Introducción

Un correo electrónico consiste en la cabecera (header) y el contenido del mensaje (cuerpo). La cabecera nos permite rastrear el historial de transmisión de un correo electrónico.

De la cabecera se puede obtener la siguiente información:

* el remitente
* el destinatario
* la fecha
* el sujeto
* los servidores implicados en la transmisión del remitente al destinatario

Sin embargo, en la configuración estándar, la mayoría de los programas de correo no muestran las cabeceras o sólo en extractos.

Vamos a repasar las partes de un email a nivel de estructura de plantilla. Se pueden añadir algunas partes opcionales.

* **header:** elementos de : brand (logos) , en algunos casos se introduce una linea de texto de invitacion al usuario para que abra el email, link para la version online. También se puede incluir una parte mas definida con un CTA (Call to action).

Un Call to Action o CTA (también llamado llamada a la acción) es un botón o enlace situado en un email o página que busca atraer clientes potenciales y convertirles en clientes finales.

* **Hero:** por lo general se tiene una grafica o un headline llamativo
* **body:** contiene un detalle pequeño de lo que hace la empresa o aplicación.

* **recovery (opcional)**: se puede repetir cierto tipo de mensaje o CTA que se ha mostrado al principio. También se incluye los links de social media. Tambien se puede tener otro CTA pero no como boton sino como pregunta

Los tipos de diseños conocidos nos pueden ayudar a hacernos una idea del diseño que podemos utilizar para nuestros emails, para diseñar un email podemos seguir el siguiente tipo de estrategias a seguir:

* Contenido
* Plantillas
* Diseño

**Contenido**

* **Enfocar el mensaje**: Algunos de los correos electrónicos más efectivos tienen un mensaje claro. Si tenemos varios mensajes para enviar, intentaremos dividirlos en una serie de correos electrónicos.

* **Ser conciso en el correo**: Reducir el tamaño del correo hasta que no se pueda simplificar.
* **Poner la información mas importante primero**: Si ponemos la información importante la primera ahorraremos tiempo a las personas que no se puedan parar a leer todo el correo.

* **Utilizar enlaces**: Si tenemos mucha información que poner en el correo, podemos utilizar enlaces a las páginas web para que puedan obtener más información.

**Plantillas**

* **Buscar una buena plantilla para el correo**: Seleccionar una plantilla para el correo no es una decisión fácil, por ello nos tenemos que tomar nuestro tiempo para ver cual se adapta más a nuestras necesidades.
* **Guardar la plantilla**: Una vez tenemos la plantilla seleccionada la guardaremos para utilizarla cuando la necesitemos.

**Diseño**

* **Organizar el contenido para una lectura rápida**: La mayoría de las personas pasan menos de 15 segundos leyendo correos electrónicos, por lo que debe ser breve y agradable, priorizando su contenido de arriba a abajo.
* **Alinear el contenido**: Tener el texto centrado nos puede servir en el caso de que el correo sea mínimo, en el caso de que sea un correo largo, tener alineado todo el texto hará que se vuelva más legible.

* **Definir las secciones del correo**: Si el correo va a tener más de una sección, es conveniente separar las secciones.

Para saber más sobre los tipos de diseños, os dejamos un enlace a la web [aquí](https://mailchimp.com/email-design-guide/#layout).

Se va a realizar una introducción al proyecto práctico, el proyecto práctico se trata de unas plantillas de email sobre una empresa que ayuda a equipos a manejar su tiempo de forma más efectiva.

Estas plantillas tienen mucho contenido a nivel de imágenes y texto, en temas posteriores veremos plantillas más sencillas visualmente.

Vamos explorar las partes del email en el diseño de bienvenida. De está forma pensaremos de una forma más modular a la hora de empezar escribir el HTML.

**Header**

Interfaz de usuario gráfica, Texto, Chat o mensaje de texto

Descripción generada automáticamente

El header tiene diferentes elementos, el elemento de la marca o el brand que es donde va el logo de la empresa.

Logotipo

Descripción generada automáticamente con confianza baja

El elemento pre-header parte donde se introduce una línea de texto que va a invitar al usuario a abrir el email. Muchos clientes de email mostrarán esta línea de texto debajo del asunto. También tenemos el enlace para la versión online.

La versión online es muy importante porque a veces los usuarios no quieren leer el email en su telefono o en su cliente sino que lo quieren abrir y verlo de forma completa en un explorador.

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media

Se puede incluir una parte más definida donde se puede hacer una invitación más concreta. En este caso "**Empieza un proyecto**", sería un elemento de tipo Call to action.

Imagen que contiene Texto

Descripción generada automáticamente

**Hero**

La parte más gráfica es el Hero donde se tiene una imagen por lo general muy llamativa, además de un headline grande y muy visible.

Texto

Descripción generada automáticamente

Lo siguiente es el cuerpo de nuestro email. En este caso son diferentes aspectos que cubre la aplicación

Interfaz de usuario gráfica, Texto

Descripción generada automáticamente

Más abajo está el recovery, que es donde se repiten cierto tipos de mensajes y cierto tipo de CTAs que se tienen en la parte superior.

El recovery es importante si se quiere dar la oportunidad al usuario de redirigirse a una página o a un sitio de interés de la empresa una vez está finalizando el email.

Imagen que contiene Texto

Descripción generada automáticamente

También es buena práctica incluir en el recovery los diferentes enlaces de redes sociales: Facebook, Twitter, Linkedin, Google + o Youtube.

Y también incluir otros enlaces acerca de la empresa o del proyecto. Incluso algun CTA en forma de pregunta para llamara la atención del usuario.

Texto

Descripción generada automáticamente

Finalmenta vamos a ver la parte a la que llamamos Footer que es donde va a estar toda la información acerca de porque el usuario está recibiendo el email.

Pero lo más importante del Footer es la información acerca la empresa como la dirección y el enlace para salirse de la lista de suscripción del email en particular. En muchos paises puede ser un problema no incluir este enlace en la parte del diseño.

Texto

Descripción generada automáticamente con confianza media