



e-Andes
marketing online

Consultoría Diseño web Email Marketing Capacitación Publicidad Online

“Claves técnicas y estratégicas en email marketing”

1. ¿Qué es el email marketing de permiso?

Marketing de Permiso

"Es el privilegio (no el derecho) de entregar anticipadamente, comunicación relevante y personalizada a clientes que realmente quieren recibir esa comunicación"

Seth Godin.

¿Por qué email marketing de permiso?

Sobre el 80 % de los 1.7 billones de usuarios de internet en el mundo, de los 180 millones en Latinoamérica y de los 7.1 millones de usuarios de internet en Chile, usan el email como medio de comunicación.

Por estas razones el email es un medio de comunicación valioso, y el 83 % de los profesionales de marketing consideran el email marketing de permiso como el medio de publicidad de mayor importancia. Siendo el medio de publicidad de mayor retorno sobre la inversión (ROI), con un ROI de \$ 43.5 (DMA 2011).

2. ¿La problemática para realizar email marketing de permiso?

80 % es decir 197 billones de los 247 billones de emails enviados diariamente en el mundo son SPAM. Causando US\$ 20.5 billones en costos por disminución de productividad e inversión en protección tecnológica, proyectándose que los costos aumentaran a US\$ 200 billones. Ref ESPC

La gran cantidad de spam existente, produce que las barreras tecnológicas a través de complejos filtros y sistemas de autenticación desarrollados o implementados por los Internet Servers Providers (ISPs) sea cada vez mayor.

Esto ha producido que para las empresas, poder comunicarse de manera efectiva vía email con sus clientes, se haya vuelto una tarea extremadamente compleja. No solo vasta con **"enviar emails"**, estos deben **"llegar a la bandeja de entrada de sus clientes"**, y para esto hay que pasar una serie de filtros de spam, autenticaciones, poseer buena reputación y contenido (esto incluye estructura de email a nivel de código html, diseño, y contenido relevante para el destinatario final (relevancia)), como también se deben cumplir una serie de condiciones para no violar CAN-SPAM ACT 2003 (The Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act of 2003, or CAN-SPAM Act)

Por estas razones el reto de la **entregabilidad**, definido como el grado en que un email logra llegar satisfactoriamente a la casilla de correos de un receptor, es la primera y gran problemática de las empresas para realizar email marketing de permiso efectivo. La entregabilidad depende de tres factores:

- i. **Auentificación**
- ii. **Reputación**
- iii. **Contenido**

Auentificación: Al enviar un email, la autenticación se realiza a través de los SPF (Sender Policy Framework). Esto es una lista de direcciones IP autorizadas a enviar emails de un dominio determinado, u otra opción es con DKIM (Domain Keys Identified Mail), este sistema de verificación permite tener a una empresa tercera, la completa responsabilidad de su mensaje, al incluirle una firma digital, permitiendo ser validado por el receptor, como también confirma que éste no fue alterado en el camino.

Reputación: Otro factor que influye en la entregabilidad es la reputación del enviador y las buenas prácticas de envío de la empresa que envía sus emails a sus clientes. Los factores que influyen en una buena reputación son: Manejo de quejas automatizadas, bajo número de rebotes e emails enviados a trampas de spam, volumen y tamaño de los mensajes, y tiempo en que los dominios han estado operando.

Contenido: Este aspecto cubre factores como la estructura html del email, debe cumplir a nivel de código con una serie de buenas prácticas para poder pasar los filtros de spam, a su vez la relevancia (contenido + momento en que se envía) es un factor importante, y para lograrlo las empresas deben poseer una buena estrategia comercial y deben saber de marketing online, y aún más específicamente de cómo aplicar estratégicamente emailing marketing.

A su vez para el diseño de emails, se debe contar con diseñadores especializados en email, o con plataformas especializadas con sistemas de verificación de estructuras automatizados de los diseños, donde se verifican antes de su envío que a nivel de estructura de código el email cumple con los estándares para pasar filtros de spam.

La figuras N° 2 describen el proceso de envío y entrega de un email

Figura N° 2 Cadena de entregabilidad de emails

FILTROS ISP / EMPRESAS



Por otro lado se debe cumplir con los requisitos de CAN-SPAM ACT 2003, y el Software de envío de emails debe a su vez poseer una serie de funcionalidades, requeridas por los clientes para poder usar el emailing marketing de manera estratégica y efectiva, estos requerimientos exigen que el sistema debe permitir:

- Administrar y segmentar base de datos
- Enviar altos volúmenes de emails rápidamente y a bajo costo
- Personalizar los emails
- Los emails son un medio personalizado de comunicación, y a su vez interactivo, el receptor puede descargar documentos desde Links incrustados en el email, o ir a otros links, o puede reenviar, etc. El sistema por lo tanto debe permitir medir las acciones que el receptor realiza con el mail, por lo cual el sistema debe poseer un sistema de métricas.
- Automatizar funciones de inscripción – desinscripción
- Automatizar o facilitar el diseño de emails con código html y estructura adecuados
- Poseer un sistema automatizado que permita validar código html y estructura de los emails

- En lo posible debe permitir integración con redes sociales (facebook, linkedin, twitter)
- Otras aplicaciones

El cuadro N° 2 resume las principales dificultades o requerimientos que se deben cumplir para que las empresas puedan realizar emailing marketing de permiso de manera efectiva.

Cuadro N° 2: Requerimientos o dificultades que hay que sobrellevar para que las empresas realicen email marketing de permiso efectivo.



*The Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act of 2003, or CAN-SPAM Act

Realizar email marketing de permiso de manera costo efectiva requiere de la combinación de conocimiento estratégico en email marketing, manejo óptimo de base de datos y de una plataforma tecnológica especializada.

Mayor información descargar ["Por qué email marketing.pdf"](#)