# Ecosistema Digital

# ¿Preguntas sesiones anteriores?

# Ecosistema Digital (sesiones)

1. Página Web – Martes 2 de Abril
2. Contenido – Martes 9 de Abril
3. Motores de búsqueda – Martes 16 de Abril
4. Publicidad online – Martes 23 de Abril
5. Redes Sociales – Martes 7 de Mayo
6. Conversión – Martes 14 de Mayo
7. **Email Marketing – Martes 21 de Mayo**
8. Preguntas & Respuestas – Martes 28 de Mayo


2
Contenido
3
Motores de búsqueda
Mercado Objetivo
1
Página Web
6
Conversión "Compra"
Clientes
4
Publicidad online
Prospectos
7
5
Redes Sociales
Compra Recompra
Email Marketing

# Email Marketing

# Email Marketing: lo que veremos

- Estrategia antes de la táctica
- 10 razones para utilizar el email marketing
- 2 reglas de oro del email marketing
- Herramientas - plataformas
- Medición y estadísticas
- Buenas prácticas
- Plan de acción

# Estrategia antes de la táctica

Un cliente comprará cuando esté listo para comprar, no cuando usted esté listo para vender.




# Email marketing

Comunicarse regularmente a través de email con su base de datos de clientes actuales y potenciales

# Email: forma preferida de comunicación

**1.2 PREFERRED CHANNEL FOR PERMISSION-BASED PROMOTIONAL MESSAGES (BY AGE GROUP)**

PROMOTIONAL MESSAGES FROM COMPANIES WHOM I HAVE GRANTED PERMISSION TO SEND ME ONGOING INFORMATION

| | OVERALL | 15-17 | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65 PLUS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Email | 77% | 66 | 74 | 75 | 81 | 79 | 81 | 79 |
| Direct mail (letters, catalogs, postcards, etc.) | 9% | 6 | 6 | 6 | 9 | 10 | 14 | 14 |
| Text messaging (SMS) on a cell phone | 5% | 10 | 5 | 7 | 4 | 6 | 1 | 0 |
| Facebook | 4% | 8 | 7 | 3 | 4 | 3 | 1 | 0 |
| Telephone | 2% | 0 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 |
| Twitter | 1% | 4 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mobile App | 1% | 2 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| LinkedIn | 0% | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |

*Source: ExactTarget. 2012 Channel Preferences Survey, February 2012 • N = 791 US Online Consumers, age 15 and older* www.ExactTarget.com/SFF

No es envío de correos masivos



# 10 razones para utilizar el email marketing

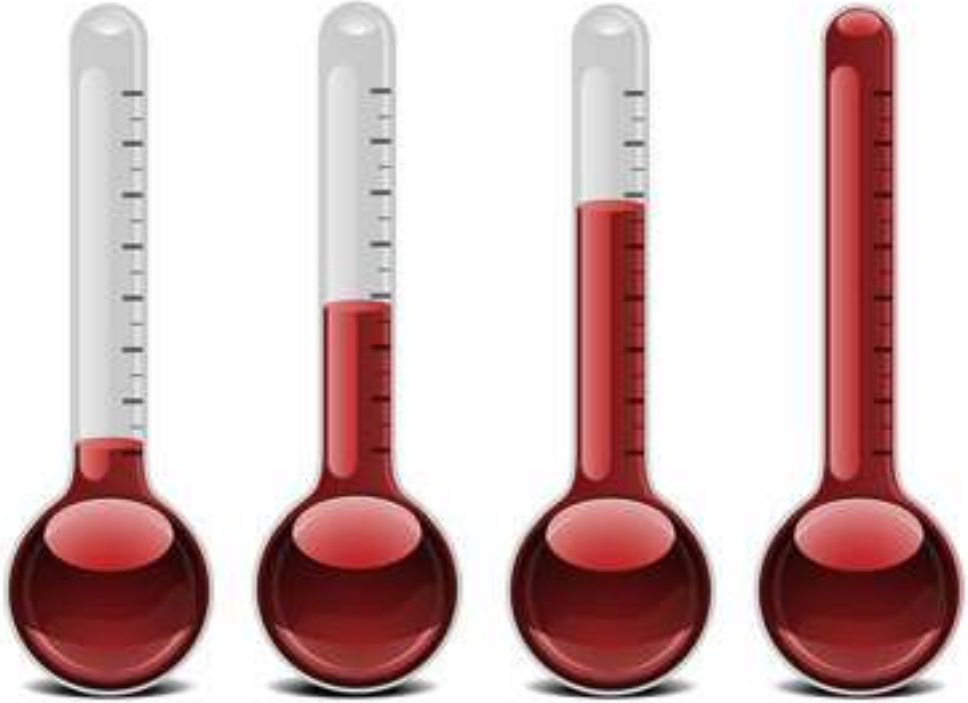
# 1) Permanece en el radar de clientes potenciales por el tiempo suficiente



# 2) Construye confianza



# 3) Es medible



# 4) Costo-efectivo versus otras opciones de contacto



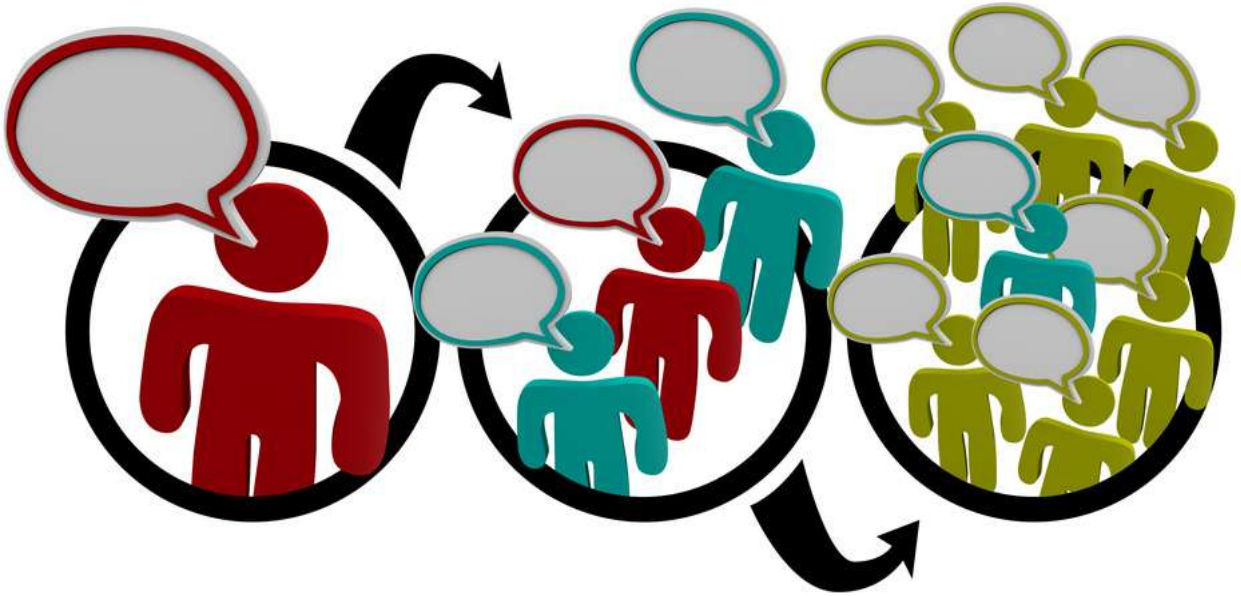
# 5) Construye posicionamiento de experto en su campo



# 6) Audiencia interesada en escuchar lo que tiene para decir



# 7) Vehículo de comunicación inmediata



# 8) Comunicación personal



# 9) Permite llegar a personas poco “internautas”



# 10) Genera ventas



# ¿Preguntas?

# 2 reglas de oro del email marketing

# Regla # 1

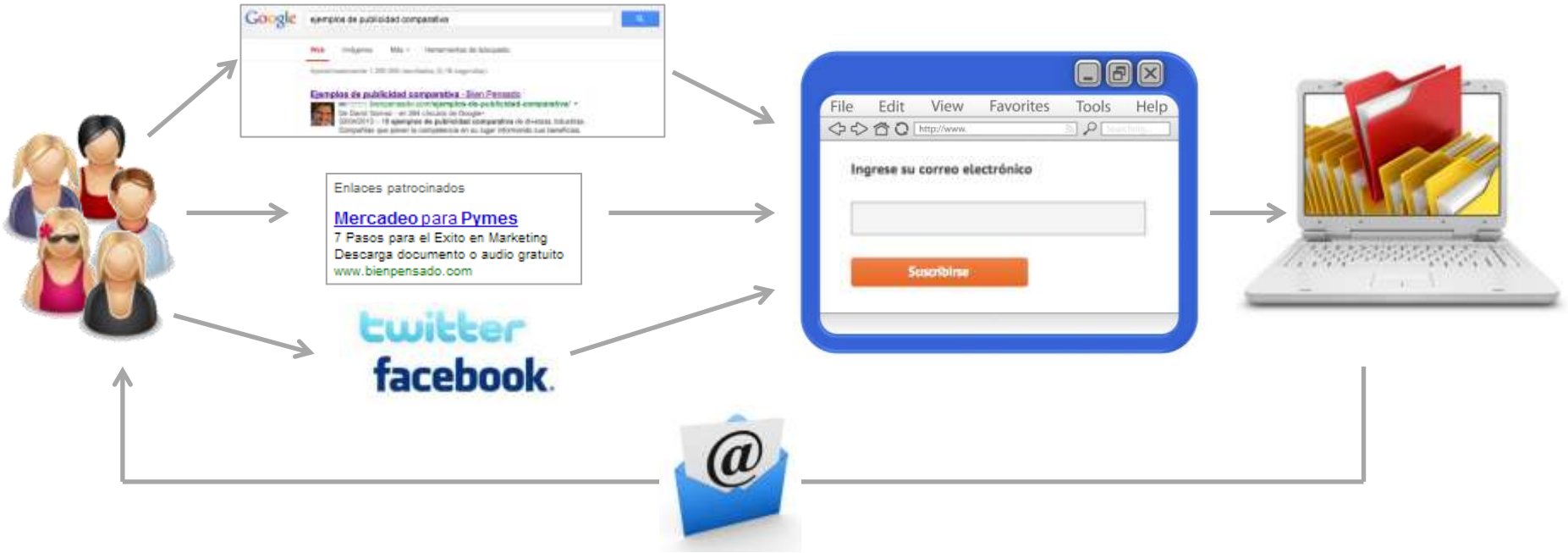
## Construya su propia base de datos



# Cómo construir/crecer su base de datos

- Ofrecer información de valor a cambio de email (eBooks, Guías, Tips, etc.)
- Promuévala en todos los frentes digitales
- Eventos presenciales (conferencias, ferias)
- Publicidad ofreciendo el contenido (*offline* y *online*)
- Puntos de venta
- Enuncie los beneficios de suscribirse

# Proceso de construcción de base de datos de clientes potenciales



# Regla # 2

## Envíe información de valor



# Contenido de valor

- Información útil
- Tips, recomendaciones, solución a problemas, desafíos
- Información propia y de terceros
- Contenido mezclado con eventos, ofertas o promociones especiales para suscriptores

# Recomendaciones para los envíos

## Qué no hacer

- MAYÚSCULAS o !!!!!!
- Asunto genérico (Ej. Boletín No. 5)
- Demasiado extenso (no se ve completo)
- Demasiado comercial (compre ya! Última oportunidad!)

## Qué hacer

- Titular atractivo (tips, cómo hacer algo, tendencias, etc.)
- Corto
- Específico
- Necesario

# ¿Preguntas?

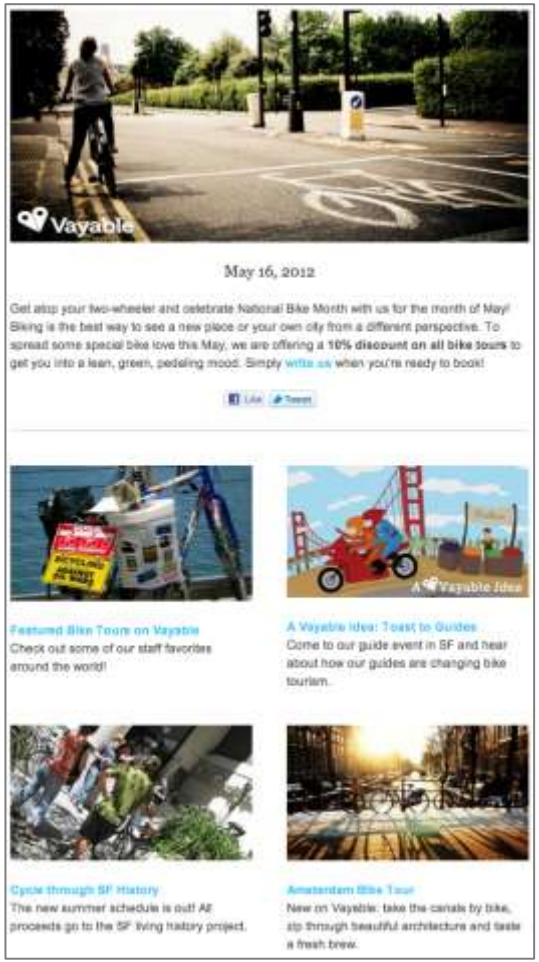
# Herramientas

# Plataformas

- Mailchimp
- Aweber
- Constant Contact



# Presentación atractiva. Plantillas prediseñadas.







cult BEAUTY
HONOURS
1
2
3
4
5
6
7


asos
fashion finder
COACHELLA
FESTIVAL FASHION
ENTER COMPETITION


Paperless
First things first: send Mom a card!
(You didn't forget Mother's Day, did you?)
I ♥ U MOM
But don't forget the other moms you love.
(Your granny, wife, sister, aunt, best gal pal...)
DARLING WIFE
BROWSE MORE MOTHER'S DAY CARDS
Paperless


life
WEST SIDE MARKET
MARKET FESTIVAL & PARADE
SUNDAY, OCTOBER 7TH, 11AM-6PM
MEET THE VENDORS
CALABRESE PRODUCE
RICK CALABRESE
CALABRESE PRODUCE


uncluttered white spaces
everything you can imagine is real
FallCon
FallCon

HONEST
# COOKING
*The* FOOD MAGAZINE

## Delicious Mid Week Treats



### From Banana Nutella Sandwiches to the Art of Darkness.

**Here are a few delicious and decadent suggestions for mid-week indulgences from your friends at Honest Cooking.**

1. Last chance to vote for Honest Cooking at the 2012 Saveur Food Blog Awards
We would absolutely LOVE to receive your vote in the **Best Group Blog Category** at the 2012 Saveur Food Blog Awards, and voting closes on April 20th. Read more here and cast a vote for Honest Cooking here.

2. Stuffed French Toast with Nutella and Bananas
**By Julie Andrews.** This French toast makes a fabulous Thursday (or any) morning treat for all Nutella lovers.

3. Egyptian Pan Fried Aubergines
**By Sarah Khannah.** A crispy spiced aubergine that holds itself well when paired with a ginger-enamed mayo.

4. Peas and Eggs - Ervilhas com Ovos Escalfados
**By Rochelle Ramos.** Rochelle Ramos serves up some Portuguese comfort food of smokey sausage, spring peas and eggs.

5. Delicious Side Dish - Baked Cauliflower
**By Tamara Novacevic.** A really simple, but delicious, idea for a weeknight vegetable side dish.

6. The Art of Darkness - Black Fruit and Valrhona Chocolate Cobbler
**By Amanda Brooke Bothwell.** Give in to the Art of Darkness and experience the sinister side of a classic dessert.

And as always, there are more salivating recipes, articles and reports from across the globe at Honest Cooking every day than there are bogueronas fritas in Southern Spain.

**Happy Wocknight Cooking!**

Follow on Twitter | Friend on Facebook | Forward to a Friend

Copyright © 2012 Honest Cooking, All rights reserved.

shop it  live it  know it  Share with a friend







contact us

follow us

PUBLIC OPINION



A Bike for the Bridge

PUBLIC Golden Gate Bikes ($750)



BOOK: Golden Gate Bridge: History and Design of an Icon ($16.95)



Also This Week







THE HAPPINESS PROJECT
Moment of Happiness
Gretchen Rubin



"Habit simplifies our movements, makes them accurate, and diminishes fatigue."
-William James



AESTHETIC MOVEMENT
# GAZETTE

-SEVEN-
*New Lines*
FROM THE JEWELRY AND ACCESSORIES DIVISION
AVAILABLE NOW THROUGH YOUR A/M REPRESENTATIVE




FORAGE

# Template Layouts Included

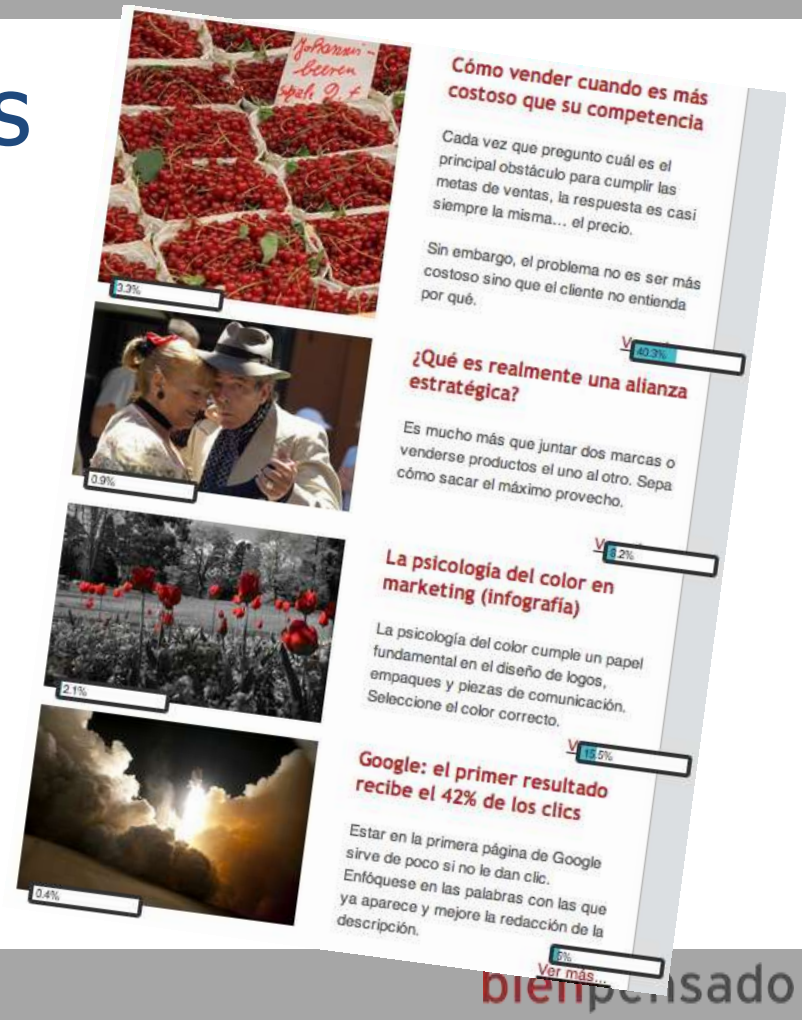


# Autoresponders

- Programación automática de series de emails
- Ideal para usar con nuevos suscriptores
  - Serie de 8 mails con tips
  - Curso en 12 entregas, una mensual
  - Secuencia de información y venta

# Medición y estadísticas

- Envíos efectivos
- Tasa de apertura
- Clics
- Conversiones




bienpensado

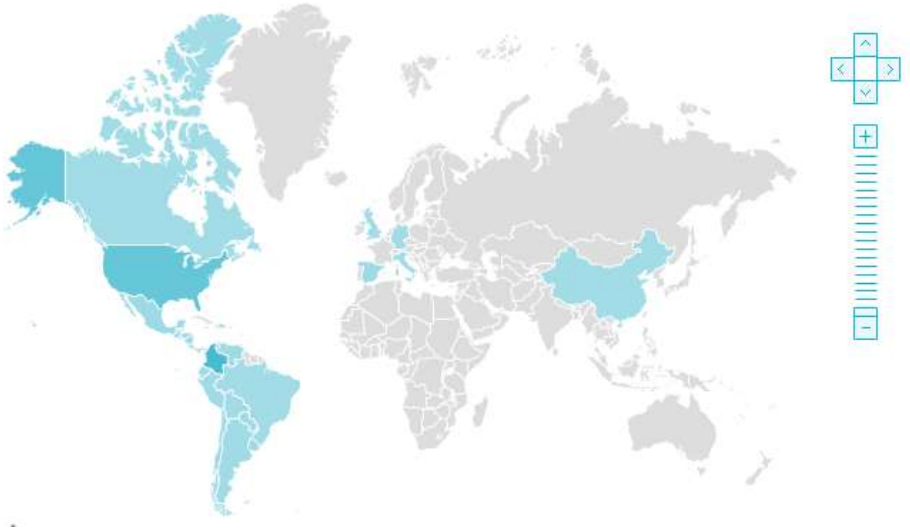
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| successful deliveries | **6,119** (99.5%) | clicks/unique open | **42.0%** | forwarded | **3** |
| bounced | **29** (0.5%) | people who clicked | **799** (13.1%) | forward opens | **2** |
| total times opened | **3,970** | total clicks | **1,499** | Facebook Likes | 0 |
| last open | 20/5/13 9:22PM | last click | 20/5/13 7:24PM | | |

## Performance Advice

Kudos! Your open rate was **18.3%** higher than your industry average and **6.8%** higher than this list's average. Rock on!

## Opens by Location

| Top Locations | Opens |
|---|---|
| Colombia | 1,575 |
| USA | 1,019 |
| Mexico | 76 |
| Venezuela | 44 |
| Argentina | 39 |



bienpensado

# Buenas prácticas del email marketing

- Utilice un software especializado
- Envíe contenido consistentemente
- Información relevante
- Opción de “darse de baja”
- *Call to action* específico, claro y visible
- Páginas de aterrizaje coincidentes con el ofrecimiento
- Incluir el nombre de la persona
- Uso de plantillas especiales



# Plan de acción
# Email Marketing

# Plan de acción

- Seleccione la plataforma
- Empiece la construcción de su base de datos
- Programe el envío de información

# ¿Preguntas?