DOPPLER

Mayo con Causa
COMPRA ONLINE

Asociación de Internet MX

BUENAS PRÁCTICAS DEL EMAIL MARKETING

¿Te has puesto a pensar a cuánto contenido estamos potencialmente expuestos cada minuto?

Llegará un momento en que haya más contenido del que podamos ver y consumir, como lo señala Mark Schaeffer en su artículo sobre *Content Shock* pero, ¿cuántos de ellos de verdad se leen y cuántos realmente aportan valor?

Con este material queremos darte algunas recomendaciones para lograrlo.

¿Qué es el Inbound Marketing?

El objetivo de esta técnica se basa en **atraer clientes y fidelizar** a los actuales con **contenido útil, relevante, viral y agregando valor** en cada una de las etapas del recorrido del comprador.

Tus clientes potenciales encuentran a tu empresa a través de distintos canales como: blogs, motores de búsqueda y Redes Sociales.

“El 56% de las empresas en todo el mundo aumentaron su presupuesto destinado a la creación de contenido”.

(Siege Media, 2020)

Claves para nutrir el vínculo con tus clientes y fortalecerlo desde el momento cero

Que un prospecto haya accedido tu invitación para formar parte de tu **Base de Datos** es el primer paso pero no te asegura el triunfo. Por eso, el primer contacto a través del **Email Marketing** es crucial.

Esta técnica puede nutrir a cada nuevo prospecto, con información útil y necesaria para que tus Suscriptores se conviertan en Clientes, siendo una de las técnicas de Marketing Digital **¡que más Retorno de Inversión posee!**

Ofrecer valor a tus Suscriptores de la manera más sencilla, ¡hará que no duden en hacer click en tus Emails!

“El 72% de los profesionales en Marketing cree que el contenido que genera la marca es más eficaz que la publicidad tradicional.” (Contently, 2020).

Genera un primer contacto dándole la Bienvenida a tu Suscriptor con contenido que sea de valor con **base en sus intereses**, como un tutorial de datos útiles o tips. Brindando material de interés tienes altas probabilidades de ganar su atención e interesarse en una segunda oportunidad que resulte el comienzo de una relación estable y duradera.

“Un 73 % de empresarios de Latinoamérica y España reconoce la importancia del Marketing de Contenidos como medio para hacer crecer sus negocios”.

(LinkedIn, 2020)

Recomendaciones para que tu contenido sea fácil de:

☑

LEER

Organiza bien la estructura y haz que sea fluida, que incluya títulos internos y negritas para destacar lo más importante.

☑

CONSUMIR

Usa palabras simples y frases formuladas con claridad para que la lectura sea lo más amena posible.

☑

RECORDAR

Utiliza datos, imágenes, cifras o frases impactantes que queden en la mente del lector.

El **Lead Magnet** es una de las técnicas que puedes utilizar para enviar ofertas y descuentos por su cumpleaños o en fechas especiales como Día de la Madre, Fin de año, San Valentín, etc. ¡Es una buena manera de demostrarle a tus Suscriptores cuánto te importan!

DIVERSIFICA

Crear contenido exclusivamente en un formato, es la razón por la que los clientes terminan perdiendo el interés. Tu audiencia puede incluir tanto a personas que amen leer extensos textos de 800 palabras, como a otras que prefieran revisar rápidamente una lista de 5 puntos. ¡Toma en cuenta a todos tus segmentos!

LOS GRÁFICOS SON EL MAYOR RECURSO

Crear contenido exclusivamente en un formato, es la razón por la que los clientes terminan perdiendo el interés. Tu audiencia puede incluir tanto a personas que amen leer extensos textos de 800 palabras, como a otras que prefieran revisar rápidamente una lista de 5 puntos. ¡Toma en cuenta a todos tus segmentos!

MUCHA SERIEDAD TE ALEJA DE TUS PROSPECTOS

Incluir un poco de sentido del humor en tus publicaciones siempre es algo bueno. Hace que sea más fácil para el lector leer tu contenido de principio a fin, ¡lo hace más digerible!

EJEMPLIFICA

Crea ejemplos claros en pocas palabras que tengan relación con el punto que estás desarrollando. Con conceptos sencillos, evitarás dejar ideas en el aire y harás que tus lectores no tengan que repensar lo que les dices.

> *“El 53% de los especialistas en Marketing utilizan contenido interactivo para obtener más clientes potenciales.”*
>
> *(Impact 2020)*

No solamente se trata de qué tanta información tenga tu contenido, sino también de cómo se le presente al lector. La edición y la estructura del contenido cobra mayor relevancia, por lo que te recomendamos tomar en cuenta lo siguiente:

Analizar el tipo de conversaciones y publicaciones que logran más engagement te ayudará a identificar los temas que sean relevantes para tu público. Genera incertidumbre anunciando en **Redes Sociales** o con **Campañas de Email Marketing** la publicación de tus contenidos para lograr el interés de tu audiencia.

- Escribe párrafos más cortos
- Incluye listas
- Asegúrate de dejar un espacio en blanco entre contenido y gráficos
- Optimiza tu contenido para que sea responsive y pueda ser visto en celulares.

> *“El SEO (67%) y la actualización o reutilización del contenido existente (51%) son dos de los métodos más efectivos para mejorar el rendimiento del contenido.”*
>
> *(SEMrush, 2020)*

Con un **Blog** tienes la oportunidad de plasmar tu conocimiento. Los usuarios te verán como un profesional y lograrás permanecer en su top of mind. Por no mencionar lo que escalarás en los puestos del ranking de los principales buscadores.

“Los Blogs que publican regularmente generan un 67% más de clientes potenciales” Neil Patel.

Evita caer en estos errores comunes a la hora de generar tus Contenidos

Si el estilo de tu marca te lo permite, escribir de manera **más simple y amigable** te ayudará a lograr mayor empatía con tus lectores. ¡El mundo online es mucho más descontracturado!

Al momento de desarrollar tu contenido, redacta como si les estuvieras aconsejando a tus pares, procurando siempre brindarles tus mejores consejos.

Al utilizar términos muy específicos o difíciles de comprender, corres el riesgo de que los lectores no entiendan lo que intentas decirles o pierdan el interés de tener interacción con tu marca.

No solo les estarás diciendo a los lectores que no eres un robot detrás de una publicación, sino que también, lograrás que **empaticen contigo** y busquen más artículos tuyos.

Pon en práctica estos tips y haz que tus Suscriptore no duden ni un segundo en consumir tus contenidos.

Crea, envía, mide y optimiza tus Campañas de Email Marketing con Doppler.
Integración con Redes Sociales y tus herramientas favoritas.
¡Crea tu cuenta gratis y sin límite de envíos **aquí**!

Doppler LLC. Todos los derechos reservados.