

GUÍA HTML EMAIL RESPONSIVE



Campañas impactantes en todos los dispositivos

Ya lo expuso Darwin con su teoría de la evolución: solo aquellos seres vivos que se adapten a su entorno podrán sobrevivir. Y algo muy similar le está sucediendo a los profesionales y empresas que realizan Email Marketing.

¿Cómo es eso? ¡Te lo explicaremos!

Los avances tecnológicos han dado nacimiento a la aparición de dispositivos móviles de todos los tamaños y formas. Esto lógicamente, ha cambiado las reglas del juego y la manera en que las personas y las marcas se comunican.

Las empresas ya no pueden negar esta nueva realidad. Smartphones, tablets y reproductores portátiles están marcando un nuevo estilo de consumo en donde los usuarios exigen a las marcas que se adapten a ellos, o en caso contrario, no tardarán en marcharse a las filas de la compañía que sí lo haga.

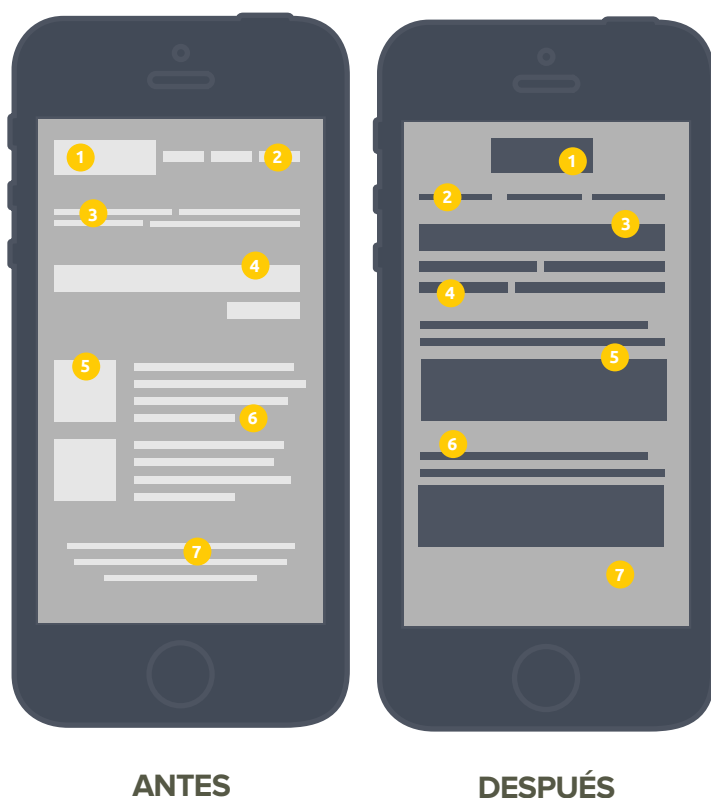
¿Qué sentido tiene invertir tiempo y dinero en crear Campañas promocionales o Newsletters de alta calidad si no podrán visualizarse correctamente en todos los dispositivos? Sólo lograrás frustrar a tus clientes y tus esfuerzos serán en vano.

¡Pero no te preocupes! Has descargado esta práctica guía donde encontrarás el paso a paso para crear Campañas impactantes, sin importar desde que dispositivo sean visualizadas. Una vez que pongas en práctica nuestros consejos, podrás cargar tu HTML Responsive en Doppler y enviar piezas totalmente funcionales. **¡Toma nota!**

¿Qué es una Campaña de Email Responsive?

Un diseño responsive prioriza la correcta visualización de una misma página web o Email HTML en distintos dispositivos: Desde PCs de escritorio hasta tablets y smartphones.

En el caso de Campañas de Email, su principal objetivo consiste en satisfacer la experiencia de todos los usuarios, independientemente del medio que utilicen para abrir y leer las piezas. En la siguiente ilustración te explicaremos qué puedes hacer con esta práctica.



CAMPAÑAS DE EMAIL FLUIDAS

1. Cambiar jerarquía de DISTINTOS elementos.
2. Cambiar forma de navegación.
3. Agrandar fuente de letras.
4. Modificar colores.
5. Cambiar layout o disposición del html.
6. Escalar imágenes.
7. Cambiar o esconder contenido.

Elementos de un HTML

A grandes rasgos, una pieza HTML está compuesta por la etiqueta o tag HTML y se divide en dos secciones: head (cabecera) y body (cuerpo).

Head

En la cabecera del HTML se introduce la directiva que ayuda a que el Email sea compatible con los distintos dispositivos y permite que el contenido se adapte a cada uno de ellos.

Body

En el cuerpo del HTML, se incluyen los estilos, imágenes y el código que normalmente se utiliza para las piezas de Email.

El código se vería de esta manera:

```
<html>
  <head>
    <!--comentario: declaraciones de la cabecera -->
  </head>
  <body>
    <!--comentario: cuerpo del email -->
  </body>
</html>
```

Ten en cuenta que dentro de la etiqueta <head></head> se debe incluir el siguiente tag HTML para que la Campaña se adapte correctamente a cualquier tipo de pantalla:

```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0"/>
```

¿Por qué necesitas agregar este tag? Para que el cliente de correo escale de manera correcta el contenido HTML de tu Email al ancho de pantalla del dispositivo. De esta manera, no tendrá en cuenta la escala por defecto, que por lo general no ayuda a que se adapte la pieza adecuadamente.

Veamos un ejemplo de cómo quedaría el código:

```
<head>
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8"/>
  <title>Doppler Responsive Email</title>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0"/>
</head>
```

Una vez realizado este paso, puedes seguir con los siguientes tips para lograr un Email Responsive. ¡Adelante!

¿Cómo crear una Campaña de Email Responsive?

En esta sección de la guía, te explicaremos cuáles son las dos técnicas necesarias para lograr que tu pieza se adapte a los diversos dispositivos de la mejor manera. Las mismas, se pueden utilizar combinadas o de manera individual. **¿Cuáles son las opciones? Utilizar Layouts Flexibles y/o Media Queries.**

Layouts flexibles

Se caracteriza por su habilidad para alterar el ancho y alto de sus elementos ajustándose lo mejor posible al espacio disponible en los diversos dispositivos. Un Layout Flexible expande sus componentes para rellenar espacios libres o bien, los comprime para evitar que éstos rebasen el área prevista.

Como ya sabes, el HTML de un Email debe ser estructurado mediante el uso de tablas (<table>) ya que son aceptadas por todos los clientes de correo electrónico.

Entonces, para crear un Layout Flexible (y que el contenido de la pieza se adapte a cada dispositivo) se utilizan valores porcentuales (%) para definir el ancho o width de los diferentes elementos HTML del Email.

Por ejemplo, se suele utilizar la propiedad width de las tablas con el valor 100%. Esto significa que el ancho del contenido de la Campaña será fluido y ocupará todo el ancho del dispositivo en el cual se visualiza.

A continuación, veremos un ejemplo de cómo sería un código HTML aplicando esta técnica:

```
<table border="0" cellpadding="0" cellspacing="0" width="500" class="wrapper">
  <tr>
    <td>Aquí va el contenido del email</td>
  </tr>
</table>
```

Viendo en detalle el ejemplo, se puede notar que se ha definido una tabla con width o ancho fijo en 500px. De aquí en más, el resto de las tablas que se agreguen dentro de ella se harán en porcentajes y su tamaño podrá variar hasta 500px como máximo.

Pero, **¿de que sirve utilizar un diseño con porcentajes si se va a trabajar con un ancho fijo de todas maneras?** Si miras nuevamente el ejemplo de la tabla contenedora, notarás que se incluye una clase con nombre wrapper. Este selector, se implementa aplicando la segunda técnica de diseño responsive, los **Media Queries**.

Media Queries

Se trata de un conjunto especial de reglas CSS bajo la nomenclatura **@media**, que actúan como instrucciones condicionales o reglas de estilos dinámicas. Los Media Queries detectan el tamaño de la pantalla de un dispositivo y luego activan los diferentes conjuntos de reglas CSS basados en ese tamaño de pantalla.

Siguiendo el ejemplo que formulamos en la sección anterior, mediante esta técnica se puede detectar el dispositivo que tiene un tamaño inferior a 500px. De esta manera, se cambiará el atributo width a 100% para que en esos casos tome el ancho completo de la pantalla en el dispositivo.

En la siguiente fragmento puedes observar cómo sería el código en este caso, y a modo de ejemplo, también agregamos otra regla que indica **cómo agrandar el tamaño tipográfico**.

```
<style type="text/css">
@media screen and (max-width:500px) {

    table[class="wrapper"] {
        width:100% !important;
    }

    body, table, td, a {
        font-size:18px !important;
    }

}
</style>
```

Un dato importante a tener en cuenta es que los Media Queries no funcionan en todos los clientes de correo. **¿Quieres saber cuáles son aquellos que sí aceptan esta tecnología?** ¡En el siguiente gráfico lo descubrirás!

iOS (iPhone/iPad)	✓	Yahoo! Mail (Android Browser)	✗
Android 4.x native client	✓	Windows Phone 7	✗
Android Outlook Exchange via native client	✗	Windows Phone 7.5	✓
Android Outlook.com app	✓	Windows Phone 8	✗
Android Gmail app	✗	BlackBerry OS 6	✓
Android Yahoo! Mail app	✗	BlackBerry OS 7	✓
Gmail (Android Browser)	✗	BlackBerry Z10	✓
Outlook.com (Android Browser)	✗	Kindle Fire native client	✓

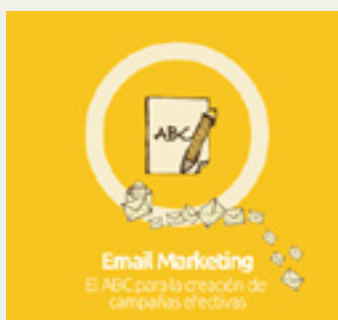


Crea, envía, mide y optimiza tus Campañas de Email Marketing utilizando Doppler. Integración con redes sociales y tus herramientas favoritas. Simple y efectivo. ¡Prueba una cuenta gratis con envíos ilimitados!

Si has leído este eBook, tal vez te interese...



[Guía HTML para Email Marketing](#)



[ABC para la creación de Campañas efectivas.](#)



[Plantilla editable para diseñar tu estrategia de Email Marketing.](#)

fromdoppler.com

