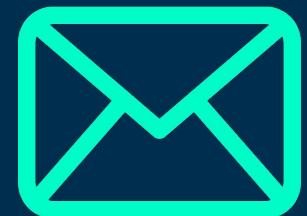

Email Marketing

Daniela González



INTRODUCCIÓN

¿Qué es el email marketing?

- Es una herramienta digital, del tipo marketing directo, utilizada por marcas para contactar con sus públicos objetivos, a través del correo electrónico.

¿Por qué hacer email marketing?

El email marketing es una herramienta que proporciona una gran cantidad de ventajas, entre ellas:

- Costes
- Segmentación
- Velocidad
- Late-adopters / laggards (3ra edad)
- Medición inmediata de resultados y optimización
- Gran complemento de estrategia omnicanal
- Aplicación tests A/B



ESTRATEGIA

ANÁLISIS FODA



ANÁLISIS FODA

FODA RESTAURANTE

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none">- Recetas únicas- Precios accesibles- Personal capacitado- Materia prima de alta calidad	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none">- Expansión de sucursales- Participación en ferias gastronómicas- Delivery
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none">- Falta de estacionamiento- Una sola forma de pago (efectivo)	AMENAZAS <ul style="list-style-type: none">- Competencia cerca del lugar- Altos precios de proveedores

Ventajas comparativas

- ¿En qué se especializa mi marca/empresa/producto/servicio?
- ¿Qué ofrezco que pueda diferenciar mi marca en la mente de los usuarios, que la competencia u otras marcas no ofrecen?

Ventajas comparativas

Ejemplos: Ventajas comparativas Platzi

- Acceso a gran cantidad de cursos
- Posibilidad de estudiar online, cuando quieras, donde quieras
- Mentoría permanente
- App y contenido offline

Ventajas comparativas Y FODA

EJERCICIO

Definición de objetivos

- ¿A dónde quiero llegar?
- Objetivos SMART:
 - SPECIFIC (específicos)
 - MEASURABLE (medibles)
 - ACHIEVABLE (alcanzables)
 - REALISTIC (realistas)
 - TIME-BOUND (oportunos en el tiempo/
Atados a un período de tiempo)

Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

ENGAGEMENT/RETENCIÓN

“Mejorar/mantener/reactivar el vínculo con mi público objetivo, y que mi marca esté presente en sus mentes”

TRÁFICO

“Incrementar las visitas a mi local/sitio web de aquí a una semana en un 3%”

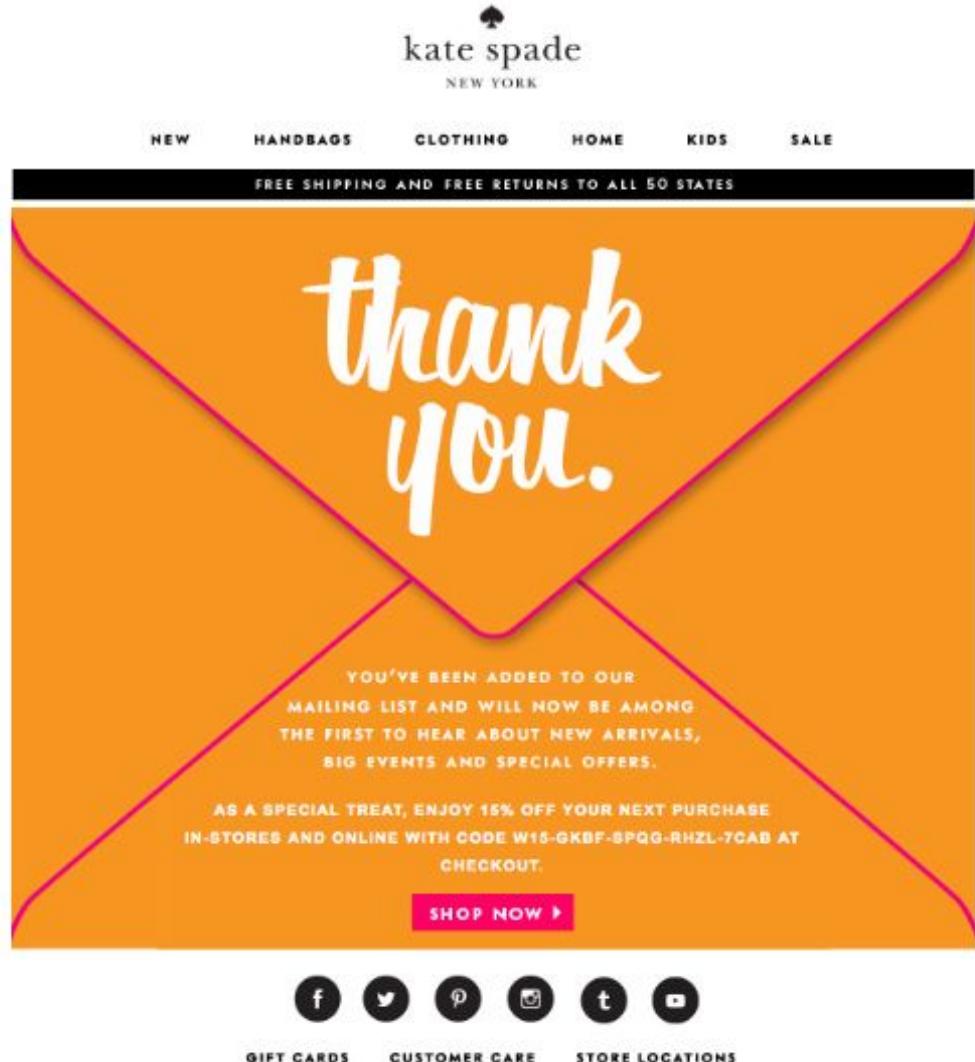
CONVERSIONES

“Incrementar ventas de perfumes importados de mujer a través de mi e-commerce, en un mes, en un 1%”

Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

ENGAGEMENT/RETENCIÓN



Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

ENGAGEMENT/RETENCIÓN



Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

ENGAGEMENT/RETENCIÓN

Si no podés ver este correo | [hacé click aquí!](#)

Everyday me
De PELG para vos

RECETAS SALUDABLES PARA BAJAR DE PESO

Cuidar nuestra figura y mantener un estilo de vida saludable, aunque muchos no lo puedan creer, es posible sin sacrificar nuestro paladar. ¡Conoce estas recomendaciones!

HACÉ CLICK ACÁ

3 formas de usar una bufanda de invierno

Aprendé cómo darle vueltas a tu bufanda favorita con estos tres estilos que te harán lucir radiante aun cuando hace mucho frío.

CONOCÉ MÁS

3 hábitos recomendados para mejorar tu salud

¿Sabés qué tan saludable sos? Con esta revisión de salud podés entender si estás en riesgo y aprender algunos tips para conservar tus buenos hábitos por más tiempo.

CONOCÉ MÁS

Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

TRÁFICO



Zoom editorial



COLUMNISTAS

BCRA empieza a dejar atrás algunos dogmas del modelo Sturzenegger

FINANCIAS Y MERCADOS

El Tesoro reabre Letes con tasa mínima de 4% con prioridad para minoristas



ECONOMIA Y POLÍTICA

Nación ofrece a provincias reemplazar con crédito externo fondos para obras



Videos

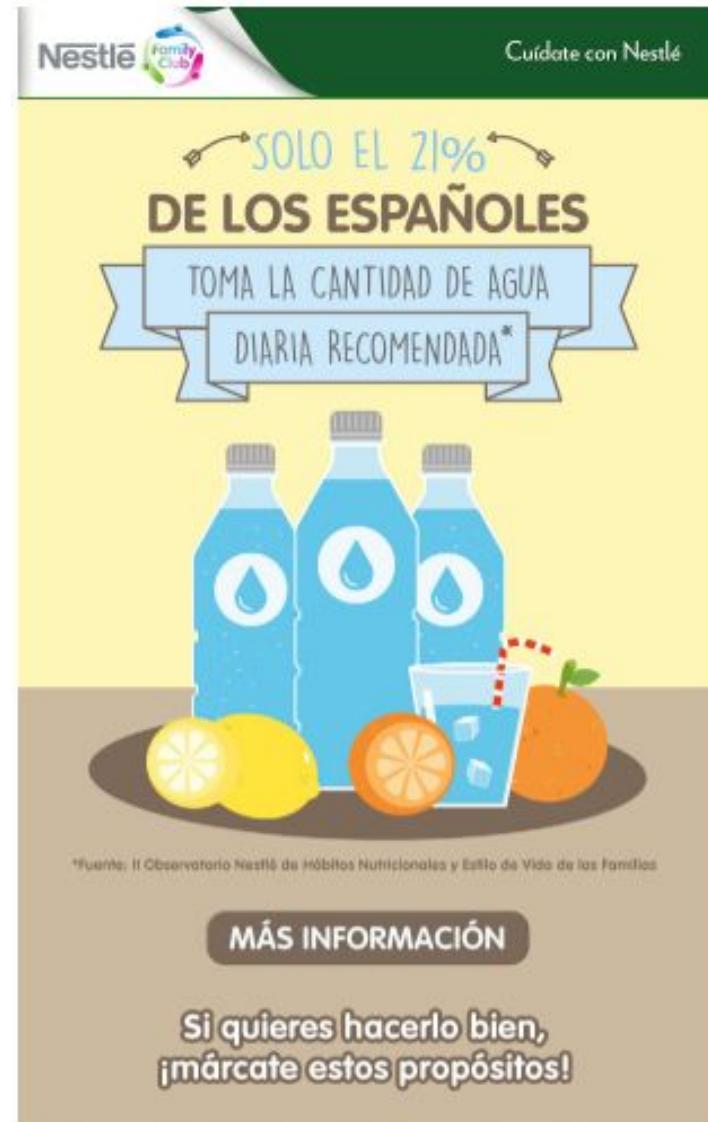


Medidas del FMI suman más caos social en Haití

Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

TRÁFICO



Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

CONVERSIONES

Venta telefónica
0810.222.1726
Lun a vie de 8 a 20 hr - Sáb y dom de 9 a 15 hr

Paquete 3 noches
Iguazú ¡15% OFF!
\$5.999 PRECIO CONTADO POR PERSONA, EN BASE DOBLE.
Aéreo + Hotel + Desayuno + Traslados + Excursiones

[Ver más](#)

VER OFERTA

¡Ofertas en Vuelos!
Estás más cerca de irte lejos.



Vuelos a Bariloche con Latam
Hasta 12 Cuotas Sin Interés con BOFA Francia, Ciudad, Comafi y Supervielle

[VER OFERTA](#)

Vuelos a Salta con Aerolíneas Argentinas
Hasta 12 Cuotas Sin Interés con Banco Nación, Ciudad, Comafi, Provincia

[VER OFERTA](#)

Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

CONVERSIONES



Definición de objetivos

TIPOS DE OBJETIVOS

CONVERSIONES

Creative MARKET

New Free Goods, Available This Week Only

Iconic Camping Logo Badges
by lovepower in Templates

Hi, This Set contains 6 Fresh New Camping Logo Badges. Get them all now for only \$7. The package includes 6 Vector Logos made in both Adobe Illustrator and Photoshop. The whole text is 10...

[Get It Free](#)

Seamless Folded Paper Texture
by JSquarePresents in Graphics

Seamless & Tileable Origami Folded Paper Textures & Patterns by JSquarePresents In this package, you will get: • 12 seamless & tileable patterns of these intricate folded paper ...

[Get It Free](#)

OBJETIVOS

EJERCICIO

Planificación De estrategia

- ¿Cómo hago para llegar a los objetivos?
 - Definir camino a tomar:
 - Considerar ventajas comparativas
 - Cantidad de campañas
 - Público objetivo
 - Tipo de contenido que voy a ofrecer en las campañas de email marketing (descuentos, links a artículos de interés, descarga de catálogos online, etc.).

Definición de Públco Objetivo / Buyer-Persona



Variables Duras:

- Edad
- Sexo
- Nivel Socioeconómico
- Ocupación
- Área Geográfica

Definición de Públco Objetivo / Buyer-Persona

Variables Blandas:

- Estilo Vida (Rutina)
- Personalidad (Rasgos Conducta:
Tímido, Tradicional,
Extrovertido, Responsable, Etc.)
- Valores (Familiares, Etc.)
- Intereses (Qué le Gusta,
Inquieta, Motiva)



Llegar a definir un personaje



Martina, 35 años. Vive en Bogotá con sus hijos, marido y un perro.

Trabajo full-time en oficina en Ciudad Capital.

Nivel de ingresos medio.

Hobbies: gimnasio, yoga.

Personalidad: tímida, organizada.

Es vegetariana.

Vacaciona zona de playas.

Intereses: comida sana, psicología y bienestar, animales.

COMPETENCIA

DIRECTA



INDIRECTA



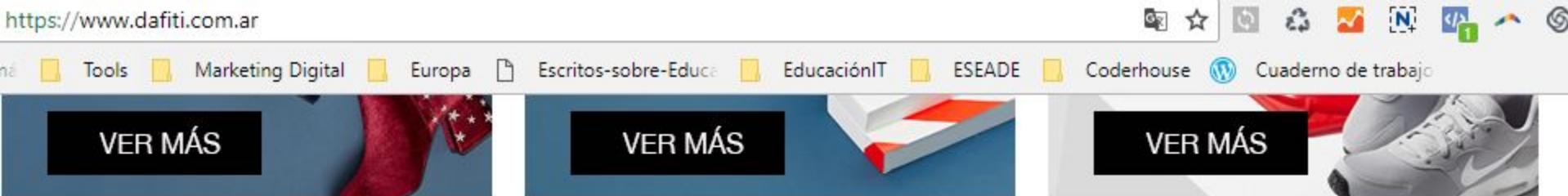
PÚBLICO OBJETIVO Y COMPETENCIA

EJERCICIO

**BASE
DE
DATOS**

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Formulario de contacto en sitio web con ofrecimiento de beneficio



Suscribite y obtené \$100 para tu primera compra!
Recibí nuestras promociones exclusivas y enterate de todas las novedades del mundo de la moda

Soy Mujer

Soy Hombre

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Formulario de contacto en sitio web con ofrecimiento de beneficio

¡Suscríbete!

Y recibe los artículos y novedades en tu email

Email

Nombre

Enviar

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Formulario de contacto en sitio web con ofrecimiento de beneficio

The screenshot shows the top navigation bar of the Groupon website. It features the 'GROUPON' logo, a search bar with the placeholder '¿Qué estás buscando?', a location dropdown set to 'Madrid', and menu links for 'Principal', 'Cerca de ti', 'Shopping', and 'Viajes'. Below the navigation, a yellow banner states: 'Al utilizar nuestro sitio web estás de acuerdo con el uso que hacemos de cookies. [Más información.](#)'

Inscríbete o Entrar

Inscríbete con tu cuenta de Facebook
Conecta tu cuenta de Facebook para inscribirte en Groupon.

[Login a través de Facebook](#)

Inscríbete para obtener una cuenta de Groupon

Título: Por favor, elige

Nombre: [Input field]

Apellidos: [Input field]

Calle / Número: [Input field] [Input field]

C.P. Postal / Ciudad: [Input field] [Input field]

Email: [Input field]

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Lead Magnet



Download This Ebook:

First Name *

Last Name *

Email ([privacy policy](#)) *

Website URL *

How can we help you?

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Landing
page

PROFESIONAL EN **FOTOGRAFÍA PARA
MEDIOS**



CÓDIGO SNIES: 106098

INSCRÍBETE PARA
RECIBIR MÁS
INFORMACIÓN

Recibe las últimas novedades sobre Taller Cinco
directamente a tu correo.

Nombre *

Apellido *

Email *

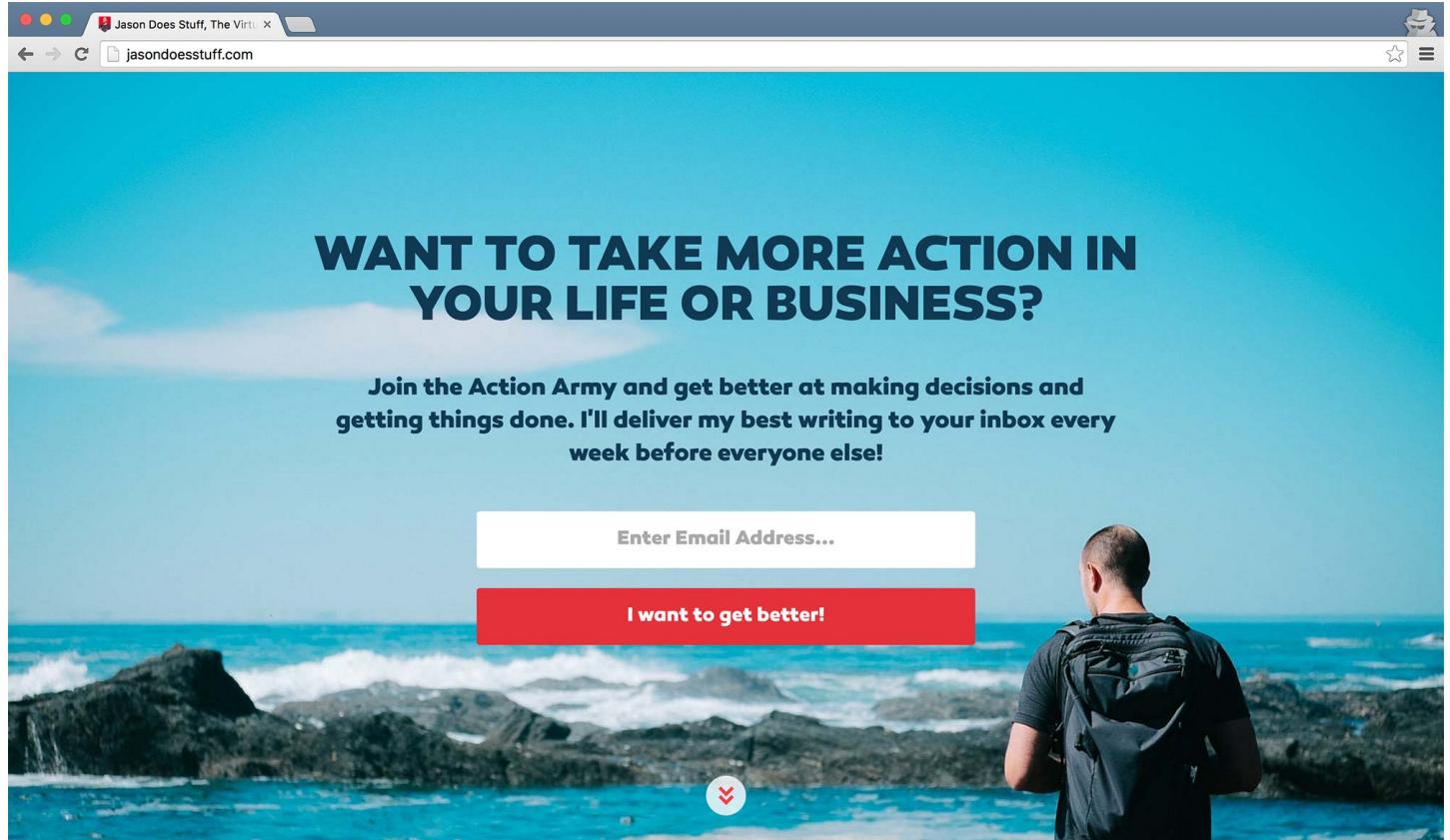
Teléfono *

Autorizo recibir información

Suscribirse

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Welcome
Mat



Cómo hacer crecer tu Base de datos

Smart Bar

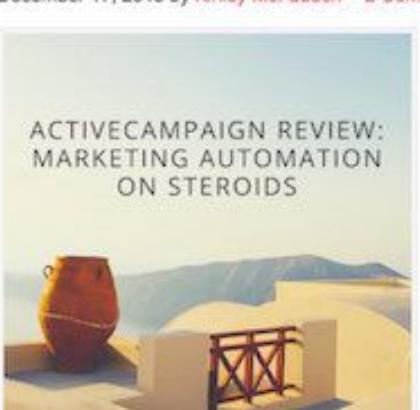
Join our newsletter today for free. SUBSCRIBE NOW

SmartBusinessTrends.com

Management Finance Sales & Marketing Technology Entrepreneurship SBT Ultimate Rewards

ActiveCampaign Review: Marketing Automation On Steroids

December 17, 2015 by Kinley McFadden • 2 Comments



ACTIVECAMPAIGN REVIEW:
MARKETING AUTOMATION
ON STEROIDS

For a long time, the only email service providers that provided automation capabilities were hugely expensive products like InfusionSoft and Ontraport. This put the power that automation out of the reach for many small businesses and entrepreneurs. Why is email automation so ... [\[Read more...\]](#)

Recent Posts

- ActiveCampaign Review: Marketing Automation On Steroids
- LeadPages Review: Is It Still the Best Landing Page Builder?
- Multiply Your Email Optins Using Content Upgrades
- Easy Email Automation With ConvertKit
- What is the Best VPS Hosting for 2015?

Archives

- December 2015
- November 2015

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Opción de login
(Registro de usuario en sitio web) Utilizando redes sociales



Cómo hacer crecer tu Base de datos

Opción de login
(Registro de usuario en sitio web) Utilizando redes sociales

Regístrate

¿Ya tienes cuenta? [Inicia Sesión](#)

Con tus redes sociales



[Regístrate con Facebook](#)

[Regístrate con Twitter](#)

ó

Con un usuario y contraseña

Nombre de usuario

Nombre y Apellido

Email

Contraseña

Confirmar contraseña

Acepto los [términos de servicio](#) y las [políticas de privacidad](#)

[Registrarse](#)

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Concursos en redes sociales

Get ready for the Summer Sun.

ENTER FOR A CHANCE TO WIN!



Summer Contest #3: Enter for Your Chance to Win a \$250 London Drugs Gift Card!

ENTER FOR A CHANCE TO WIN! \$250 Gift Card



London Drugs' 3rd Contest of Summer is on! Enter for a chance to win a \$250 Gift Card to London Drugs. This gift card can be used on any products at any of our physical locations. Contests are open to all residents of British Columbia, Alberta, Saskatchewan, and Manitoba. No purchase necessary. Limit one (1) entry per person. See full rules and regulations. Help us spread the word by sharing and tweeting your friends!

4 days 10:52:37 remaining

Enter your email address

Enter Contest

1,741 people have entered

Send

Recommend 551

6 Tweet 12 Pin it

This promotion is in no way sponsored, endorsed or administered by, or associated with, Facebook. You understand that you are providing your information to

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Concursos en redes sociales

The screenshot shows a social media contest landing page. At the top, there are navigation links: Home, Connect, Discover, and Me. Below these, the main header features the text "Mark's #READYFORTHIS" with a large orange square icon. A banner below the header reads "WIN FREE MOVIES FOR A YEAR". An orange button at the bottom of the banner says "WIN FREE MOVIES FOR A YEAR WITH SCENE™". To the right of the banner, there is a photograph of a smiling man and woman walking outdoors. On the left side of the page, there is a form for entering the contest. It includes fields for First Name, Last Name, Email, and Postal Code, each with a required asterisk (*). Below these fields are two checkboxes: one for accepting contest terms and another for signing up for a mailing list. A timer at the top of the form indicates "34 days 06:15:14 remaining". To the right of the form, there is a section titled "ENTER FOR A CHANCE TO WIN FREE MOVIES FOR A YEAR!" followed by contest details and a link to "See contest rules".

Home Connect Discover Me

Mark's
#READYFORTHIS

WIN FREE MOVIES
FOR A YEAR

WIN FREE MOVIES FOR A YEAR WITH SCENE™

34 days 06:15:14 remaining

First Name *

Last Name *

Email *

Postal Code *

I accept all liabilities associated with the details of this contest.*

Sign up for our mailing list**

ENTER FOR A CHANCE TO WIN FREE MOVIES FOR A YEAR!

Get the popcorn ready, Mark's and SCENE™ want you to enjoy FREE movies for a year! Enter for a chance to win the grand prize of 52,000 Bonus SCENE™ Points - enough points to send you to FREE movies for a year.

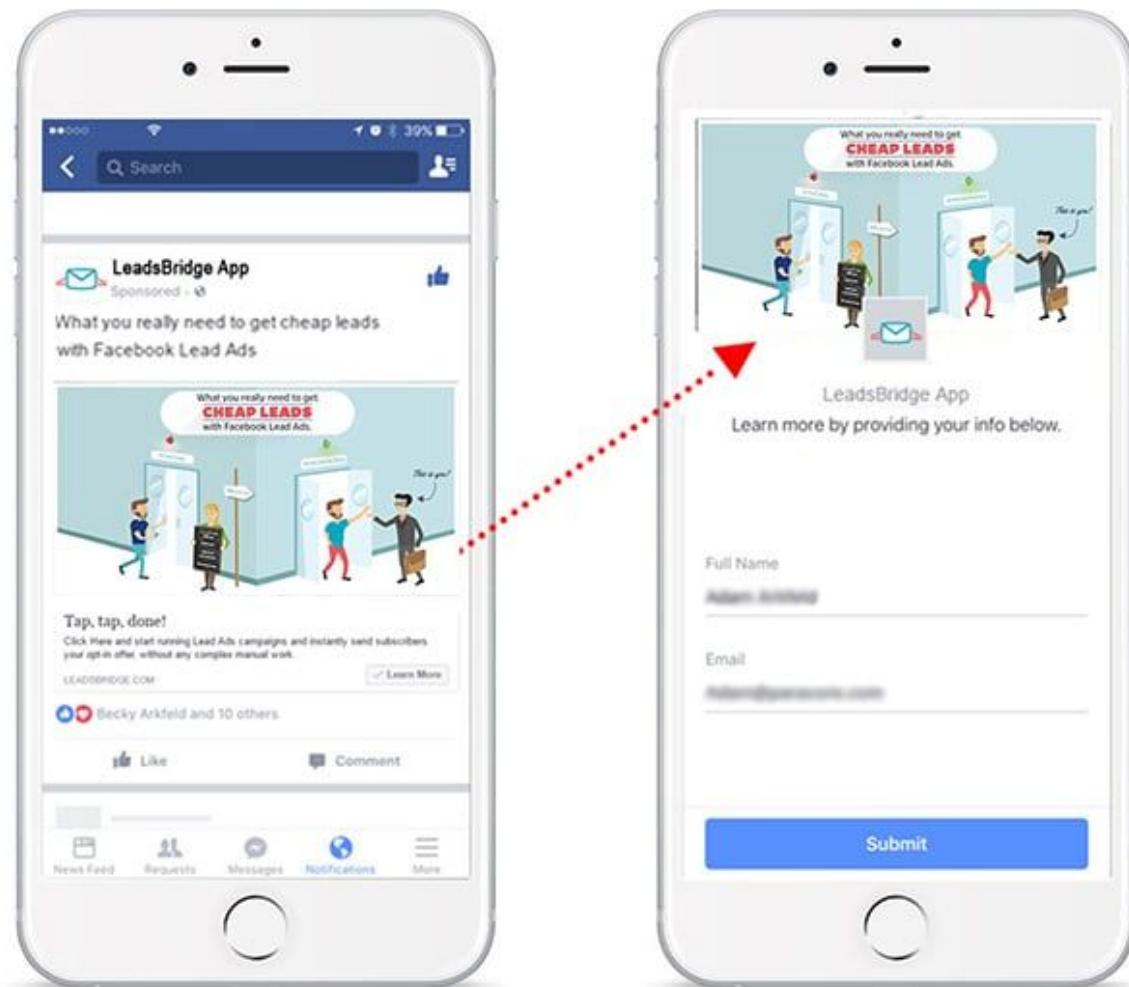
Second Prize - Weekly draws for one (1) of seven (7) FREE movies and one (1) of two (2) \$50 Mark's Gift Cards.

Up your chances to win by sharing with your friends! Share with up to fifteen friends for a maximum of fifteen (15) additional entries!

[See contest rules.](#)

Cómo hacer crecer tu Base de datos

Campaña
Publicitaria
En Facebook



Cómo hacer crecer tu Base de datos

Formulario de contacto en eventos, locales físicos, etc.

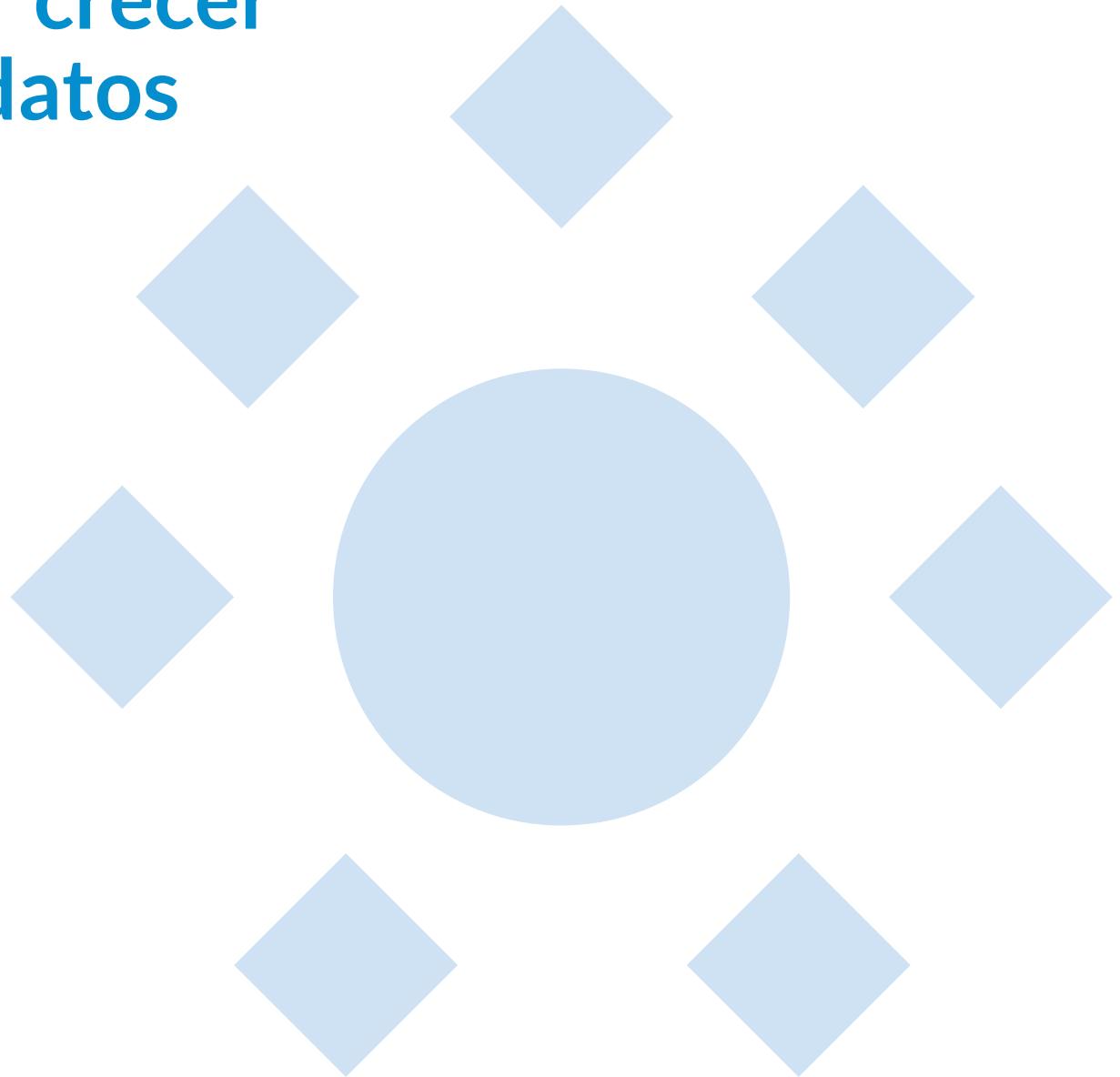
¿Cómo calificarías la atención recibida?

¿Qué nos recomendarías para mejorar nuestro servicio en nuestros restaurantes?

¿Cuál es tu opinión sobre nuestra oferta gastronómica?

Déjanos tu email para recibir novedades y descuentos exclusivos en todas nuestras sucursales.

Cómo hacer crecer tu Base de datos



Cómo hacer crecer tu Base de datos

TIPS!



- El formulario de contacto debe ser simple de completar
- El formulario debe incluir 4 o 5 campos, como máximo
- Ofrecer a los usuarios algún beneficio o recompensa
- Puedes pedir el email a los usuarios cuando ingresan a tu sitio web, o en alguna instancia de “checkout” (finalización del proceso de compra)

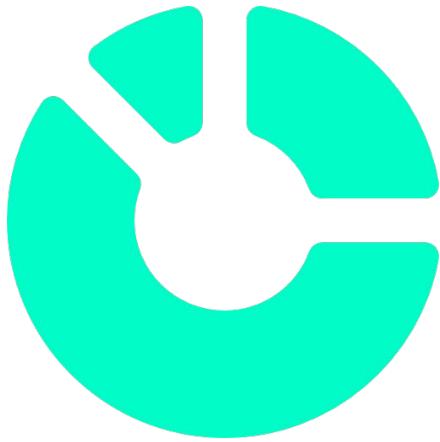
Segmentación de Base de datos



¿QUÉ ES?

- Agrupar a los suscriptores según determinadas características en común.
- Una vez definidos tus públicos objetivos/buyers-persona, puedes determinar cómo segmentar tu base de datos.
- Esto se reflejará (parcialmente) en los formularios de contacto que utilices para captar suscriptores.

Segmentación de Base de datos



¿QUÉ CRITERIOS UTILIZAR?

- Puedes utilizar infinita cantidad de criterios y variables para segmentar tu base de datos.
- Veamos algunas opciones:
- Sexo/género
- Edad
- Fecha de última compra en tu sitio web
- Productos/servicios comprados
- Ubicación geográfica
- Industria/profesión
- Datos sobre mascota
- Tipo de cliente (consumidor final, mayorista, empresa)
- Intereses

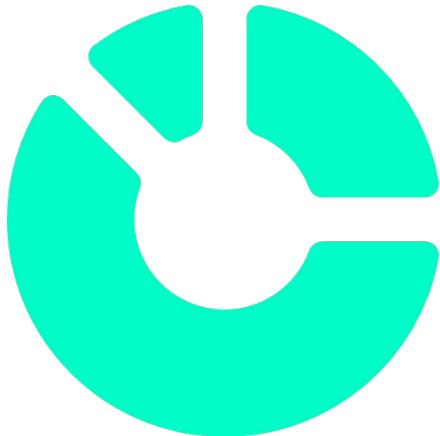
Segmentación de Base de datos



¿DÓNDE GUARDAR/ALOJAR?

- Las bases de datos se pueden alojar en:
- Planilla de cálculos (Excel, Hoja de cálculo de Drive)
- Notepad / Bloc de notas
- Access (programa de Microsoft Office)
- Servidores de base de datos vinculados a sitios web (SQL, MySQL, etc.)

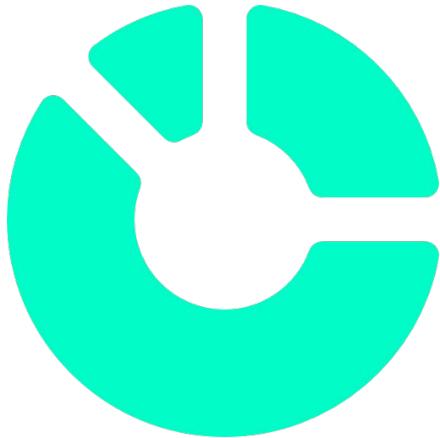
Segmentación de Base de datos



Donde sea que esta información se encuentre alojada, considerar los siguientes puntos:

- Deben ser datos que se encuentren protegidos, y debe cuidarse quién tiene acceso a los mismos
- Debe depurarse/analizarse la base de datos con cierta periodicidad.

Limpieza de Base de datos



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

- Nos aseguramos de trabajar con usuarios cuyas cuentas de email se encuentren activas
- Evitamos penalizaciones por parte de la plataforma de email marketing que utilicemos para envío de campañas.
- Reducimos las posibilidades de caer en SPAM

Limpieza de Base de datos



TIPOS DE EMAILS A ELIMINAR

- Cuentas inexistentes
- Cuentas con inactividad por más de 6 meses
- Cuentas mal redactadas (ej.: daniela@gmial.com)

PLATAFORMAS DE EMAIL MARKETING Y HERRAMIENTAS ADICIONALES

Email Marketing Landscape





MailChimp®



MailChimp®

¿POR QUÉ MAILCHIMP?

- Cuenta gratuita de por vida (hasta 2.000 suscriptores, hasta 12.000 emails por mes)
- Sencillo y fácil de utilizar, súper intuitivo
- Lleva más tiempo en el mercado
- Ofrece integraciones con otras plataformas
- Plantillas pre-diseñadas
- Medición instantánea de resultados
- Fácil organización de listas de usuarios



MailChimp®

New Arrivals

Help Save As Template Preview & Test Save & Exit

SHOP ABOUT HELP

Jacket

\$185.00

Leather clutch

\$75.00

Checkered dress

\$75.00

Doppler



¿POR QUÉ DOPPLER?

- Prueba gratuita con hasta 500 suscriptores.
- Campañas automatizadas
- Disponible en español
- Blog constantemente actualizado
- Medición instantánea de resultados
- Simple de utilizar

Bienvenido a Doppler

¿Necesitas ayuda para comenzar? Con nuestros prácticos videotutoriales aprenderás cómo crear una Campaña de Email Marketing en tan sólo cuatro pasos. ¡Manos a la obra!



Crea tu primera Lista de Suscriptores

¿Quiénes recibirán tus Campañas? Comienza creando una Lista. Si no sabes cómo hacerlo

[Mira este video tutorial.](#)

[Crear una Lista](#)



Crea tu primera Campaña de Email

El segundo paso es crear tu primera Campaña. Tienes tres tipos diferentes para elegir.

[Mira este video tutorial.](#)

[Crear una Campaña](#)



Mide tus Reportes

Podrás ver quién abrió tus Emails, en qué links hizo click y muchas cosas más.

Aprovecha al máximo esta información.

[Ir a Reportes](#)



Google Analytics



¿POR QUÉ GOOGLE ANALYTICS?

- Herramienta de analítica de sitios web
- Gratuita
- Herramienta complementaria para el análisis de la campaña de email marketing
- Sirve para analizar las actividades realizadas por el usuario en el sitio web, una vez que arribó al mismo desde una campaña de email marketing

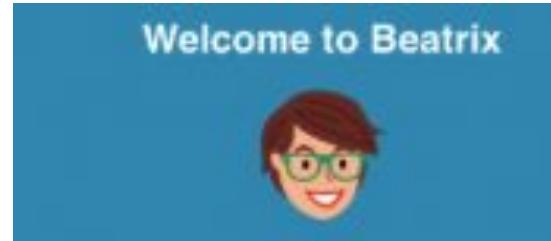
TIPOS DE EMAILS / CAMPAÑAS

Emails de Activación / Bienvenida

Primera Interacción con Cliente/

Possible Cliente

- Bienvenida
- Regalo
- Explicación Producto/Servicio



Emails de Activación / Bienvenida



Activa tu cuenta ahora

¡Sólo falta un paso! Ahora debes activar tu cuenta. No esperes más y comienza a disfrutar de los servicios que Doppler tiene para ofrecerte.

Usuario

xxxxxxxxxx

¡Activa tu Cuenta!

Emails de Activación / Bienvenida



NUESTRO DESAFÍO: ¡QUE LO PASES EN GRANDE!



SOMOS EXPERTOS EN DIVERSIÓN

Llevamos más de 15 años atrapando los mejores planes para ti, ya sea dentro o fuera de tu ciudad.



COMPARTIMOS LOS MEJORES PLANES

Nuestra comunidad te ayuda a descubrir lo que se ofrece la vida más allá del sofá.



OFRECEMOS TRUCOS PARA HUIR DE LA RUTINA

Somos auténticos Houdini; siempre con un plan bajo la manga.

¡EMPIEZA A APROVECHAR TU TIEMPO LIBRE!

[DESCUBRE ATRÁPALO](#)

Emails de Activación / Bienvenida



Thank you for subscribing to our newsletter,
with updates from eCommerce Booster. We promise
to send you only information that is valuable and relevant!



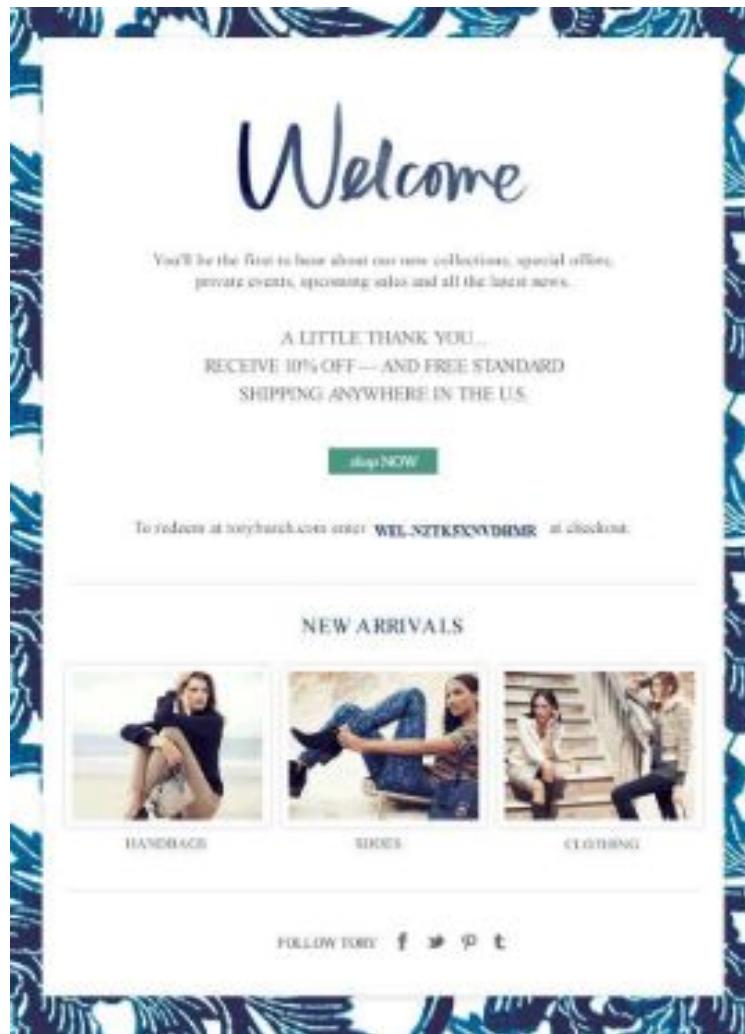
Check your
email for a gift

We've sent you our exclusive
e-book, with adorable tips
on how to start and grow
your e-commerce business.

Join us on social media:



Emails de Activación / Bienvenida



Emails de Activación / Bienvenida



Emails de Activación / Bienvenida



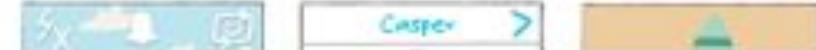
¡Hola fren doppler! Antes de comenzar a utilizar Snapchat, te recomendamos confirmar tu email. Esto mejora la seguridad de la cuenta y te asegura que podrás recuperarla si olvidas la contraseña.

No te preocupes, no te enviaremos spam.

[CONFIRMAR DIRECCIÓN](#)

Si esta no es tu cuenta de Snapchat o no te registraste en Snapchat,
[haz clic aquí](#) para eliminar tu email de esta cuenta.

¿Qué puedes hacer con Snapchat? ¡Bastante!



Emails de Activación / Bienvenida



TE ESTABAMOS ESPERANDO!!

Ya sos parte de Renová Tu Vestidor, la primera comunidad online de la Argentina donde las mujeres abren sus vestidores para compartir, comprar y vender aquella ropa que ya no usan.

Ahora es tu turno de renovarte:



COMPRAR



VENDER



[Como funciona?](#)

Copyright © 2014, [RenováTuVestidor.com](#), All rights reserved.

info@renovatuvestidor.com

Emails de Activación / Bienvenida



Funciona así



Abre la app

Viajes para cualquier ocasión. Disponibles de día o de noche.



Agrega un destino

Establece tu ubicación y obtén un viaje puerta a puerta en cuestión de minutos.



Disfruta de tu viaje

Uber es la forma más rápida y confiable de viajar.



Emails de Promoción / Comerciales

Objetivo

Que los usuarios conozcan tus ofertas, productos y/o servicios, y avancen con la compra/adquisición de los mismos (ya sea a través de un medio físico o digital)



Emails de Promoción / Comerciales

Cupónica

HASTA
90%



Escapate a Nono en Vacaciones de Invierno: 4 ó 3 noches para 2, con días a elección para Aprovechá y disfrutá uno de los mejores lugares

\$4.266 Antes \$8.400

49% off: **VER OFERTA!**



Tandil: 2, 3 ó 4 noches para 2 personas en Cabañas Súper Equipadas
Aprovechá para escaparte a este hermoso lugar serrano para disfrutar de la naturaleza pura

\$2.937 Antes \$4.900

41% off: **VER OFERTA!**



Valeria del Mar: 3 ó 5 Noches para 2, 3 ó 4 Personas ¡Incluye Desayuno!
¡Escapate estas vacaciones en familia a Valeria del Mar!

\$8.295 Antes \$11.850

30% off: **VER OFERTA!**

BODEGA & VIÑEDOS



Domingo 8 de Julio ¡Viva la Independencia!

Celebramos el Día de la Independencia con una costumbre bien argentina: el locro, las empanadas y el buen vino.

Te esperamos, junto a familia y amigos, a compartir un día muy especial y en un lugar único.

Info y Entradas

O al +54 9341 681-2450

Compartí estas ofertas



VENITE A DIA %

MARKET

CONSULTÁ TUS AHORROS SIEMPRE



Disponible en Google Play y App Store.
Descargar en Google Play
Descargar en App Store

LUNES 9 °



Galletitas con Chips de Chocolate
Dia % x 90 grs.
Precio normal del combo: \$ 20-99
Precio x kg.: \$ 111.11



Barra Quillamanchas
Dia % x 75 grs.
Precio normal del combo: \$ 10-99
Precio x kg.: \$ 100.00

MARTES 10 °



Queso Untable Varios Sabores
Dia % x 180 / 200 grs.
Precio normal del combo: \$ 40-99
Precio x kg.: \$ 138.88 / \$ 125.00



Yogur Firme Vainilla / Frutilla
Dia % x 250 grs.
Precio normal del combo: \$ 93-99
Precio x kg.: \$ 50.00



**TE QUEDAN
MUY POCAS
HORAS DE
PRE-SALE**

**APROVECHÁ YA
TU ACCESO
EXCLUSIVO**

**TERMINA
HOY
OOHHS**

Válido en todas las marcas

VIP SALE
30% OFF EXTRA
**Código:
MODYVIP**

ReX Te atendemos mejor

OPEN 24
LA ÚNICA SUCURSAL
ABIERTA LAS 24 HORAS

**CUPÓN
10% EXTRA**
EN TODOS LOS PRODUCTOS

Resumen de Compra

CÓDIGO: 10REX

Cupón de descuento
Si tenés un código de descuento
ingresalo aquí

10REX Aplicar

Elegí tu producto Comprá CUPÓN Disfrutá tu compra

También te puede interesar...

Pintura interior y exterior Revestimientos Herramientas Hogar Calefacción

GARBARINO

GARANTÍA DE CONFIANZA



Televisores



Heladeras y Lavado



Calefacción



Celulares



Pequeños Electro

COMPRÁ SIN MOVERSE DE CASA
FERIADO >>> MODO ON

CUPÓN

10% OFF
EXTRA
EN
SELECCIONADOS



Cupón 10% OFF EXTRA

Decile sí a tu instinto shopping en este #FeriadoModoOn! Te acercamos la fórmula perfecta para hacerlo: Cupón 10% OFF + Cuotas.

[Ver cupón](#)

EXPERIENCIA
OSIBO

DESPIERTA TUS SENTIDOS



EXCLUSIVO
DE DOMINGO
A MIÉRCOLES

\$360

Copa de bienvenida + Entrada
Plato principal + Postre o Café

(PODES PEDIRLO CON: LOMO O POLLO O SALMÓN O SUSHI)



HACÉ TU RESERVA

Precio por persona. Sólo para pago en efectivo.
No acumulable con otras promociones.



 Escuela Argentina de Finanzas Personales

OFERTA DE CURSOS PRESENCIALES

17 JUL Cómo mejorar la rentabilidad de tu negocio
Lic. María Marcela Rizzo

23 JUL Matemática Financiera
Lic. Ana María Nappa

24 JUL Acciones
Lic. Iván Vizental

Nuestros cursos tienen una metodología 100% práctica.



 **Inscribite**

Por consultas e inscripciones | cursos@eafp.com.ar
Consultas vía WhatsApp | ☎ 011-3287-0813



TICKETEK

**TENEMOS LO MEJOR
DEL ENTRETENIMIENTO PARA VOS**



PINK FLOYD'S
ROGER WATERS
IS+THEM
6 DE NOVIEMBRE AGOTADO
9 DE NOVIEMBRE NUEVAFECHA
ESTADIO ÚNICO DE LA PLATA

[COMPRAR](#)



KASABIAN
27.9.2018
ESTADIO OBRAS

[COMPRAR](#)

ROGER WATERS | 6 y 9.11 KASABIAN | 27.09

Estadio Único de La Plata Estadio Obras



**Nick Cave &
The Bad Seeds**
ESTADIO MALVINAS ARGENTINAS,
Buenos Aires, Argentina
10 de Octubre 2018

[COMPRAR](#)



TELAS POR NOMBRE

TELAS POR USOS

VENTA MAYORISTA

APURATE, QUEDAN POCOS DIAS!

Envío Gratis

COMPRAR

Compra mínima \$3.000

El descuento no aplica sobre precios por pieza cerrada.

No aplica sobre friselinas, tul, ni packs.



2x1

3x2

30%

OFERTAS

¡ESPECIAL MAQUILLAJE!

HASTA

2x1



Comprar

+ 15%

y hasta

6 CUOTAS
SIN INTERÉS

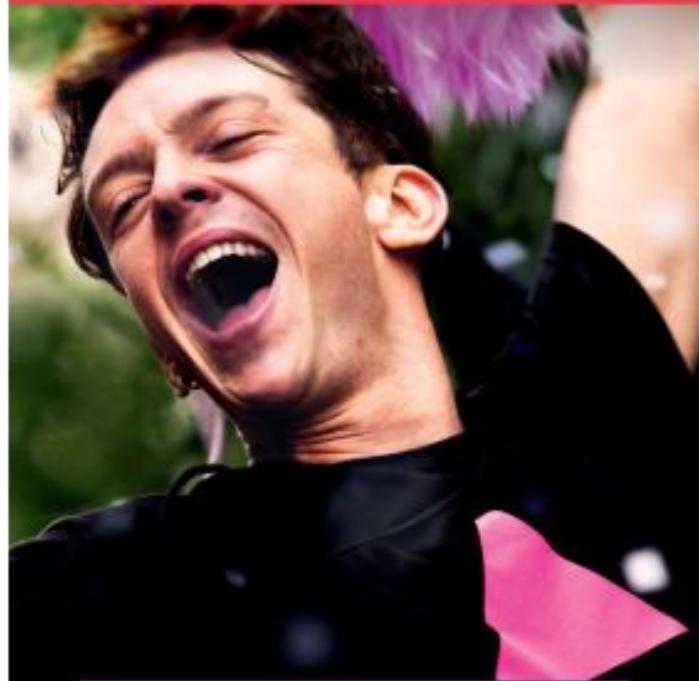
¡ES VIERNES!
HSBC

¡Ofertas destacadas!

HASTA -40% Cuidado de la Piel

Ver más

ASOCIASTE A FUNDACIÓN HUÉSPED



Y LLEVATE

120 PULSACIONES POR MINUTO

LA PELÍCULA SOBRE LOS INICIOS DEL ACTIVISMO EN VIH.
GANADORA DEL GRAN PREMIO DEL JURADO DEL FESTIVAL DE CANNES

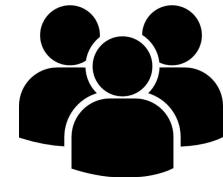
¡QUIERO EL DVD!



FUNDACIÓN
HUÉSPED
PREVENCIÓN-CIENCIA-DERECHOS

Emails de Contenido

Se brinda a los usuarios contenido de interés.



El objetivo de este tipo de campañas es generar un vínculo con los usuarios a largo plazo.



NO tienen como objetivo la venta inmediata.





Delicious Discoveries

Hi Daniela! Here are some of this week's most popular recipes to inspire your next meal.

Weeknight Dinners



Vegetable Polenta
Kebobs With Chimic...

DELISH KNOWLEDGE



Easy Vegan Vietnamese
Pho Soup

HAPPY KITCHEN.ROCKS



**TRUCOS EFECTIVOS PARA EVITAR
EL PELO GRASO**

Si tenés el pelo graso tenés que conocer estos trucos que le ayudarán a absorber un poco la capa de aceite y mantenerlo lindo y manejable.

HACÉ CLICK ACÁ



Prepará esta receta de guacamole con mariscos

La chef Martita Jara le puso un delicioso giro de mariscos al guacamole y queremos compartirlo con vos. Aprendé a prepararlo y disfrutalo con unos nachos.

[CONOCÉ MÁS](#)



Aprendé a maquillarte para una ocasión especial

Te damos los trucos perfectos para que te maquilles cuando tengas una ocasión especial y verte más guapa de lo normal.

[CONOCÉ MÁS](#)



ESPAZO PUBLICITARIO

Disfrutá a pleno tus vacaciones de invierno By LATAM Pass

El cambio de estación...

[VER MÁS](#)



Vuelve "FECA, Festival de Café"

El sábado 19 y domingo 20 de mayo...

[VER MÁS](#)

Quick Tips for Using Report Graphics



Graphics are an invaluable tool that can make any report better—regardless of its size, scope or complexity. Problem is, most of us aren't trained graphics designers. This may make the process seem a bit overwhelming.

You should use graphics when:

- Presenting numerical data to show trends, distributions, or comparisons.
 - Giving instructions or explaining a process to avoid being misunderstood.
- Presenting information for choices or decisions that need to be made.

Read the rest of the article to find out what graphics to use and how to make them.

[Read the Full Article](#)

> DESTACADOS

#MujeresEmprendedoras metodologías ágiles

Agile para tener más tiempo: cómo se organizan las programaciones y qué podemos aprender de ellos.

18 de julio, 19:30 hs en ASEA (13 Septiembre 5210)

ASEA



ENCUESTA NACIONAL DE EMPRENDEDORES

Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA) en conjunto con la Secretaría de Emprendedores y PyMES (SEPYME)

Estrategias de Financiamiento para Emprendedores

Webinar

24 de mayo a las 18:00
Mark Ramondt
Cofundador Ejecutivo de ASEA

Reserva tu plaza en [este link](#)

ASEA

#MUJERES

EMPRENDEDORAS:
Metodologías ágiles para aprovechar mejor tu tiempo.

Este 18 de julio te invitamos a una nueva edición de **Mujeres Emprendedoras**, en modalidad Workshop, para aprender sobre cómo las metodologías ágiles pueden ayudarnos a administrar nuestro tiempo a la hora de emprender.

[LEER MÁS](#)

PRIMER ENCUENTRO ASEA EN ROSARIO: ¡GRACIAS!

El jueves 28 de junio más de 200 emprendedores se reunieron en Rosario para disfrutar de una jornada de capacitación, inspiración y networking, ¡gracias a todos!

#EmprenderSePuede

[LEER MÁS](#)

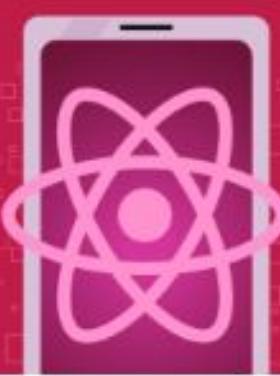
¡MIRÁ! #WEBINARASEA: FINANCIAMIENTO PARA EMPRENDEDORES

Te invitamos a responder esta encuesta nacional de emprendedores que estamos llevando adelante en conjunto con la SEPYME con el fin de poder conocer las necesidades y perfiles de emprendedores en todo el país.

En línea con nuestra misión de acercar contenido de valor a los emprendedores de todo el país, compartimos con ustedes un nuevo #WebinarASEA, esta vez sobre un tema transversal: financiamiento, de la mano de **Mark Ramondt**.

[LEER MÁS](#)

[LEER MÁS](#)



Platzi

¿REACT O APPS NATIVAS?

¿Crear apps en React Native o nativas?

Después del furor por React Native, en las últimas semanas algunos grandes decidieron volver a **desarrollo nativo**. Freddy te cuenta por qué y analizamos al detalle los pro y contra en esta polémica.

[Entrar a PlatziLive](#)

El mundo tech se mueve muy rápido. Para mantenerte actualizado Christian preparó el **resumen de todo lo que necesitas saber** esta semana, CvanderNews.

El mexicano Philip Winter nos cuenta cómo una regadera que ahorra el 70% de agua llegó a ser respaldada por **inversionistas de Silicon Valley** y empresarios como Tim Cook y Eric Schmidt.

¿Has jugado Fortnite? Nosotros sí y lo amamos. Esta semana salió la **nueva temporada del juego** que está rompiendo todos los records en la industria, te contamos su historia y por qué es tan genial junto al gamer más fan del team Platzi, Ricardo Celis.

Emails de Re-activación de usuarios / Seguimiento

Utilizados para llamar la atención de un usuario inactivo, que hace cierto tiempo no interactúa con nuestro sitio web o no han completado una transacción con nuestra marca.





it's been a while!

We hope you enjoy receiving Crocs email. We'd like to continue sending exclusive email promotions, special events and new product launches, but we need you to verify your subscription.

Confirm today and we'll send you a code for **20% off** your next Crocs.com purchase.

[verify your subscription >](#)



[Deals](#) [Subscriptions](#)

WE MISS YOU!

We haven't seen you in awhile.
Please enjoy a **special treat**
to help you spoil your pooch!



20% OFF
your next
purchase
with code
PAWSOME
at checkout

[SHOP NOW ▶](#)

Offer expires 5/25/14 at 11:59 CST



[Friend Us](#)



[Follow Us](#)



[Forward Email](#)

Versión online | Desuscribirme



mercado
libre

Ya casi es tuyo, ¡no te quedes
con las ganas!

\$ 10.698⁰⁰

Envío gratis



Bicicleta R29 Philco Escape...

Continuar compra

Emails Institucionales

El objetivo es que los usuarios conozcan novedades propias de la empresa/institución (tales como cambios en términos y condiciones, etc.).



UBER



¡Bienvenido a nuestro correo mensual sobre novedades de Uber! Enterate de todo lo que pasó este último mes.



El Tribunal Superior de Justicia revocó el bloqueo de Uber

El dia 21 de Junio, el Tribunal Superior de Justicia de la Ciudad de Buenos Aires decidió revocar la resolución de la Cámara de Apelaciones en lo Penal, Contrevencional y de Faltas que buscaba inhabilitar el funcionamiento de Uber en Argentina. Esta sentencia, se suma a las otras centenales firmes que ya declararon la legalidad de Uber y reafirma nuestro compromiso con la continuidad del servicio en el país.



Protecting your privacy.

We believe you should always know what data we collect from you and how we use it, and that you should have meaningful control over both.

As part of our ongoing commitment to transparency, and in preparation for new EU data protection laws that take effect next month, we're updating Periscope's Privacy Policy and Terms of Service and consolidating them into Twitter's. We want to empower you to make the best decisions about the information that you share with us.

You should read our new policy and terms in full, but the key updates include:

- One Privacy Policy and Terms of Service now covers both Periscope and Twitter;
- The minimum age to use Periscope is 16 years old;
- More focus on the controls we offer you over your personal data;
- More clarity about how we share your data to prevent harm, comply with law, serve the public interest, and keep Periscope safe and welcoming for everyone.

The new [Terms](#) and [Privacy Policy](#) will take effect on May 25, 2018.

Daniela

Soy Kurt Frieder, uno de los fundadores y Director Ejecutivo de Fundación Huésped desde hace 20 años. Hoy les escribo para contarles que, en el marco de nuestro crecimiento institucional, entiendo que es necesario redefinir hacia el futuro el manejo operativo y estratégico de la organización.

En tal sentido, he presentado al Consejo de Administración una propuesta de delegación de la Dirección Ejecutiva en Leandro Cahn -actual Director de Comunicación y Desarrollo Institucional- quien, en tanto Director Ejecutivo, tendrá a su cargo la gestión cotidiana y estratégica de la institución. Tras más de quince años de trabajo conjunto no tengo dudas que Leandro tiene todas las condiciones y capacidades para liderar Fundación Huésped durante los años venideros. El Dr. Pedro Cahn seguirá a cargo de la Dirección Científica como hasta ahora.

Estamos trabajando esta transición desde hace algunos meses, y yo asumiré la Presidencia de la Fundación contribuyendo en todo lo referido a su representación legal, su fortalecimiento institucional y colaborando en proyectos especiales. Este cambio estructural es una respuesta necesaria y adecuada ante los crecientes desafíos que nuestra misión ampliada y visión estratégica nos demandan para los años que se avecinan.

En lo personal, esta nueva situación me permitirá manejar con mayor flexibilidad y menores urgencias mis compromisos personales y participar también en otros proyectos sociales de mi interés.



La CAC firmó un reajuste de la paritaria de Comercio



La Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC) firmó en la tarde de ayer con la Federación Argentina de Empleados de Comercio y Servicios (FAECyS) un incremento del 10% sobre las escalas de las remuneraciones básicas del CCT N° 130/75, tomando como base de cálculo los valores de marzo de 2018.

Frecuencia recomendada para Envío de campañas



- Lo último que queremos es que los usuarios se desuscriban de nuestra base de datos.
- Es por eso que es fundamental no saturar sus bandejas de entrada.
- Ideal iniciar campañas con una frecuencia mensual (1 email por mes).
- Si puedes crear campañas con contenido de interés u ofertas que crees que serán relevantes para tu base de datos, puedes incrementar la frecuencia de envíos a 2 veces por mes.

Frecuencia recomendada para Envío de campañas

- Esto también estará sujeto al rubro con el que trabajes.
- Hay plataformas que ofrecen ofertas y descuentos en forma diaria.

D Cupónica - Viajes	Inbox Day Spa en Pilar \$849 Nono en Vacaciones de Invierno p/2 49%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingrese...	2:14 PM
D Cupónica - Shopping	Inbox Organizador de Zapatos \$1299 Sommier + almohadas, sabanas y respaldo 36%OFF - Cuponica www.couponi...	10:26 AM
D Cupónica - Buenos A.	Inbox Zidane: Fondue de Queso Cheddar p/ 2 \$349 Sesiones de Regen 62%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar I...	3:12 AM
D Gurudeofertas	Inbox Tender para Balcón y Departamentos \$139. Sierra de los Padres Completo 50% Off. Picada. Almohada Vicoelá...	Jul 8
D Cupónica - Viajes	Inbox Gualeguaychú p/2 \$1999 Invierno en Complejo Sierras 60%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingrese la ...	Jul 8
D Cupónica - Shopping	Inbox Tocadiscos Vintage Retro \$1999 Juego de Living Palestino 60%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingre...	Jul 8
D Cupónica - Buenos A.	Inbox Circo Aventuras, al Rescate \$175 Cena + Clases de Tango + Show 70%OFF - Cuponica www.couponica.com.a...	Jul 8
D Gurudeofertas	Inbox Pergamino Desayuno y Pileta 40% Off. Juego de Sábanas Percal \$839. Almuerzo Buffet. Parlante Bluetooth. C...	Jul 7
D Cupónica - Viajes	Inbox Entre Ríos: 2 Noches p/ 2 \$1750 San Rafael p/ 2 ó 4 22%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingrese la si...	Jul 7
D Cupónica - Shopping	Inbox Juego de Cortinas \$265 Mesa de comedor + Sillas 45%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingrese la sig...	Jul 7
D Cupónica - Buenos A.	Inbox Sesiones de Tratamiento Corporal \$969 Tratamiento HIFU 45%OFF - Cuponica www.couponica.com.ar Ingres...	Jul 7
D Cupónica - Viajes	Inbox Bungalows El Silencio Gran Hotel Casablanca Relax en Pilar - Cuponica www.couponica.com.ar Ingrese la si...	Jul 6
D Gurudeofertas	Inbox Soporte Levadizo Bicicleta \$385. Tandil hasta 4 Noches 50% Off. Helado Freddo. Consola Juego Portatil. Día d...	Jul 6

Frecuencia recomendada para Envío de campañas

¡SÚPER IMPORTANTE!

Estar atento a métricas campaña a campaña (veremos esto en breve).

Preguntas a hacerse:

- ¿Ha bajado mi tasa de apertura?
- ¿Se han desuscrito gran cantidad de usuarios?

CONTENIDO Y DISEÑO DE CAMPAÑAS/PIEZAS

Redacción de Subject Lines

¿Qué es el subject line?

- Es el asunto del email
- Pieza redactada que describe (parcialmente) el contenido del email
- Debe ser llamativo
- Puede apelar a lo emocional
- Pocos caracteres (máximo recomendado: 50)
- No abusar de signos de exclamación/interrogación
- Optimizar nombre del remitente
- No abusar de las mayúsculas

Evitar el uso de palabras sensibles a los filtros de SPAM

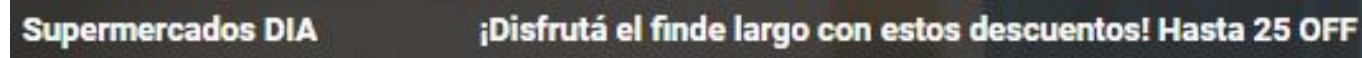
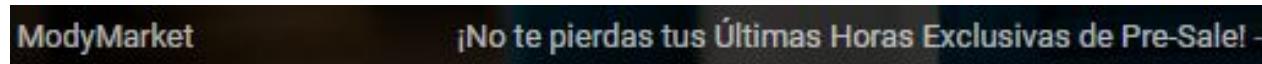
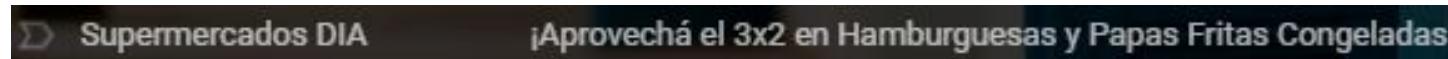
PALABRAS O EXPRESIONES PROHIBIDAS	EJEMPLOS
Palabras que implican gratuidad	gratis, 100% gratis, acceso gratuito, regalo, reintegro total, llama gratis, inversión gratis, instalación gratis, hosting gratis, dinero gratis
Palabras que implican descuento	mejor precio, 50% menos, ahorra hasta, promoción especial, por sólo, descuento, rebajas, oferta, compara precios, elimina tu deuda, menor precio, menor tasa de interés, ahorra, ¿Por qué pagar más?
Palabras que inducen a la compra / acción	compra, compra directo, aceptamos tarjetas de crédito, click aquí, presiona este vínculo
Palabras referentes al lucro del destinatario	gana dinero, gana dinero extra, ingreso adicional, compra dinero, crédito, financiación, ganar, gana, ingresos, aumenta las ventas, reintegro total, ingreso adicional, premios en efectivo, grandes ganancias, cheque/transferencia bancaria, gana por semana, beneficio total, beneficio real
Palabras que expresan exaltación	maravilloso, asombroso, increíble, sorpréndete, tus ojos no lo creerán, valores impresionantes
Palabras que crean sensación de urgencia	urgente, ya, hazlo ahora, llama ahora, inscríbete ahora, aprovecha hoy, no puedes vivir sin, obtén ahora, hazlo hoy, acceso instantáneo, comienza hoy, una vez en la vida, ¿qué espera?, toma la decisión ahora, por tiempo limitado, correo prioritario

Ejemplos de subject lines efectivos

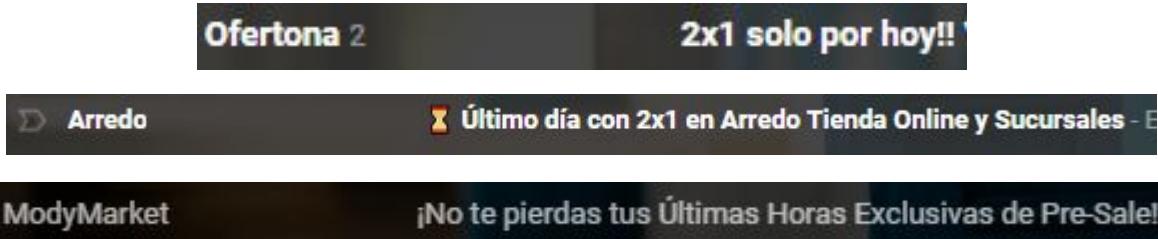
Invitar al usuario, involucrarlo, preguntas-desafío.



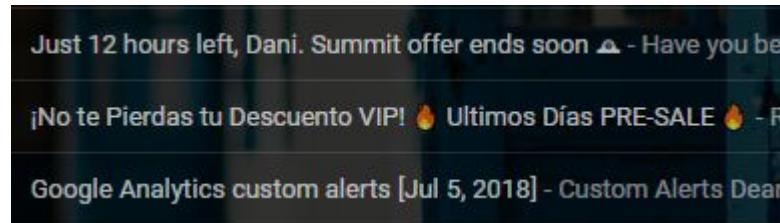
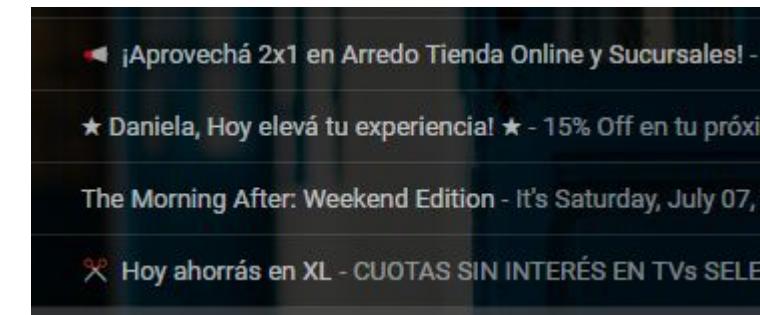
Llamadas a la acción, imperativos.



Sensación de urgencia



Uso de emojis para destacar en la bandeja de entrada



Anatomía de un Mensaje Efectivo

RESPONSIVE DESIGN

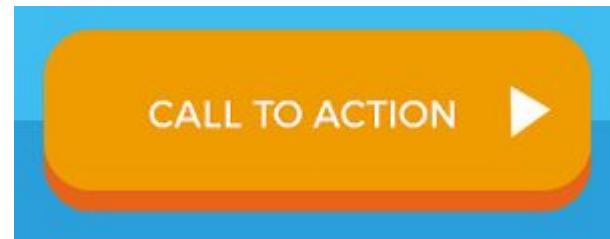
- Que una pieza sea responsiva significa que adapta sus elementos al dispositivo desde el cual el usuario visualiza la pieza.



Anatomía de un Mensaje Efectivo

CALL-TO-ACTION

- El call-to-action (o “llamada a la acción”) es un botón que indicará al usuario la acción a realizar a partir de la pieza de email.
- Debe corresponderse con los objetivos de la campaña.
- Debe contrastar con el resto del diseño.



Renova tu vestidor.com



DEL 5 AL 10/7

3X2

EN MÁS DE 500 VESTIDORES

Call-to-action

LLEVATE TODOOO! >

*El descuento se aplica automáticamente en el carrito.

PRECIOS REBAJADOS
HASTA 40% OFF

EN NUESTRA SECCIÓN
PRIDE SALE
INGRESANDO EL CÓDIGO PRIDE
EN EL PRIMER PASO DE TU COMPRA
DONDE DICE "TENGO UN DESCUENTO"



CLICK ACÁ

Call-to-action



SUPER DESCUENTOS Y MUCHAS CUOTAS



HASTA
60 % OFF
EN TODOS LOS PRODUCTOS

(*)

KEN BROWN TELEVISOR 32" SMART TV
KB32S2000SA

PRECIO ONLINE \$ 5.099,15

PRECIO CONTADO \$ 6.999,00

CODC172747E134124

AHORRO \$ 1.899,85



W COMPRAR

Call-to-action

See

Theatre Newsletter

'HEATHERS THE MUSICAL'

STARRING

CARRIE
HOPE FLETCHER

FROM 3 SEPTEMBER AT
THEATRE ROYAL HAYMARKET



Heathers The Musical

Don't miss *Heathers The Musical* as it transfers to the West End from 3 September for 12 weeks only at the Theatre Royal Haymarket following a record breaking sold-out run at The Other Palace. This hilarious adaptation of the classic 1980s movie features sensational brand-new songs and stars Carrie Hope Fletcher (*Les Misérables*, *Addams Family Tour*) as Veronica.

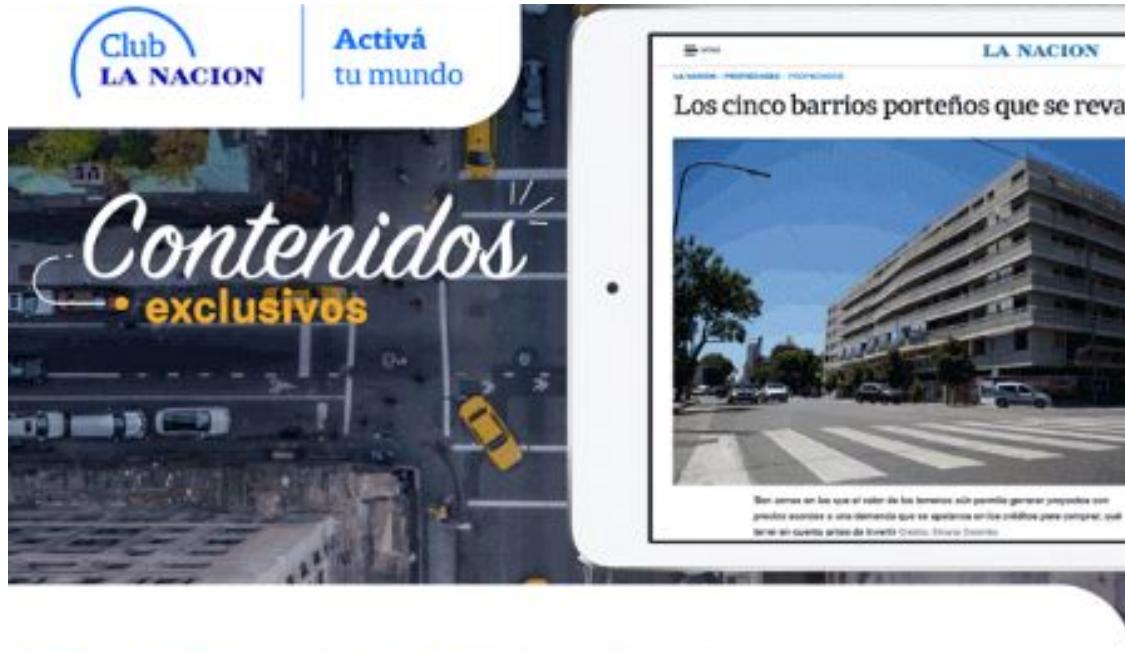
Tickets from £29.50

Find Tickets →

Call-to-action



Activá
tu mundo



Hola Dani, activando Club accedés a:



- Más de 3000 beneficios en moda, gastronomía, espectáculos, etc.
- Acceso ilimitado a LA NACION
- Hasta 3 dispositivos simultáneos.
- Bloqueo de publicidad emergente.
- Acceso a la edición impresa en pdf.

Call-to-action

3 MESES GRATIS →



Televisores



Mobile



Heladeras



Lavado



Calefacción

SUPER SALE

REBAJAS IMPERDIBLES
- para equipar tu casa -

Banco Nación
25 CUOTAS SIN INTERÉS*
en productos seleccionados

Mastercard VISA nativa

Call-to-action

¡Alerta de rebajas!

Sigue el #SuperSale y las ofertas no dan respiro! Encontrá eso que buscás para equipar tu casa y ahorrar en muchas cuotas.

Ver rebajas

Sometimes you find yourself in a hazy state, a “daze” if you will. It can be claustrophobic & limiting if you let it, or it can be dreamlike if you see things that way.



Call-to-action

[DOWNLOAD PACK](#)

24 HS. DE ENVÍOS GRATIS para las botineras! ⚽



Renová Tu Vestidor
to ▾

Renová tu vestidor.com

ENVÍOS GRATIS

hasta las 23:59 hs!

Usá código mundial

en tus compras mayores a \$800

ENTRÁ YA YA YA!



CAMBIOS

En todos tus pedidos.



ENVÍOS A TODO EL PAÍS

Ahora son un 20% más baratos!



MEDIOS DE PAGO

Tarjetas con cuotas, efectivo y transferencia bancaria.



PUNTOS DE RETIRO

Sin costo en CABA.



Compartílo!



Twittealo!



Reenvialo!

Copyright © 2014, RenováTuVestidor.com, All rights reserved.

Estructura

24 HS. DE ENVIOS GRATIS para las botineras! ⚽

Renová Tu Vestidor
to ▾

Renová tu vestidor.com

ENVÍOS

GRATIS

hasta las 23:59 hs!

Usá código mundial
en tus compras mayores a \$800



ENTRÁ YA YA YA!



CAMBIOS



ENVÍOS A TODO EL PAÍS
Ahora son un 20% más baratos!



MEDIOS DE PAGO
Tarjetas con cuotas, efectivo y transferencia bancaria.



PUNTOS DE RETIRO

Sin costo en CABA.



Compartílo!



Twittealo!



Reenvialo!

Copyright © 2014, RenováTuVestidor.com, All rights reserved.

This email was sent to GONZALEZ.DANIELABELEN@GMAIL.COM
[why did I get this?](#) [unsubscribe from this list](#) [update subscription preferences](#)
RenováTuVestidor | Miguelito - Buenos Aires, Buenos Aires 1428 - Argentina

Subject line
Remitente
Logo

Hero image
(imagen principal)

Call-to-action

Boxes/bloques con
contenido adicional
(destacar ventajas
comparativas adicionales)

Links a sitio web /
redes sociales

Footer / pie de pieza
(opt-out, información de
contacto de la empresa)

Recomendaciones

- Gran carga visual, poco texto (relación 70/30)
- Mantener diseño e imagen de marca a lo largo de todas las campañas (no utilizar más de 3 plantillas de diseño)
- Hasta 3 fuentes distintas, hasta 3 o 4 colores (tomados de paleta de colores de la marca)
- Si ubicas el logo de la marca en el header/encabezado, que ocupe hasta un 10% del total de la pieza
- Si hay texto, utilizar negrita para destacar palabras importantes. Frases cortas.
- Footer/pie del email: incluir datos de contacto de la empresa, links a sitios web, redes sociales y opción de desuscripción.

Templates



Logo

Share your story.

Newletters keep people engaged with your brand. Share articles or videos, let people know about new products or promotions, or invite them to events.

 Add a photo here.

The main story

Make your email easy to read by leading with one big feature or idea. Use your latest blog post or a new product feature.

Start by replacing the full-width header and feature images with your own, or use a [solid-color background](#).

Testeo, revisión y envío de campañas



Previo a enviar la campaña:

- Revisar que no haya errores de ortografía
- Asegurarse que un tercero (persona ajena a la marca, que no está viciada por los contenidos de la misma) observe la pieza y nos brinde su feedback

Testeo, revisión y envío de campañas



Envío de pieza para testeo (previo a envío de campaña):

- Enviar la campaña de prueba
- Testear la campaña en distintos dispositivos y servidores de email
- Corroborar que el subject line sea legible en celulares (que no se corte)
- Chequear que la pieza sea de fácil lectura y visualización en dispositivos móviles
- Corroborar que los links de los call-to-action redirijan al enlace correcto

MÉTRICAS

Métricas

- Una vez enviada la campaña de email marketing, debes analizar los resultados de la misma.
- El objetivo de analizar métricas es definir qué funcionó y qué se puede mejorar, de forma tal de optimizar la campaña siguiente para obtener mejores resultados.

Métricas

SENT/ENVIADOS

- Cantidad de cuentas de email a las que se envió la campaña.

DELIVERY

- Cantidad de cuentas de email que recibieron la campaña en su inbox.

DELIVERY RATE

- Tasa de entrega.
- $(\text{Emails entregados}/\text{Emails a los que se envió la campaña}) * 100$

Métricas

OPEN

- Cantidad de usuarios que abrieron el email.

OPEN RATE

- Tasa de apertura.
- $(\text{Mails abiertos}/\text{Mails entregados}) * 100$

Métricas

CLICKS

- Interacción de los usuarios con el contenido de nuestro email (foco en call-to-action)

CTR (CLICK-THROUGH RATE)

- Tasa de clicks.
- $(\text{Clicks}/\text{Mails entregados}) * 100$

Métricas

ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS

- Una vez enviada la campaña, analizar resultados.

Métricas promedio de herramienta email marketing

DELIVERY RATE	OPEN RATE	CTR
%100 - %98	%15 - %30	%3 - %10

TEST A/B

TEST A/B

- Testeo de una variable, que cobra dos valores
- Corroborar qué opción funciona mejor en nuestra base de datos

¿Qué se puede testear?

- Subject line
- Hora y día de envío
- Diseño del email
- Call-to-action

TEST A/B

PROCESO

- Seleccionar un 10% del segmento de la base de datos a utilizar
- Ese 10%, dividirlo en dos partes
- A una parte, se le enviará el email tipo A
- A la otra parte, se le enviará el email tipo B
- Analizar resultados
- El email con mejores resultados (A o B), será utilizado para el 90% del segmento restante

TIPS FINALES Y CHECKLIST

TIPS FINALES Y CHECKLIST

- Considerar por qué motivos envías el email.
- Pensar en un contenido que sea relevante para el grupo de usuarios al que quieras llegar.
- Recuerda que el diseño sea atractivo, y que un tercero lo analice previo al envío.
- Realizar testeo de pieza final, previo al envío de la campaña.
- Analizar resultados/métricas (aguardar hasta 48 / 72 hs. posteriores al lanzamiento de la campaña), y tomar decisiones para futuras campañas.
- Realizar test A/B, siempre que haya tiempo.

Checklist

EMAIL MARKETING CAMPAIGN CHECKLIST		
Nombre de la campaña:		
Segmento:		
Subject line:		
Remitente:		
Objetivo/s:		
Texto CTA:		
Link CTA:		
DESTINATARIOS / SEGMENTO		Check
¿El segmento al que lo envías, es el correcto?		
La base de datos, ¿ha sido depurada/limpuada hace un mes o menos?		
Los destinatarios, ¿han aceptado en alguna instancia recibir emails con fines comerciales de parte de tu marca/empresa?		
CONFIGURACIÓN		Check
El subject line, ¿es visible en dispositivos móviles?		
El subject line, ¿contiene palabras / elementos que afecten la entrega del email, y hagan que el mismo pueda caer en SPAM?		
¿Será claro para los usuarios quién es el remitente de la campaña?		
La fecha y hora de envío de la campaña, ¿son consistentes con el segmento al que haces el envío?		
¿Todos los links de la pieza funcionan correctamente?		
¿Has incluído sitio web, redes sociales y medios de contacto de la empresa?		
DISEÑO / CONTENIDO		Check
¿Se adapta a todos los dispositivos?		
¿Tiene una estructura visualmente clara?		
¿Contiene más imagen que texto?		
El call-to-action, ¿contrasta con el resto del diseño?		
El call-to-action, ¿contiene un texto atractivo?		
El call-to-action, ¿se corresponde con el / los objetivo / s de la campaña?		
El contenido del email, ¿contiene palabras / elementos que afecten la entrega del email, y hagan que el mismo pueda caer en SPAM?		

¡FELICITACIONES!

Ya estás listo para enviar
Tu primera campaña de
Email marketing



¡Muchas gracias!

