

En términos técnicos, la **Entregabilidad** o tasa de entrega se define como la relación entre los emails enviados y los emails recibidos, y sirve para medir el grado en que un email logra llegar satisfactoriamente a las casillas de correo de los destinatarios.

Cabe mencionar que **Enviar** es distinto que **Entregar**, mientras el enviar solo proporciona una dirección o camino a seguir, el entregar involucra además pasar cualquier tipo de barrera para asegurarse de que el destinatario reciba el mensaje.

Por esta razón es que la **Entregabilidad** es el gran desafío del email marketing de hoy, pues cada vez se hace más difícil llegar a la bandeja de entrada de los receptores. A continuación les mencionamos las principales dificultades:

## 1. Alta circulación de Correos

El alto número de usuarios de correo electrónico, que llegó a fines de 2010 a 1,8 billones en todo el mundo, genera un tráfico aún más alto de correos electrónicos circulando por la web. Según estudios realizados sobre el comportamiento de internet de este último año, se calculó que esos mismos usuarios (480 millones más que el 2009) enviaron 107 billones de correos electrónicos durante el año, con 294 mil millones de emails enviados diariamente.

Los envióadores de emails enfrentan el constante desafío de aumentar sus tasas de entrega mientras que a su vez se enfrentan a un escenario que continúa en una creciente expansión.



## 2. SPAM (correo no deseado)

**¿Qué es un SPAM?** Es un email no solicitado, es decir, que entra ilegítimamente en una casilla de correo electrónico.

Según cifras del 2010, el 89% de los emails enviados durante el año correspondieron a SPAMs, esto equivale a un promedio de 262 billones de correos diarios, números que visiblemente aumentan año tras año.

El método más efectivo para no ser catalogado como SPAM es cumplir con las siguientes 3 reglas:

- ◆ **Opción de terminar la suscripción:** en todo email debe existir un mecanismo visible y operable, que le

permita al receptor suspender los envíos de correo a su casilla.

- ◆ **Contenido:** toda información enviada por email debe contener la dirección legal y física del emisor, advertir sobre contenidos adultos (si es que los hubiera) y no atentar contra la moral y buenas costumbres.

- ◆ **Comportamiento de envío:** todo email deberá indicar el asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario solicite la suspensión de los envíos.



### 3. Otras prácticas maliciosas

Además del SPAM existen otras prácticas maliciosas que dificultan la entregabilidad de los correos electrónicos, al considerar que presentan una amenaza para los destinatarios. En cifras del 2010 se calcula que 2,6 millones de amenazas de código malicioso fueron diariamente enviadas a las casillas de correo electrónico.

Aquí les presentamos las más comunes:

- ◆ **Spoofing:** es la suplantación de la identidad de una persona o empresa con fines maliciosos.
- ◆ **Phishing:** es el intento de adquirir información confidencial de forma fraudulenta (contraseñas,

información de tarjetas de crédito, información bancaria, etc).

- ◆ **Malware:** es una pieza de software malicioso que toma control del ordenador de una persona con el fin de difundir el fallo en dispositivos y perfiles de otras personas.

### 4. Alto poder de los ISP (Internet Service Providers)

Para combatir las grandes amenazas que se presentan, los ISP, empresas y personas utilizan cada vez más nuevas tecnologías y estrategias para mantener aseguradas sus casillas de correo electrónico. Lamentablemente, al utilizar estas técnicas muchos

emails legítimos son también atrapados y castigados, dificultando de esta manera la entregabilidad de los emails.

Por lo demás, el 80% de las casillas de correos electrónicos del mundo son manejadas por tan solo 3 proveedores de correos: Gmail, Yahoo y Hotmail, por lo

Otras cifras a considerar: 25% de las cuentas de correo son empresariales, 47% de los usuarios de internet utiliza Outlook para gestionar sus correos.

### ¿Cuáles son las consecuencias de ser catalogado como SPAM o como una amenaza?

La principal consecuencia es el daño a la imagen de marca de su empresa, podría deteriorarse de una manera irreversible y perdería la oportunidad de comunicarse nuevamente con muchos clientes y prospectos. Al ser clasificado como SPAM su empresa pierde confiabilidad en la red, provocando con esto no sólo el bloqueo por parte de los usuarios, sino también por parte de los ISP.

### Entonces, ¿Cómo puedo asegurarme de que mis emails efectivamente lleguen a las casillas de correo de mis contactos?

Casi un 77% de la información que se toma para determinar si un email es entregado o no a la casilla de correos es de acuerdo a la Reputación del Enviador. En vez de bloquear emails sólo por su contenido, los ISP buscan el comportamiento pasado y cómo los destinatarios reaccionan a esos mensajes. Es por eso que si desea tener éxito en sus envíos le recomendamos las siguientes prácticas:

tanto cualquier tipo de acción que tomen respecto a seguridad y manejo de las cuentas de email repercutirá directamente sobre los envióadores de correo.



- ◆ Genere su lista de contactos de manera orgánica, es decir, no la compre o arriende, constrúyala con información obtenida a través de folletos, ferias, evento, etc. donde el destinatario le haya dado autorización para enviarle emails.
- ◆ Mantenga su lista de contactos actualizada, elimine o corrija direcciones inválidas y no existentes, administre sus contactos con rebotes persistentes, ya que estos pueden provocar que Ud. sea catalogado como SPAM.
- ◆ Evite quejas de los destinatarios, procure cumplir las reglas para no ser catalogado como SPAM, y sobre todo envíe sol información relevante, que le de valor al receptor.
- ◆ Autentique sus emails, esto es, obtener una autorización o certificado digital de una compañía catalogada como segura, que confirme que Ud. es un enviador confiable.

Siga estas buenas prácticas en el envío de emails o simplemente déjelo todo en manos de E-Andes, especialistas en email marketing.

