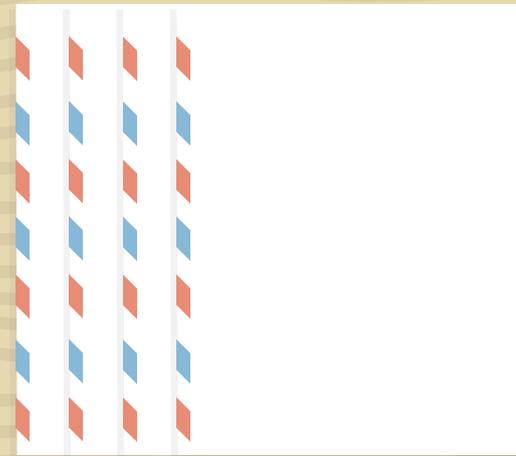


Checklist

Pasos para triunfar
con tu Campaña de
Email Marketing

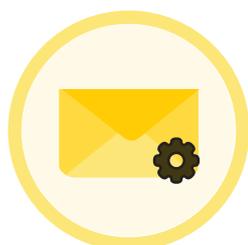


15 Preguntas que deberías responder antes de hacer tu envío

¿Tienes tu Campaña de Email lista para conquistar la Bandeja de Entrada de tus Suscriptores? ¡Espera! Si aún no has completado este Checklist, puede haber detalles importantes que se te estén pasando, y eso, no lo permitiremos.

Revisa punto por punto los aspectos que te mostramos aquí para que tu envío rompa todos los récords. Solo tienes que tildar la opción SÍ o NO, dependiendo si has cumplido con esa tarea o aún no lo has hecho.

Concéntrate y haz un último esfuerzo ¡antes de alcanzar el éxito!



Configuración de la Campaña

SÍ NO

1. ¿Resulta claro en el Remitente qué marca está haciendo el envío?

No solo debe evidenciarse de qué compañía se trata; si además se visualiza el nombre de una persona, ¡mucho mejor! Por ejemplo: sromeo@fromdoppler.com. Esto transmitirá la sensación de una mayor cercanía. ¿Chequeado? ¡Continúa!

2- ¿El Asunto sintetiza el contenido de la Campaña y motiva a la apertura?

Asegúrate de que el contenido del Subject (texto del Subject) esté íntimamente vinculado a lo que encontrará el Suscriptor cuando abra tu pieza. ¡No querrás generar expectativas que después no cumplirás!



Diseño de la Campaña

SÍ NO

3- ¿Has incluido el logo de tu compañía en el encabezado?

Parece obvio pero es muy importante que lo revises antes de hacer tu envío. Ya sabes que es esencial el Branding en todas tus acciones de Marketing. ¡Mantén una Identidad Visual consistente!

4- ¿Todas tus imágenes cuentan con la etiqueta ALT?

Si por alguna razón, algún Suscriptor no puede abrir tus imágenes, asegúrate de que sean reemplazadas por un texto claro que identifique su contenido. ¡Un elemento clave en tus Campañas!



Contenido de la Campaña

SÍ NO

5- ¿Queda claro a través del contenido lo esencial de tu propuesta?

Puedes hacer que alguien más lea la pieza para confirmar que entienda perfectamente todo lo que quieres transmitir. También sería bueno que compruebes si el diseño y el contenido se complementan y potencian mutuamente.

6- ¿Has personalizado la pieza?

Llamar al usuario por su nombre es clave. Aprovecha también otras formas de personalización, según las características de la Campaña, para generar empatía, calidez y cercanía.

7- ¿Tienes un Titular atractivo que deje en claro la propuesta de valor?

La primera impresión es la que cuenta. Si el lector decide abandonar tu Email, es importante que lo haga sabiendo cuál es el quid de tu mensaje. Si logras captar su atención desde el principio, ¡no querrá perderse lo que tienes para decirle!

8- ¿Has incorporado Botones de Redes Sociales?

Si quieres que tu Campaña sea compartida y más personas accedan a su contenido, ¡no puedes olvidar a estos grandes aliados! Además, puedes agregar íconos de Redes Sociales a tu pieza para que tus Suscriptores puedan conocer todos tus perfiles.

9- ¿Has revisado minuciosamente las faltas de ortografía y de tipeo?

Incluso siendo un escritor destacado, puedes cometer errores de sintaxis, ser poco claro u olvidar una letra al tipear. ¡Presta mucha atención al hacer esta revisión!

10- ¿Has incluido un link para acceder a la Versión Online?

Esto será útil en caso de que un usuario tenga alguna dificultad para ver el contenido de tu pieza. También puedes adjuntar una versión de Solo Texto. ¡Asegúrate de que todos tus Suscriptores puedan acceder a tu Campaña!

11- ¿Has agregado un link para la remoción?

Los usuarios deben tener la opción de abandonar su suscripción de manera sencilla. Contar con un Suscriptor que no está interesado en tus propuestas te resultará más costoso que dejarlo ir, así que ¡no tengas miedo!

12- ¿Has controlado todos los links de tu Campaña?

Verifica tanto los enlaces de las imágenes, como los de los Calls to Action y los de texto. Comprueba también que estén correctamente trackeados y asegúrate de que todos conduzcan a tu objetivo. ¡No distraigas a tus Suscriptores!

13- ¿Has sumado tu información de contacto?

Aprovecha el pie del Email para mencionar tu número de teléfono, dirección postal y de correo así como cualquier otro dato que consideres necesario para que tus Suscriptores te encuentren. ¡Facilítale esta tarea!



Antes de enviar la Campaña...

SÍ NO

14- ¿Has seleccionado las Listas correctas?

Lo último que querrás es enviar tu Campaña a las personas equivocadas, así que, aunque pueda resultar algo tedioso, ¡revisar esto es primordial! Recuerda, la segmentación es una de las claves del éxito en Email Marketing.

15- ¿Has hecho un envío de prueba?

Testea las imágenes, las alineaciones, los links y las fuentes. Haz este envío a diferentes dispositivos ¡y asegúrate de que todos puedan ver correctamente tu Campaña!

Llegó la hora de la verdad

¿Quieres saber cómo te ha ido y qué resultados puedes esperar? Si deseas tener un pronóstico del posible rendimiento de tu Campaña, cuenta los puntos que has obtenido de acuerdo a la cantidad de respuestas SÍ ¡y lee tu veredicto!

★ 1 a 5 puntos: ¡Lo lamentamos! No puedes esperar resultados alentadores

Nuestra obligación es ser sinceros contigo y, honestamente, ¡mejor que te pongas a trabajar si quieres alcanzar tus objetivos!

Quizá no sea necesario crear Campañas super sofisticadas, pero sí es importante que los recursos que incluyas sean utilizados correctamente. De otra manera, puedes hacer fracasar tu envío, decepcionar a tus Suscriptores ¡y hasta perder su confianza y ahuyentarlos!

Así que, si aún no llegas a superar este puntaje, es realmente necesario que dediques un poco más de tiempo para optimizar, por lo menos, 4 o 5 de los puntos recomendados.

¡Aún estás a tiempo!

6 a 10 puntos: Puedes esperar resultados regulares

¡Buen trabajo! Tu Campaña seguramente tendrá un desempeño muy bueno ya que has cumplido con casi todos los requisitos para triunfar.

Si eres de esos que no se conforman si no llegan a la excelencia, busca mejorar esos puntos que quedaron inconclusos, ¡y tu Campaña será un ejemplo para todos los Email Marketers!

Quizá pienses que solo faltan un par de detalles, pero ¡cuidado! Pueden ser determinantes. Así que lo mejor será que te encargues de pulirlos ¡para asegurarte un óptimo rendimiento!

11 a 14 puntos: Puedes esperar muy buenos resultados

No está mal, eh. Aunque todavía falta un pequeño empujoncito.

Ya que has hecho el esfuerzo de crear una Campaña completa, has pensado un buen Subject, has incluido algunos links y has dedicado el tiempo necesario para escoger tus Listas, vale la pena mejorar los pocos puntos que quedan por pulir. Recuerda que de ellos depende el éxito de tu envío.

Puede que tus Asuntos estén perfectamente pensados, pero si tus Suscriptores no pueden ver la pieza correctamente y no tienen un link a una Versión Online, todo el esfuerzo será en vano. Así que no les restes importancia a los ítems con los que no cumples.

¡Optimiza tu rendimiento!

15 puntos: ¡Puedes esperar resultados brillantes!

Has cumplido con absolutamente todos los requisitos, así que, ¡felicitaciones! Tu Campaña será un éxito rotundo.

¿Te ha parecido un trabajo arduo? Quédate tranquilo, con algo más de práctica, todo esto será solo cuestión de rutina. Eso sí, no ha terminado tu tarea aún.

Has cumplido con todo el Checklist y con eso te aseguras una Campaña triunfadora. Pero siempre podrás seguir mejorando.

Ahora debes evaluar tus Reportes para conocer mejor a tus usuarios y perfeccionar lo que sea necesario para tu próximo envío.

¡Que tengas excelentes Campañas!



Crea, envía, mide y optimiza tus Campañas de Email Marketing utilizando Doppler. Integración con redes sociales y tus herramientas favoritas. Simple y efectivo.

¡Prueba una cuenta gratis y sin límite de envíos!

REGÍSTRATE GRATIS



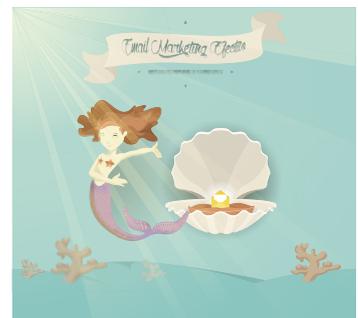
¿Te ha resultado interesante este Checklist? Entonces te encantará ver...



Infografía Cómo construir el Asunto perfecto para Email Marketing



Plantilla editable para crear tu estrategia de Email Marketing



Infografía Email Marketing efectivo. Mitos y verdades