

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

# **DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**COMUNITY MANAGER Y  
MARKETING DIGITAL**

## **Tema**

**EMAIL MARKETING: ¿ES LO MISMO  
QUE UN PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN?  
¿QUÉ ES UN PROGRAMA DE  
FIDELIZACIÓN? CASOS DE ÉXITO.**

**Email Marketing: ¿es lo mismo que un programa de fidelización?  
¿Qué es un programa de fidelización?**

El email marketing, o marketing por correo electrónico, es un tipo de marketing que permite a los clientes de tu lista de emails conocer nuevos productos o servicios o recibir descuentos, entre otras comunicaciones.

También puede ser un canal de venta más sutil que eduque a tu audiencia sobre el valor de tu marca o que ayude a mantener interacción con esta entre compra y compra.

**¿Qué es el email marketing?**

El email marketing es una estrategia de comunicación digital que consiste en el envío de correos electrónicos para obtener conversiones.



Los objetivos del email marketing son:

- Captar nuevos clientes - generación de leads.
- Mejorar la relación con los clientes actuales.
- Crear un vínculo entre consumidor y empresa.
- Interactuar con el público objetivo.
- Aumentar el número de ventas.
- Comunicarse con el cliente durante el proceso de compra.

### ¿Para qué sirve el email marketing?

El email marketing permite enviar correos electrónicos masivos o transaccionales (por ejemplo, al realizar un pedido) a tu audiencia.

Se trata de canales de comunicación que puedes incorporar a tu estrategia de marketing digital, ya tengas una tienda física o sea un ecommerce.

En el último año se ha consolidado como una vía de comunicación esencial, que además crea un lazo significativo y rápido con tu público objetivo.



Principales usos del canal de marketing, son las siguientes:

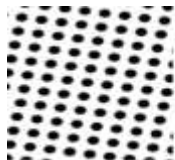
- Contacto directo con clientes (mensajes directos a la bandeja de entrada)
- Permite construir una comunidad de suscriptores con alto engagement
- Se adapta a todo tipo de empresa: ecommerce, tienda física, etc.
- Se combina fácilmente con la automatización de marketing (por ejemplo, puedes programar campañas).
- Es un canal directo con tu público objetivo
- Genera tráfico en otros canales, como redes sociales
- Se trata de un canal de marketing digital fácil de usar.
- Permite compartir contenidos promocionales.
- Acompaña en el proceso de compra (carrito abandonado, confirma pedidos)

## **Ventajas de usar email marketing en el negocio**

El email puede ser tu aliado en cada etapa de la relación con el cliente:

atracción, lead , prospección, conversión y generación de lealtad.

Además, se considera uno de los canales con mayor rentabilidad dentro del marketing online, es necesario contar con una estrategia de contenido clara, concisa y que aporte valor.



## **VENTAJAS DEL EMAIL MARKETING**



- Mayor tasa de conversión
- Rentabilidad
- Rápido y eficaz
- Medible
- Personalizable
- Segmentable
- Te permite seguir presente en la mente del consumidor

## **Ventajas de usar email marketing en el negocio**

- 1.-Permite una comunicación directa.
- 2.-Promueve las ventas cruzadas.
- 3.-Es accesible.
- 4.-Permite enviar recordatorios
- 5.-Inmediatez.
- 6.-Envío masivo.

### **1.-Permite una comunicación directa**

El email marketing también ofrece la oportunidad de hablar directamente con tu audiencia (es decir, tus suscriptores) y ofrecerle contenido de valor, creando una conexión que da un sentimiento de distinción y preferencia al destinatario.

### **2.-Promueve las ventas cruzadas.**

Puedes enviar por ejemplo, una newsletter mensual para dar a conocer a tus clientes otros productos, promover la actualización de un plan o la adquisición de add-ons.

El newsletter es un correo electrónico que se envía a una lista de suscriptores interesados.

Esta comunicación da a las empresas la oportunidad de compartir contenido valioso, noticias relevantes y ofertas especiales con su audiencia.

El cliente no siempre tiene en mente toda la gama de productos con la que cuentas, y un email puede ser la herramienta ideal para recordar o dar a conocer los productos que ofreces.

### **3.-Es accesible**

El correo electrónico te permite llegar a una amplia gama de audiencias y a un costo relativamente bajo en comparación con otros canales, permitiendo establecer relaciones duraderas con tus clientes y clientes potenciales.

### **4.-Permite enviar recordatorios**

La mayoría de las veces por las que un cliente no vuelve a consumir un producto o servicios es porque se ha olvidado de que existe.

Este canal te permite crear un flujo de recordatorios para que, cuando el cliente esté dispuesto a comprar un producto o servicio similar al que ofreces, tu empresa sea su primera opción.

### **5.-Inmediatez**

Los correos electrónicos son un excelente canal para dar a conocer novedades y promociones de manera instantánea y en el momento en que se necesita.

### **6.-Envío masivo**

La ventaja del marketing por correo electrónico radica en su gran escalabilidad.

- Esto se refiere al hecho de que los emails se pueden enviar a un gran número de destinatarios.
- La imagen de las campañas de mailing se han visto afectadas por el envío frecuente de correos sin valor a personas que no han solicitado recibir estos mensajes.
- Para que el email marketing tenga mayor éxito, tu base de datos debe de estar actualizada y debe ser una lista de contactos que hayan aceptado previamente recibir correos.
- De esta manera tendrás una base de datos realmente interesada en recibir tus mensajes.





## **Beneficios del email marketing**

- 1.-Mayor tasa de conversión.
- 2.-Rentabilidad.
- 3.-Rápido y eficaz.
- 4.-Medible.
- 5.-Personalizable.
- 6.-Segmentable.
- 7.-Te permite seguir presente en la mente del consumidor.



### **El marketing por correo electrónico tiene dos grandes ventajas:**

el email marketing permite - como medio de comunicación - desarrollar un sinfín de campañas de marketing muy distintas.

Desde campañas de fidelización, hasta correos de recompra o de recuperación de carritos abandonados.

el email marketing es perfecto para llegar directamente a los clientes con una variedad de propuestas y de contenido tanto de venta como de branding.

En comparación con otros canales de marketing, podríamos decir que el email marketing tiene las siguientes ventajas:

**1.-Mayor tasa de conversión:** Si se utiliza correctamente, el envío de emails tiene una tasa de conversión mucho más alta que, por ejemplo, las redes sociales.

**2.-Rentabilidad:** el coste de una campaña de email marketing es mucho menor que en otros canales tradicionales ,radio, televisión, etc.

**3.-Rápido y eficaz:** gracias al uso de Internet como medio de comunicación, podrás llegar a cualquier persona independientemente de dónde se encuentre.

Además, será muy sencillo segmentar y difundir tus campañas si usas una base de datos que esté bien construida y actualizada.

**4.-Medible:** Podrás recoger datos sobre el efecto de la campaña casi de inmediato.

Hay diferentes indicadores a observar:

la tasa de apertura, el número de clics, la tasa de rebote, etc.

A través de estos resultados, serás capaz de tomar medidas para aumentar los recursos de la campaña o aplicar métodos de corrección.

**5.-Personalizable:** Los mensajes que envías a tu audiencia se pueden personalizar.

Por ejemplo, utiliza su nombre, su ciudad, su edad, su historial de compra... O cualquier otro dato recogido en tu base de datos para personalizar al máximo el contenido.

Así, se provoca una sensación de cercanía y exclusividad que se traduce en un aumento de la lealtad y el valor de marca.

**6.-Segmentable:**

La base de datos y los resultados obtenidos del análisis de los indicadores son importantes.

Así, podrás segmentar el mercado mejor y aplicar diferentes criterios con datos como el índice de respuesta, si han realizado una compra, si abren los mensajes, etc.

**7.-Te permite seguir presente en la mente del consumidor:**

Si mantienes la relación con tu clientela, aumentarás las posibilidades de que vuelvan a adquirir productos o servicios de tu empresa.



### ¿Qué significan los programas de fidelización?

Los programas de fidelización funcionan ofreciendo incentivos a los clientes para que compren o colaboren con la empresa.

El objetivo es fidelizar a los clientes, aumentar el valor del ciclo de vida del cliente y mostrar su agradecimiento.



