



Una guía rápida para...

Crear un Gran Formulario Web

En esta guía...

Aprenda como el Generador de formularios de GetResponse puede hacer maravillas para su negocio. Esta gran solución no sólo es un generador de formularios web de vanguardia, sino que también le podrá ayudar con la segmentación de su lista así como con métricas de suscripción.



Contents

1. **Las Cinco Mejores Prácticas De Formularios Web**
 - 1.1 Regla simple y limpia
 - 1.2 Fuente (Tipo de Letra) – Fuerte y legible
 - 1.3 Botones grandes para una llamada a la acción de manera clara y vistosa
 - 1.4 Esquema de color – vivo y llamativo pero al mismo tiempo cálido y acogedor
 - 1.5 Utilice imágenes y gráficos que correspondan a su industria

2. **Incremente su índice de confirmación**
 - 2.1 Muestre un tutorial de confirmación
 - 2.2 Añada sus propias grabaciones de audio y video
 - 2.3 Utilice su propia página de confirmación
 - 2.4 Permita que el suscriptor permanezca en una página
 - 2.5 Confirmación de la llamada a la acción

3. **Lista de Segmentación de Impacto de Formularios web**
 - 3.1 Valores personalizados predefinidos – ¿Cómo funcionan?
 - 3.2 Su Generador de Formularios de Rentabilidad de Inversión (ROI)
 - 3.3 ¿Ahora, está listo(a) para ser una persona de acción?
 - 3.4 ¿Cuál es el promedio ideal para el número de campos de su formulario?

4. **Reuna, Segmente y Llegue a su Meta**
 - 4.1 Un escenario
 - 4.2 La solución, paso a paso
 - 4.3 Segmentando la lista

5. **Ayuda e Información**

1. Las Cinco Mejores Prácticas De Formularios Web

Usted probablemente ya sabe que el nuevo poderoso generador de formulario de GetResponse puede hacer maravillas para su negocio. Esta gran solución no sólo es un generador de formularios web de vanguardia, pero también le puede ayudar con su lista de segmentación y las métricas de suscripción.



Una de las preguntas más frecuentes antes del lanzamiento del Generador de Formularios era: ¿Podré diseñar formularios personalizados y llamativos para atraer la atención de mi audiencia?

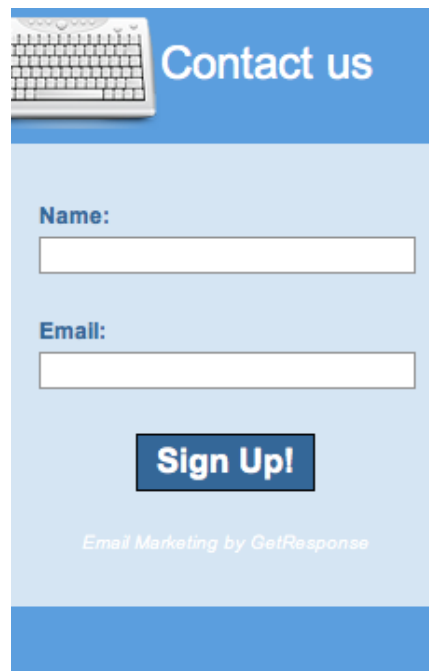
Nuestra respuesta es: Sí, eso ya es posible ahora y los puede crear fácilmente.

Y el día de hoy, le quisiera dar una GRAN noticia – que se convertirá en una ventaja a futuro para usted. Con la ayuda de mis talentosos colegas de diseño, hemos puesto para usted las 5 mejores prácticas de diseño de formularios web.

¿Está preocupado(a) que su formulario esté un poco pasado de moda? ¡Vea nuestras recomendaciones y verá que sus formularios de registro estarán acorde con todas las tendencias modernas de diseño!

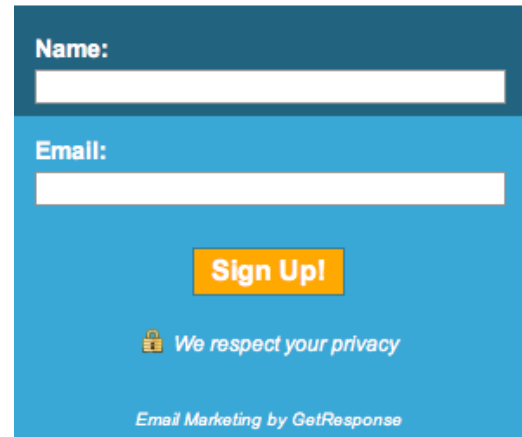
1.1 Regla Simple y limpia

- Evite secciones adicionales o innecesarias en el diseño de su formulario web. Enfóquese solamente en las secciones esenciales.
- Elimine el caos. Todos los elementos deben ser simétricos y espaciados en perfecta armonía.
- Permita que su formulario web “respire”. El espacio en blanco en su formulario le permite tener un aspecto “ligero” y de claridad de contenido.



1.2 Fuente (Tipo de Letra) – Fuerte y legible

- El tamaño mínimo de fuente no debe ser menor a 11 pixeles.
- Ponga la información más esencial en letra resaltada – también conocida como “negrita”.
- El color de la fuente debe resaltar y crear un contraste con el fondo.



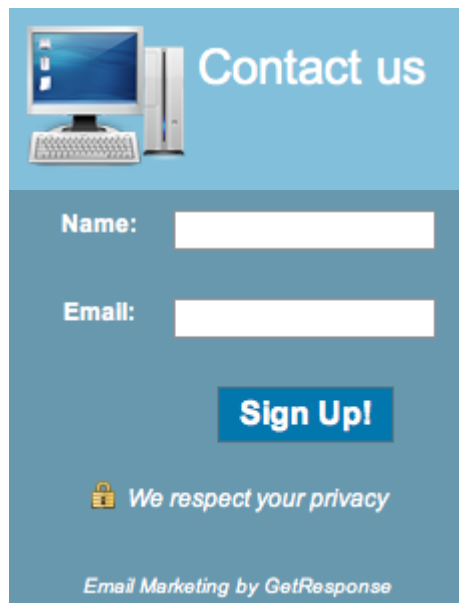
1.3 Botones grandes para una llamada a la acción de manera clara y vistosa

- El máximo número de palabras en un botón debe ser de 2 a 3.
- Seleccione los botones de Llamada a la Acción sabiamente. (Recuerde que el color rojo alerta a los usuarios mientras que el color verde los alienta).
- Utilice un tipo de fuente de tamaño grande solamente para los botones. Estos siempre deben ser de mayor tamaño que los de las etiquetas de entrada.



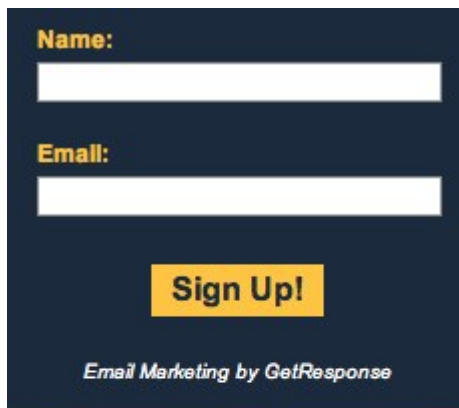
1.4 Esquema de color – vivo y llamativo pero al mismo tiempo cálido y acogedor

- Alineé sus colores con los de su logotipo de marca y esquema de color.
- Evite colores demasiado llamativos y vivos.
- Balanceé el número total de tonos de color. Cinco son suficientes, diez son demasiados para un sólo formulario de registro.



1.5 Utilice imágenes y gráficos que correspondan a su industria

- Una imagen puede hablar mil palabras, por lo cual, elija sabiamente.
- Elija solamente gráficos de alta calidad.
- Asegúrese de no violar derechos de autor al insertar un gráfico en su formulario de registro.



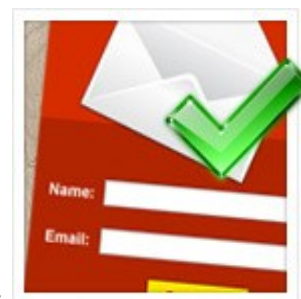
Estas recomendaciones fáciles y rápidas de nuestros expertos en diseño son sólo la punta del iceberg en cuanto al diseño del formulario web.

Sin embargo, puede estar seguro de que todos los consejos son actuales y serán un gran comienzo para aquellas personas que estén interesadas en crear formularios más atractivos.



2. Incremente su índice de confirmación

Recientemente, concluimos un estudio acerca del otorgamiento de consentimiento de GetResponse. Este estudio mostró que los mensajes enviados de cuentas dónde se les solicitaba a los destinatarios que confirmaran su consentimiento (“consentimiento confirmado”) recibieron un 71% más en el índice de mensajes abiertos y un 66% más en el índice de clics que los mensajes enviados de cuentas de “consentimiento no confirmado”. Para apoyar el uso de consentimiento confirmado, el nuevo constructor de formulario de GetResponse cuenta con grandes herramientas de adquisición para los suscriptores en un futuro cercano.



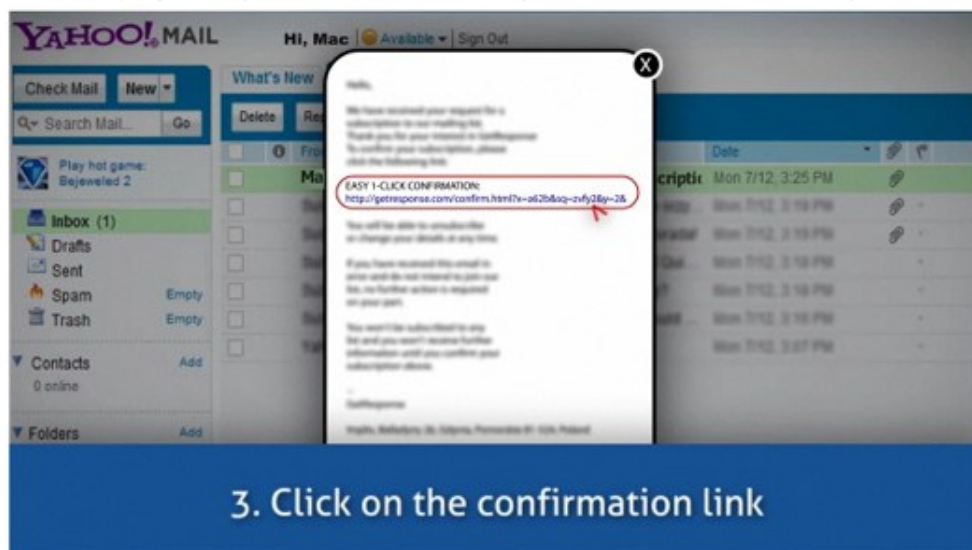
2.1 Muestre un tutorial de confirmación

Es un video corto el cual tiene la intención de mostrarle a sus suscriptores lo que tienen que hacer para confirmar su suscripción. Usted lo puede habilitar seleccionando la página predeterminada de confirmación. El sistema reconoce al proveedor de correo electrónico utilizado por el suscriptor y muestra el tutorial apropiado en video. Una gran selección de tutoriales en video incluyen dichos Proveedores de Servicio de Internet (ISPs) como Gmail, AOL, Yahoo, Windows Live, Hotmail, MSN, Comcast, y muchos más.



You're almost done!

One small step to go! Check your email for the confirmation we just sent and click on the link to confirm your email



3. Click on the confirmation link

2.2 Añada sus propias grabaciones de audio y video

Usted puede personalizar su página de confirmación grabando su propia voz, utilizando una de las muestras disponibles en la biblioteca de multimedia de GetResponse o grabando un video especial para su página de confirmación. Es fácil de hacer y le permitirá atraer a nuevos suscriptores en cuanto ellos completen su formulario – y hasta su próximo mensaje.

2.3 Utilice su propia página de confirmación

¿Necesita hacer unas cuantas preguntas de preferencia? Usted puede utilizar su propia página con su marca simplemente insertando la dirección de la página web en el campo apropiado.

2.4 Permita que el suscriptor permanezca en una página

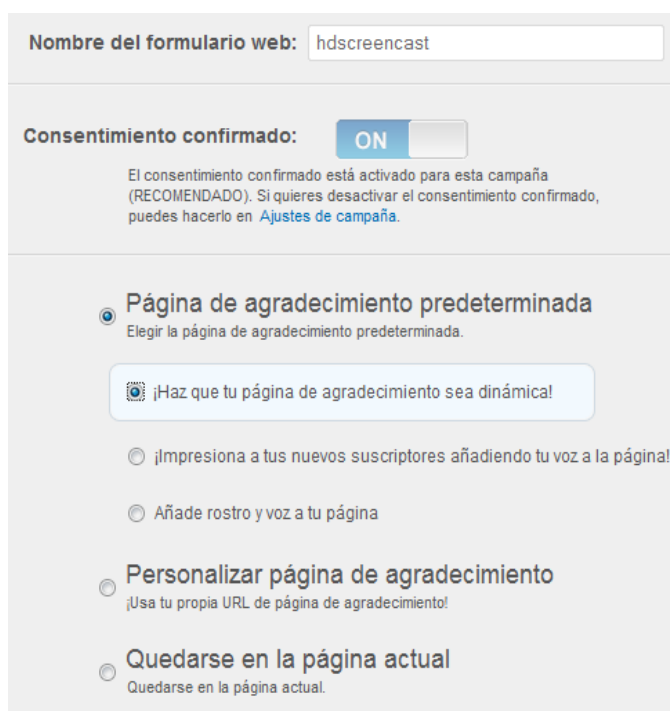
El generador de formularios le permite validar la información ingresada en el formulario de registro sin enviar al suscriptor a otra página web.

2.5 Confirmación de la llamada a la acción

No olvide incluir consejos de llamada a la acción en su página de confirmación para asegurarse que nuevos suscriptores verifiquen su correo y le den clic en el enlace que reciban.

Esto sólo toma unos segundos, pero hará una gran diferencia en su negocio.

Si por alguna razón usted está utilizando el consentimiento no confirmado y su proceso de adquisición no incluye el envío de un mensaje, lo que verá su suscriptor después de haber completado el formulario de registro será una página de agradecimiento con un agradable diseño. Pero debo recordarle que al elegir consentimiento no confirmado, usted corre el riesgo de añadir suscripciones maliciosas a su lista.



Nombre del formulario web:

Consentimiento confirmado: ☒ ON ☐ OFF

El consentimiento confirmado está activado para esta campaña (RECOMENDADO). Si quieres desactivar el consentimiento confirmado, puedes hacerlo en [Ajustes de campaña](#).

☒ **Página de agradecimiento predeterminada**
Elegir la página de agradecimiento predeterminada.

☐ ¡Haz que tu página de agradecimiento sea dinámica!

☐ ¡Impresiona a tus nuevos suscriptores añadiendo tu voz a la página!

☐ Añade rostro y voz a tu página

☐ **Personalizar página de agradecimiento**
¡Usa tu propia URL de página de agradecimiento!

☐ **Quedarse en la página actual**
Quedarse en la página actual.

3. Formularios web impactan segmentación de listas

El generador de formulario web de GetResponse es mucho más que un asistente para la creación de recuadros atractivos utilizados para obtener registros. Es una puerta por la cual usted puede entrar al mundo de segmentación de listas, personalización avanzada y orientación. Le permitirá no solamente diseñar formularios de registro llamativos, pero también le ayudará a segmentar o agrupar con mayor efectividad:

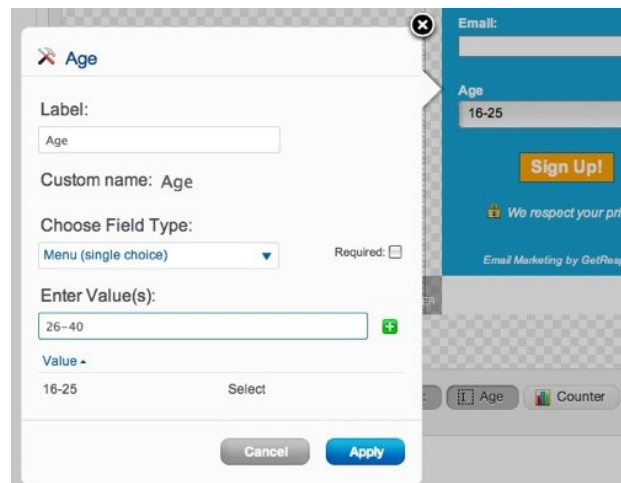


- Reuniendo la información que usted necesita para crear perfiles individuales y para agrupar suscriptores con características en común dentro de segmentos.
- Adquiriendo más control del proceso completo de registro – desde variar el formato, hacer uso de enlaces de medios sociales, hasta utilizar mensajes de agradecimiento en audio y video así como preguntas de seguimiento.

Los formularios web pueden tomar un papel importante para otorgar una mayor Rentabilidad de inversión (ROI) a sus campañas.

3.1 Valores personalizados predefinidos – ¿Cómo funcionan?

¿Ha usted creado un formulario de registro con un campo personalizado que dice “Su Edad”, sólo para recibir respuestas irrelevantes tales como “xyzxyz” o “mayor que Pedro”? Algunos nuevos suscriptores simplemente puedan estar burlándose de usted, mientras que otros están dispuestos a compartir cierta información. El generador de formularios de GetResponse le permite predefinir campos personalizados y reducir las respuestas a unas cuantas opciones de preferencia utilizando casillas de verificación, listas desplegables, botones de radio, y mucho más. Usted puede evitar el tener que lidiar con información inútil como la del ejemplo anterior simplemente proporcionando los rangos de edad en la lista desplegable (por ejemplo: “16-25”, “26-40”, etc.). Y esto sólo toma aproximadamente 2 segundos.



3.2 ¿Su Generador de Formularios de Rentabilidad de Inversión (ROI)?

Cuando usted combina el Generador de Formularios así como su conocimiento y experiencia en mercadotecnia, sus formularios personalizados otorgarán información relevante que puede ser utilizada para la segmentación de listas y para campañas dirigidas de correo electrónico. Usted simplemente buscará a todos los contactos con ciertos atributos o preferencias y les enviará una oferta o promoción que sea hecha a la medida de sus necesidades e intereses. ¿Lanza un nuevo producto? Sólo invierta el proceso.

3.3 ¿Ahora, está listo(a) para ser una persona de acción?

Hay un sin límite de maneras de utilizar la información personalizada de los formularios web para que usted pueda personalizar sus envíos e incrementar relevancia. Los escenarios dependen de su industria – y su creatividad. Para ayudarle a que comience, aquí hay unos cuantos ejemplos de uso exitoso:

La Industria de Turismo

Obtenga información como el estado civil y el número de hijos. Usted después puede otorgar promociones tales como “niños viajan gratis” a los papás y le puede vender a toda la familia. Eso significa un mayor número de reservaciones y mayores ingresos para usted.



La industria de la Moda/Fragancia

Obtener el género de sus suscriptores es esencial en este caso. En lugar de mezclar promociones para hombres, mujeres y niños en un mismo correo electrónico, seleccione la sección en la cual potencialmente ellos podrían estar interesados y póngalo en el título del mensaje. Esto puede implicar crear 2 o 3 diferentes plantillas de mensajes, pero los destinatarios recibirán contenido relevante y preciso en lugar de recibir una mezcla de información al azar. ¿Los resultados? Usted ha incrementado la oportunidad de obtener un cliente y de repetir sus ventas. Por ejemplo, para realizar una venta cruzada, usted puede incluir productos de venta en la parte inferior de la plantilla del correo electrónico. Su suscriptor puede que quiera comprar una botella de perfume para el cumpleaños de su esposa y ésto le podría ahorrar un viaje al centro comercial.



Ofertas de Hogar

Las personas se mudan todo el tiempo, por lo cual, en esta industria, información de captura geográfica del suscriptor no es de gran ayuda. No es sólo importante saber dónde se encuentra ahora sino en dónde le gustaría estar. Por este motivo, los agentes de bienes raíces deberían preguntar a sus nuevos contactos sobre lugares de preferencia para su nuevo hogar. Después, el especialista en mercadotecnia puede crear grupos de suscriptores interesados en mudarse a un estado o a una zona de la ciudad en particular, en lugar de enviarles ofertas que van desde Nueva York hasta Cali. ¡Usted cerrará ventas más rápidamente.



3.4 ¿Cuál es el promedio ideal para el número de campos de su formulario?

Una abundancia de información es algo grandioso, pero NO cuando se trata de formularios web que sean muy largos con varios campos personalizados obligatorios. Esto simplemente ahuyentaría a suscriptores potenciales. Usted necesita obtener información específica para que se pueda comunicar con y segmentar a nuevos suscriptores, por lo cual.....hay un par de cosas que usted puede hacer:

- Usted podría ofrecer incentivos a nuevos contactos para completar el formulario – tales como un libro electrónico, un voucher, o un cupón de descuento de su tienda en línea.
- Si usted desea hacer preguntas de preferencia adicionales, y al mismo tiempo limitar sus campos a solamente unos cuantos, simplemente añada un URL a su página de agradecimiento o página de aterrizaje. ¡También hay un campo para eso!

4. ¡Reuna, segmente y llegue a su meta!

Ya hemos hablado de la manera en que los formularios web pueden influenciar sus tácticas de segmentación. Ahora es tiempo de ver como usted puede integrar la nueva función de Segmentación Avanzada en GetResponse con sus formularios web y encuestas para una mercadotecnia de objetivos específicos.

4.1 Un Escenario

Un dueño de un restaurante necesita incrementar la asistencia de Lunes a Miércoles por un 30% como mínimo. Ha obtenido información demográfica a través de sus formularios web, e información de preferencia de encuestas. El es dueño de 3 restaurantes en la ciudad. El restaurante ubicado en la parte norte de la ciudad tiene buenos resultados.. ¿Cómo puede él atraer a clientes a los otros dos restaurantes durante la semana?

Con la nueva herramienta de Segmentación de GetResponse, en una rápida sesión, el dueño de estos restaurantes podrá fácilmente encontrar clientes que visiten su negocio entre semana.

El tiene poco conocimiento de ésta nueva función y espera poder hacer todo lo que quiere con ésta misma, pero él también conoce su negocio y tiene grandes ideas.

Aquí está la forma en la que él desea abordar esta estrategia.

Primero, él desea buscar por ciudad y código postal para encontrar a aquellos que estén más cerca a cada restaurante. Después, escogerá por demografía, como masculino o femenino, o casado, tipo y lugar de trabajo, y edad, en caso de contar con esta información. (El puede utilizar esta información en varias maneras, por lo cual, cada vez que él utilice la Segmentación de GetResponse, será más fácil y rápida.)

Por ejemplo, él sabe que personas de la tercera edad van a comer el almuerzo durante la semana, ya sea en parejas o en grupo de – “chicas”. El también sabe que si ofrece algunas promociones, podría “robarle” un poco de clientela a la cafetería de una empresa cercana. Ahora que él ya ha identificado algunos grupos, él hará un corte basado en la preferencia de los suscriptores, para saber en que días de la semana les gustaría comer fuera, y el tipo de comida que ellos prefieren. Con esto, el podrá saber hasta el tipo de cupones que debe enviar – 2 por 1 y 30% de descuento de cada platillo. ¡Esto seguramente atraerá a la parejas y le dará a los que estén solteros(as) un gran descuento por comida realmente gourmet!

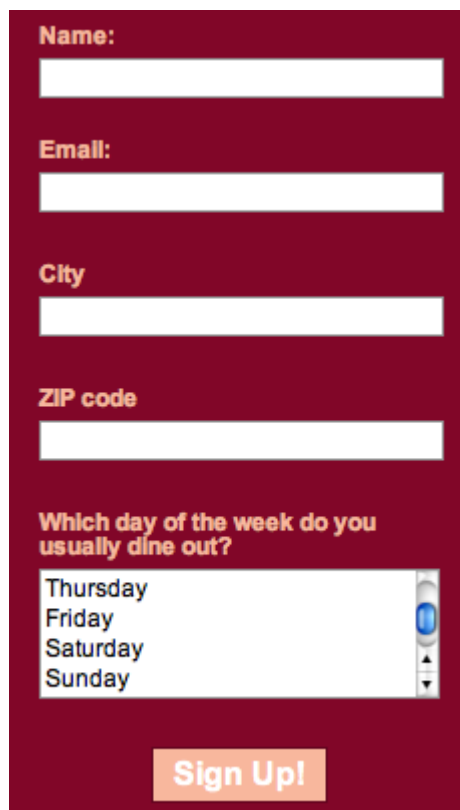
¿Cual fué el resultado? Posiblemente, no siguió el mismo orden, pero los resultados fueron excepcionales. La mitad de los destinatarios comieron en su restaurante después de las dos semanas de la promoción. ¡Ese es un 50% de índice de conversión! ¡Y lo mejor de todo, ellos siguieron yendo al restaurante!

4.2 La solución, paso a paso

Tenemos 3 restaurantes en diferentes partes de la ciudad los cuales necesitan incrementar su clientela durante los días de la semana. Si usted está preguntándose la manera de hacer lo que usted acaba de leer en la práctica, aquí hay unos consejos:

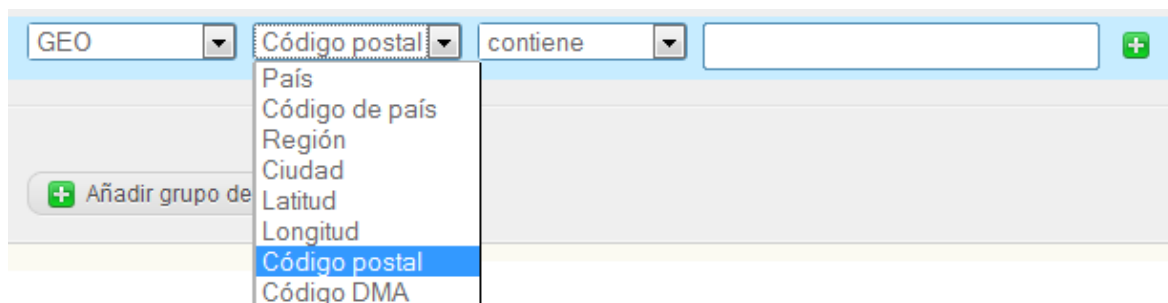
Con la nueva función de Segmentación Avanzada de GetResponse, es realmente fácil utilizar la información que usted obtiene de los formularios de registro y de información adicional de las encuestas para poder crear promociones a la medida y atraer más clientela durante los tiempos menos concurridos.

Vamos a empezar con los formularios web. Para obtener el mayor provecho de la información de registro, usted puede añadir sus propios campos personalizados, por ejemplo, “¿En qué día de la semana usualmente sale usted a comer?” Y usar el menu de multiple selección para proporcionar las respuestas. Su formulario web se podría ver como el formulario de ejemplo a la derecha.



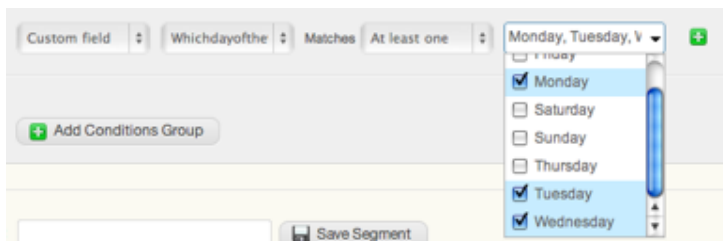
4.3 Segmentando la lista

Ahora póngala en su página web y espere la información. Basado sólo en la información de registro, usted ahora podrá segmentar su lista utilizando segmentación geográfica.



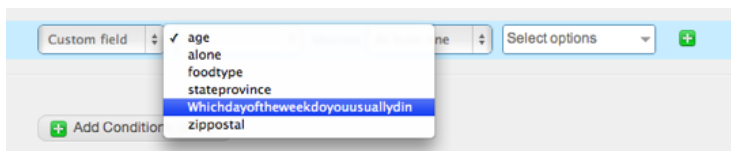
Usted puede segmentar aun más la lista, añadiendo otra condición de su campo personalizado. Usted querrá encontrar a personas que salgan a cenar los días lunes, martes y miércoles.

Por favor tome nota que todos los campos personalizados que usted guarde automáticamente aparecerán en su lista desplegable.



Ahora usted sabe cuantas personas podrían venir a sus restaurantes de lunes a miércoles, y puede usted prepararse para sus visitas preguntándoles lo que desean comer.

Para hacer esto, envíeles a sus clientes un boletín de noticias con un enlace a una encuesta.



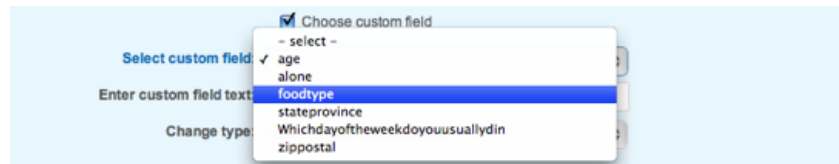
Cree una encuesta, o varias encuestas para el caso, y envíe una diferente a cada uno de sus segmentos, dependiendo del restaurante que se encuentre más cercano a ellos.

Pregunte lo que usted necesite – el tipo de comida que les gusta, si comen con alguien o solos, etc.

Y hay otra conveniencia. Al crear campos personalizados para sus contactos, usted les puede asignar preguntas específicas en su encuesta.

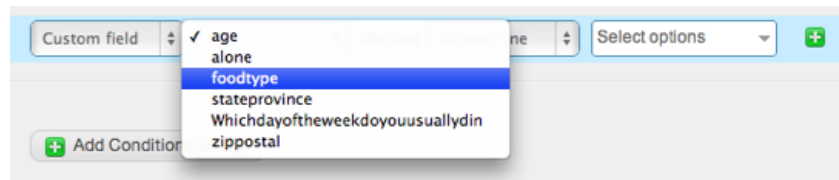


De esta manera, usted podrá segmentar sus suscriptores fácilmente basado en las



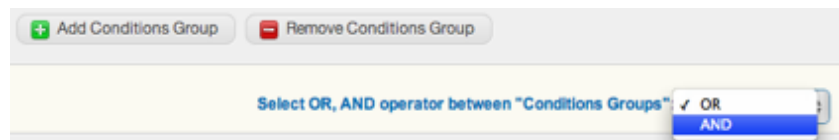
respuestas que hayan proporcionado – sólo selecciónelas de la lista de campos personalizados al momento de segmentar sus contactos.

Al recibir las respuestas de las encuestas, usted podrá segmentar su lista aún más para incluir promociones especiales



que sean relevantes para clientes determinados. Y de ésta forma, podrá mejorar el menú de su restaurante para atraer más clientes.

Y aquí todavía cuenta con más opciones. En sus boletines de noticias, puede incluir varios



enlaces a diferentes promociones y segmentar su lista aún más dependiendo del enlace al que se le hizo un clic. Y así podrá enviar promociones similares. La mejor parte es que usted puede crear grupos basados en múltiples condiciones y los puede agregar o excluir unos de otros para crear grupos específicos de clientes en base a sus necesidades – permitiéndole a usted crear una promoción perfectamente a la medida de sus clientes .

Ayuda e Información

Empiece dándole un clic en el enlace de Asistencia en la parte superior derecha de la página.

[Asistencia](#) [Mejorar](#) [Mi cuenta](#) [Salir](#)



Asistencia de Teléfono Gratis, Correo Electrónico y Chat en Vivo

Contamos con asistencia 6 días de la semana para ayudarle a maximizar GetResponse – para que usted pueda maximizar sus beneficios. Póngase en contacto con nosotros por teléfono, correo electrónico, o chat. La asistencia siempre es gratuita y nuestro equipo es muy amable.

Llámenos ahora al: **1-877-EMAIL-GR** (362-4547)



Tutoriales en Video Paso-a-Paso y creados en base a las necesidades de nuestro clientes

Sabemos que la gente está ocupada y necesita aprender a su propio paso. Por lo cual, ofrecemos tutoriales de diferentes tipos y niveles. Además de contar con instrucciones fáciles de seguir, ofrecemos secciones de Preguntas Frecuentes, definiciones, estudios de casos y mucho más. Y si todavía tiene dudas, estamos sólo a una llamada de distancia!



Centro de Aprendizaje y Base de Conocimiento

Nuestro Centro de Aprendizaje y nuestra enorme base de conocimiento están disponibles todo el tiempo para brindarle toda la información que necesite y convertir sus ideas en campañas lucrativas. Encuentre artículos, libros blancos, casos de estudio, definiciones, consejos y técnicas. Visite con frecuencia este sitio para que se mantenga informado de lo más reciente en marketing por correo electrónico.



Foro En Línea

Forme parte de la comunidad en línea de GetResponse y aprenda mientras conoce a personas interesantes. ¿Tiene alguna pregunta acerca de la planeación de su campaña? ¿Segmentación de listas? ¿Campañas por goteo de autorrespuesta? Comparta sus experiencias y sus mejores prácticas y crezca su negocio "con un poco de ayuda de sus amigos de GetResponse".



Blog de GetResponse – Consejos de Marketing de Correo Electrónico

El blog de GetResponse se enfoca en la industria de marketing por correo electrónico y de autorrespuesta. Proporciona asesoría, consejos de