxito de una campaña que emplea el enfoque de plano.

* Diseños mínimos y personalización. Como las características del texto plano no incluyen colores, formato y gráficos, el email resultante carecerá de impacto visual.

* No se pueden mostrar enlaces (con botones). Todas las URL incluidas en el mensaje deben escribirse completamente, lo que puede crear confusión visual para los usuarios finales.
* Difícil de dividir en secciones. Un email escrito en texto plano puede ser difícil de dividir en secciones fáciles de leer debido a la falta de organización visual.

* No se puede lograr el formato de columnas múltiples. La falta de opciones de formato en el enfoque de texto plano evita que el formato de múltiples columnas sea una tarea fácil.

No se puede negar que el enfoque de texto plano produce mensajes simples y visualmente poco atractivos.

En un mundo dominado por las imágenes, el HTML a menudo es necesario para comunicar un mensaje a la audiencia.

El uso de HTML tiene varias ventajas, que incluyen:

* Mayores tasas de conversión. Por lo general, los emails HTML tienen mayores tasas de conversión en comparación con sus homólogos de texto plano en industrias eCommerce.
* Los emails visualmente atractivos se pueden lograr fácilmente mediante la incorporación de imágenes de marca, logotipos, enlaces y colores en los emails HTML.
* Emails dinámicos y personalizados. Con la información que se recopila sobre los intereses de los clientes, se tiene el poder de enviar contenido personalizado directamente a su bandeja de entrada.

Combinado con la variedad de opciones de formato en HTML, las posibilidades resultantes son infinitas.

* Los emails son más fáciles de escanear porque los emails basados ​​en HTML se pueden organizar de manera eficiente en secciones digeribles.

* Los enlaces y botones que se pueden hacer click permiten que el público actúe rápida y fácilmente al recibir el mensaje.
* La capacidad de rastrear las tasas abiertas solo existe cuando se usa HTML. Al intentar medir el éxito de una campaña, es necesario considerar las tasas de apertura.

El seguimiento de clics se puede habilitar a través de HTML para comprender en qué hace clic el público.

W3C es una organización internacional que lucha por la estandarización de la World Wide Web, pero desafortunadamente no por email.

## ¿Hay un ancho de email estándar?

**Ancho de 600px**

Antes las resoluciones de pantalla eran incluso menores de 1024 px.

Fue entonces cuando nacieron el email marketing y correos electrónicos basados ​​en HTML.

## Videos y Gifs

En general, la mayoría de los principales clientes de correo electrónico no admitirán videos de forma predeterminada.

Solo unos pocos clientes, incluido Apple Mail, actualmente admiten etiquetas HTML5 para medios integrados.

A menos que la mayoría del público esté usando Apple Mail, el uso de videos en correos electrónicos puede no ser la mejor opción.

Afortunadamente, el uso de HTML5 permite establecer una imagen alternativa si el cliente de correo electrónico no admite el video.

En temas posteriores profundizaremos en los videos.

Si bien el video generalmente no es compatible con los principales clientes de correo electrónico, el uso de GIF en los correos electrónicos es mucho más confiable.

Los GIF animados se admiten en casi todos los clientes de escritorio y correo electrónico móvil.

La excepción a esto es Outlook (2007+) y Windows Phone 7; en estos clientes, solo el primer cuadro del GIF estará visible.

Por lo tanto, hay que tener esto en cuenta al diseñar el GIF para que el primer cuadro sea lo suficientemente atractivo.

En la siguiente imagen veremos qué clientes de correo electrónico admiten GIF animados en correos electrónicos.

## Soporte de fuentes

Para **mostrar correctamente las fuentes** en los correos electrónicos, **el suscriptor debe tenerlas instaladas en su sistema**.

Sin embargo, estos pueden incluso diferir de los usuarios de Mac a los usuarios de Windows.

**Solo se recomienda el uso de fuentes web seguras**, como Verdana, Times New Roman y Georgia, en los correos electrónicos porque tienen la **mayor compatibilidad.**

Las fuentes en la siguiente imagen son todas fuentes seguras para la web que probablemente estén instaladas en todos los sistemas Windows y Mac.

Algunos clientes de correo electrónico admitirán las etiquetas, @font-face o @import, para permitir usar cualquier fuente de nuestra elección.

La fuente deberá estar alojada en alguna parte, como las fuentes de Google, o importarse con la etiqueta @import.

Las [fuentes de Google](https://fonts.google.com/) son un método preferido para usar diferentes tipos de letra en los correos electrónicos porque es fácil, rápido de implementar y hay muchas fuentes para elegir.

Sin embargo, esto solo es compatible con Apple Mail, el correo nativo de Android (no Gmail), iPhone, iPad y Thunderbird.

## Javascript y Formularios

**Javascript**es un lenguaje de programación que se utiliza principalmente para hacer que los sitios web sean interactivos.

La mayoría de los clientes de correo electrónico bloqueará automáticamente cualquier JavaScript que se encuentre en los correos electrónicos, ya que puede verse como un riesgo de seguridad.

Por ejemplo, JavaScript puede usarse para ocultar malware destructivo en correos electrónicos.

Si los filtros de spam no logran impedir que llegue a la bandeja de entrada principal, el malware ejecutará su "objetivo" en el sistema con solo unos pocos clics.

A continuación vamos a hablar de los formularios.

Hay una variedad de razones para incluir un formulario en los correos electrónicos, como recopilar comentarios de la audiencia sobre una compra reciente o medir su interés por un producto o servicio próximo.

Sin embargo, también se puede notar que los formularios son más comunes en las páginas web que en los correos electrónicos y hay una razón de porque lo son.

Los formularios son una forma segura de recopilar datos de la audiencia. Sin embargo, incluso los formularios simples tienen problemas para mostrarse correctamente en los correos electrónicos.

Aunque los componentes básicos de un formulario, como campos de texto e inputs, se pueden hacer con HTML simple, muchos formularios requieren el uso de JavaScript para enviar el texto de forma segura.

Por lo tanto, muchos clientes de correo electrónico colocarán estos correos electrónicos en la carpeta de correo no deseado, y si la audiencia no puede encontrarlo o completarlo.

Es posible que se esté perdiendo información valiosa.