



Email Marketing

Juan Manuel Huamancayo Pierrend

Consultor E-Business & E-Marketing

Junio - 2011



- 1. Introducción**
- 2. Generación de Base de Datos**
- 3. Construcción de Campañas**
- 4. Medición**



1. Introducción

1. Marketing digital
2. Generar confianza
3. Estadísticas uso del Email
4. Estadísticas bandeja de entrada
5. Conceptos

2. Generación de Base de Datos
3. Construcción de Campañas
4. Medición



1. Introducción

Email Marketing

Marketing Digital



- Ya no monólogos, el consumidor tiene el control
- Marketing de conversación
- Opinar, compartir, conversar, votar, etc.

1. Introducción

Email Marketing

Generar confianza:

- El 90% de las personas confían en las recomendaciones de sus conocidos.
- El 92% lee lo que otros dicen de un producto.
- El 46% son influenciados en comprar. El 43% dejan de hacerlo.



Fuente: eMarketer – Agosto 2010

1. Introducción

Email Marketing

Estadísticas uso del Email:

- 247 Billones de emails se envían cada día, y 507 billones el 2013
- 2 millones se envían cada segundo
- 1.4 billones de usuarios de emails hoy y 1.9 billones el 2013
- 516 millones de casillas de correo de empresas
- El 58% de las personas revisan sus emails como su primera actividad Online



1. Introducción

Email Marketing

Estadísticas:

- El 68% de usuarios peruanos de Internet abriría un e-mail de contenido comercial si conoce el remitente y si es relevante el contenido
- El 42% de usuarios señalan que Enviar y Recibir correos es su actividad principal en Internet



Fuente: Ipsos Apoyo – Uso y actitudes hacia Internet 2010

1. Introducción

Email Marketing

Estadísticas bandeja de entrada:

- 80 emails por día
 - 30 emails comerciales
- Se revisan los emails por remitente:
 1. Jefe
 2. Clientes
 3. Colegas
 4. Familia
 5. Amigos
 6. Empresas



1. Introducción

Email Marketing

Conceptos: Email Marketing

Es el proceso de entregar mensajes comerciales **relevantes** que generen **compromiso** a una **audiencia interesada** (que entregó su **permiso previamente**) de sus productos o servicios a través de un correo electrónico.

1. Introducción

Email Marketing

Conceptos: SPAM

Es entregar algo que **NO es solicitado** y menos **deseado** por alguien.

Se considera SPAM cuando:

- El remitente es desconocido o no existe
- El asunto es engañoso y no tiene relación con el contenido
- No hay forma de darse de baja
- El correo no es claro o evita la fuente de quién lo envía

NO comprar Base de Datos

1. Introducción
- 2. Generación de Base de Datos**
 - 1. Entregabilidad**
 - 2. Cómo hacer crecer mi lista**
3. Construcción de Campañas
4. Medición



2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Entregabilidad:

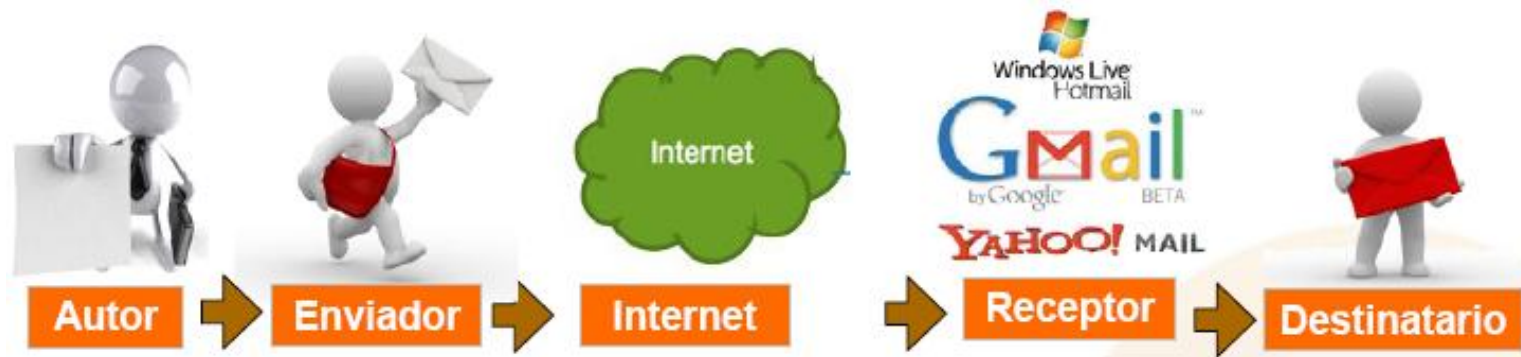
- Enviar \neq Entregar
- Por qué no usar Outlook?
 - No permite envíos masivos
 - No es seguro en la entrega
 - No se puede programar los envíos
 - No permite segmentar
 - No hay personalización
 - No se puede realizar seguimiento ni medir
- **Generar Reputación** (No SPAM)



2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Entregabilidad:



Enviador:



2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Entregabilidad:

- Filtros SPAM
 - Autenticación del enviador
 - Normas en el contenido
 - Reputación del autor y el enviador
- La Reputación es el factor clave para asegurar la **Entregabilidad**

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista:

- No comprar ni alquilar base de datos de emails
- Crecer de forma orgánica
 - Aumenta la tasa de retención de inscritos
 - Generar conversión
 - Refuerza la reputación
- Capturar Emails de solo aquellos que están interesados



2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista:

- Formularios
- Redes Sociales
- Publicidad en Internet
- Landing Pages

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Formularios

- Dar valor a cambio
- Destacarlo
- Incluirlo en todas las Páginas del Website

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Formularios



REGISTRATE Y VIAJA A CANCUN - MEXICO

Completa los datos y recibe 5 Días | 4 Noches en uno de nuestros Hoteles en la Riviera Maya **TODO INCLUIDO**

NOMBRE

Apellido

CIUDAD

ESTADO

PAIS Peru

TELEFONO# 001- 51

Celular Linea Fijo

CORREO

Por favor ingresa tu número de teléfono de la siguiente manera: Código país + Código de Ciudad o Celular + Número de Teléfono. No incluir ceros en el código de ciudad. De esta manera garantizamos que tu información sea procesada correctamente.


ENVIAR

Reserva en línea

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Redes Sociales



Dove Peru
Que orgullo sentimos de ver todas las fotos de las concursantes. Dejen lucir su belleza natural. Recuerden que ya quedan pocas semanas para participar en www.dove.com.pe



Dove
www.dove.com.pe
Dove te brinda una gran variedad de productos para el cuidado femenino. Dove realza la belleza natural de las mujeres.

 17 de mayo a las 9:27 · Me gusta · Comentar · Compartir

 A otras 33 personas más les gusta esto.

 Ver los 10 comentarios

 **Catherine Calderon Sarango** Creo que hasta el 27 O.o
20 de mayo a las 20:32 · Me gusta

 **Consuelito Tf** Apóyame =D
<http://www.dove.com.pe/productos.php?item=23&id=17&ref=nf>
Gracias totales =D
Ayer a las 9:03 · Me gusta

Escribe un comentario...

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Redes Sociales



Mujeres Dove,
orgullosas de mostrar
un rostro radiante sin maquillaje.



REGÍSTRATE Y PARTICIPA



Nombre *

Apellidos *

Fecha de Nacimiento Día Mes Año *

Teléfono *

DNI *

Sexo F M O

Email *

Departamento *

Provincia *

Distrito *

Dirección *

Acepto los
Términos y condiciones

ENVIAR

Promoción válida a nivel nacional * Todos los campos son obligatorios

La información aquí proporcionada por el Usuario será utilizada por Dove Perú Exclusivamente para lo que ha sido solicitada y bajo estricta confidencialidad.

DOVE EN FACEBOOK

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Publicidad en Internet

Patrocinado [Crear un anuncio](#)

Cura Tu Acné

curatuacneelsecreto.com



Recomendaciones para controlar tu acné, Llena tu nombre y correo para tener acceso.

Las playas mas lindas

sunvacationresorts.com



Regístrate y reciba unas vacaciones a unos de los destinos mas visitados en Mexico. Cancun, Playa del Carmen

¿Quieres irte de viaje?

duplicakmsbcplanpass.com

**En mayo
duplica tus
Kms. LANPASS**

>BCP>

En mayo todo lo que compres con tu Tarjeta de Crédito BCP LANPASS acumula el doble de Kms. Infórmate aquí.

Duerme bien VIVE MEJOR!




Exclusivos Colchones, Box Americano & Box Spring. Producto de LUJO. Hazte fan y participa de las promociones y sorteos exclusivos.

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Publicidad en Internet



REGISTRATE Y VIAJA A CANCUN - MEXICO

Completa los datos y recibe 5 Días | 4 Noches en uno de nuestros Hoteles en la Riviera Maya **TODO INCLUIDO**

NOMBRE

Apellido

CIUDAD

ESTADO

PAIS Peru

TELEFONO# 001- 51

Celular Linea Fijo

CORREO

Por favor ingresa tu número de teléfono de la siguiente manera: Código país + Código de Ciudad o Celular + Número de Teléfono. No incluir ceros en el código de ciudad. De esta manera garantizamos que tu información sea procesada correctamente.

ENVIAR

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Landing Pages

- Mostrar claramente los beneficios
- Incentivar a que dejen sus datos
- Pedir solo datos básicos. Opcional los datos de segmentación
- Información de privacidad para generar confianza

2. Generación de Base de Datos

Email Marketing

Cómo hacer crecer mi lista: Landing Pages

The screenshot shows a landing page for Results Mailer. At the top left is the logo "Results Mailer" with the tagline "Email that Counts". To the right, it says "More than a great Service!". Below this is a photo of a man and a woman looking at a computer screen. A quote from Larry Finn, President of Mercury Lane Out-Of-Peak Records, states: "The results for us have been fantastic! We see a 20% increase in sales with every email campaign." To the right of the photo are images of email newsletters. Below the photo is a red banner that says "If you're going to send email, be sure it delivers! Try It Now!" with a green arrow. Underneath is a sign-up form titled "Sign up for a FREE TRIAL!". The form includes fields for First Name, Last Name, Email, Company Name, Address, City, State (dropdown), ZIP, and Country (dropdown). There is a checkbox for "I agree to the Terms of Service" and a large green "FREE TRIAL" button. At the bottom right of the form, it says "LIMIT ONLY".

Results Mailer
Email that Counts

More than a great Service!

"The results for us have been fantastic! We see a 20% increase in sales with every email campaign."

Larry Finn,
President,
Mercury Lane Out-Of-Peak Records

Powerful service for you

- ✓ **Get your message through** - With one of the industry's highest delivery rates, ResultsMail gets your message to the inbox and not stuck in a spam filter.
- ✓ **Track your success** - ResultsMail lets you see what your customers and prospects respond to. Get real results by tracking, testing and constantly improving your messages.
- ✓ **Build your list** - ResultsMail makes it easy to add subscribers or prospects from your website, your email or any other marketing campaigns.
- ✓ **Do your own thing** - Other email services force you through a series of wizards and predetermined paths. Not ResultsMail. We let you access what you want when you want it.
- ✓ **Get started fast** - Jump right in with one of our built-in templates or create your own design. Just add your copy, choose your group and fire off an email.
- ✓ **No risk** - Give ResultsMail a try with no obligations and no credit card required.

If you're going to send email, be sure it delivers!
Try It Now!

Sign up for a FREE TRIAL!

First Name:

Last Name:

Email:

Company Name:

Address:

City:

State:

ZIP:

Country:

I agree to the [Terms of Service](#)

FREE TRIAL

LIMIT ONLY

Índice

Email Marketing

1. Introducción
2. Generación de Base de Datos
- 3. Construcción de campañas**
 - 1. Definir Objetivos**
 - 2. Conversión**
 - 3. Construcción de Emails**
 - 4. Qué no hacer**
4. Medición



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Definir Objetivos:

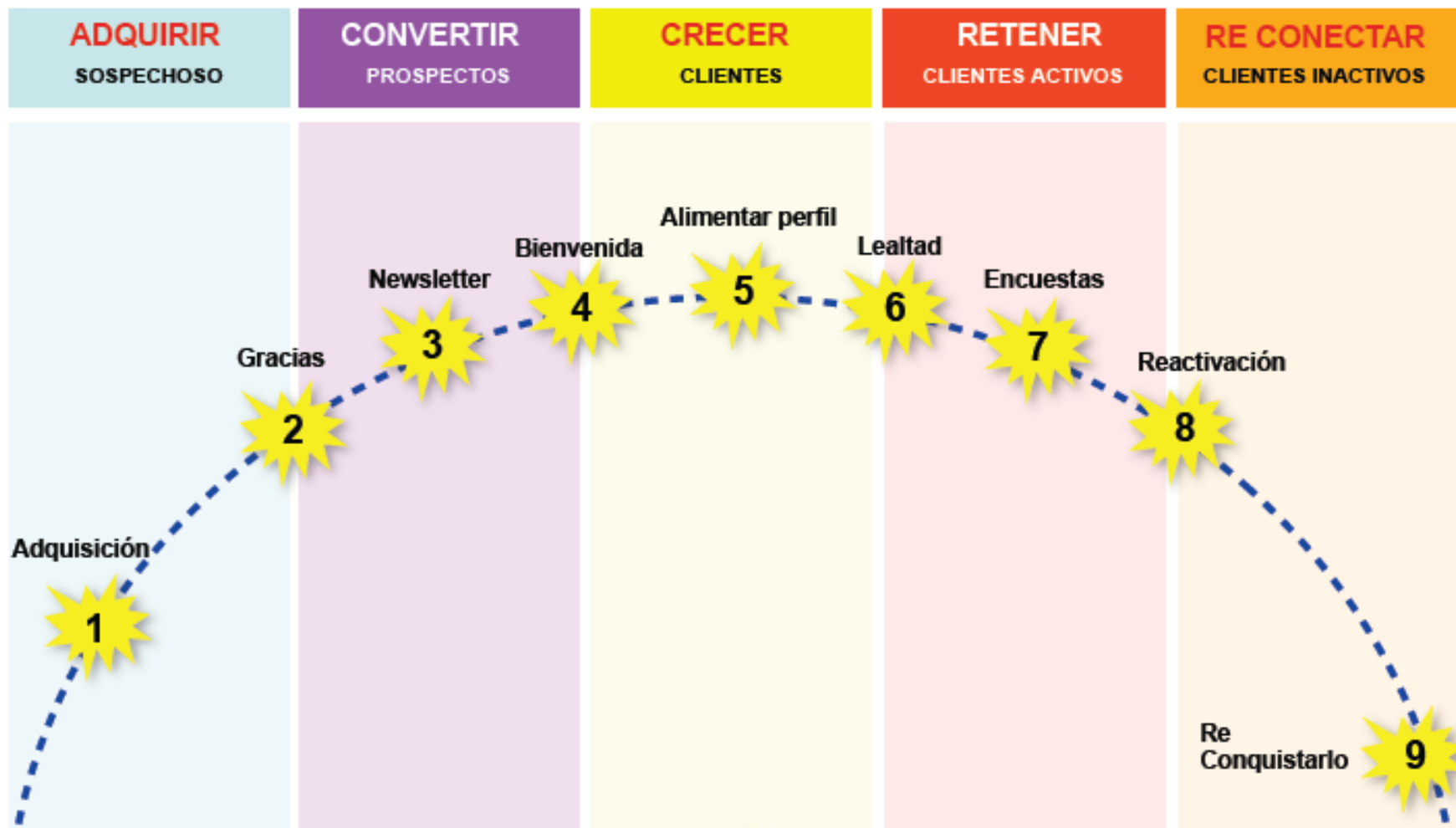
- Incentivar la compra
 - Generar confianza
- Ventas
 - Aumentar
 - Repetir
- Retención
 - Evitar pérdidas
- Branding
 - Comunicación



2. Construcción de campañas

Email Marketing

Definir Objetivos:



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Conversión:

1. Ofertas

- Oferta Dura
- Oferta Blanda

2. Incentivar el clic

Generar beneficio al usuario

- Destacar la acción
- Usar verbos claves
- Buen diseño

3. Landing Pages

- Relevantes



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Conversión:



The screenshot shows an email campaign for the Apple Store. The header features the Apple logo and the text "At your local Apple Store". The main content area is divided into several sections:

- The Apple Store. A great place to say hello to iPhone.** This section includes an image of three iPhones displaying different apps (Maps, App Store, and Newsstand).
- Stop by your local Apple Store to look at, play with, talk about, get to know, and, of course, buy an iPhone.**
- Let's shop together.** This section offers a free, face-to-face personal shopping appointment. It includes an icon of two people and a "Make a date" button.
- Attend an iPhone workshop.** This section promotes learning iPhone basics in a workshop. It includes an icon of two speech bubbles and a "Reserve your spot" button.
- Check iPhone availability.** This section helps users find which stores have iPhones in stock to borrow. It includes an image of an Apple Store and a "Search stores" button.

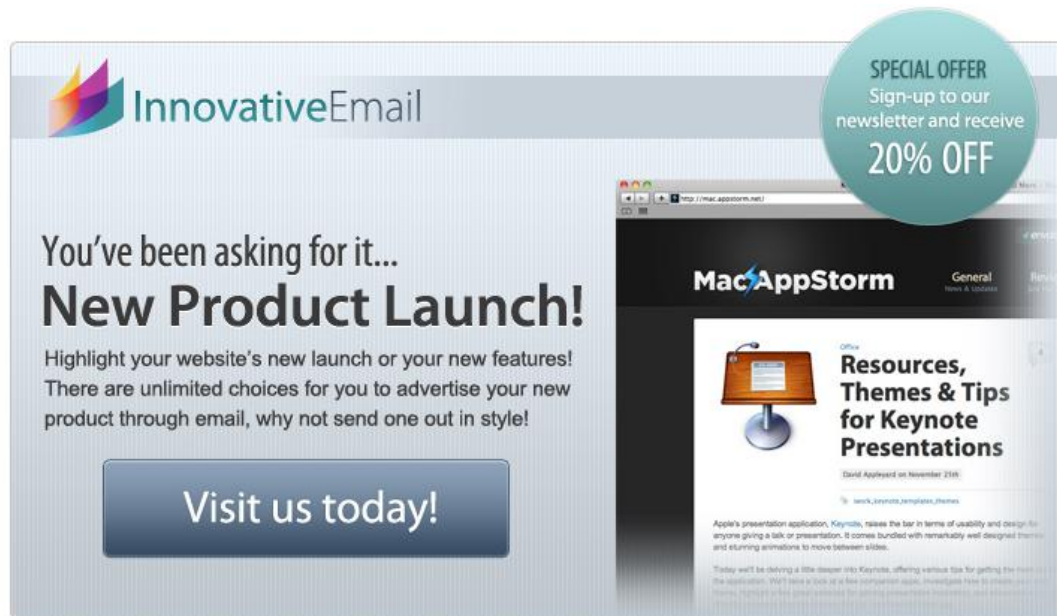
On the right side of the email, there are three additional promotional blocks:

- College students and educators:** Buy a Mac and get a free iPod nano after mail-in rebate. Includes a "Get the details" button.
- One to One:** We'll teach you everything we know. With a membership in our One to One program, you can get personal training in all things iPhone and Mac. Includes a "Learn more" button.
- Upcoming events:** There's always something happening at the Apple Store. Check the calendar of events for an Apple Store near you. And discover free workshops, demos, and more. Includes a "Find a store" button.

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Conversión:



InnovativeEmail

SPECIAL OFFER
Sign-up to our newsletter and receive
20% OFF

You've been asking for it...
New Product Launch!

Highlight your website's new launch or your new features! There are unlimited choices for you to advertise your new product through email, why not send one out in style!

Visit us today!

MacAppStorm

Resources, Themes & Tips for Keynote Presentations

David Appled on November 21st

Apple's presentation application, Keynote, raises the bar in terms of usability and design for anyone giving a talk or presentation. It comes bundled with remarkably well designed themes and stunning animations to move between slides.

Today we'll be diving a little deeper into Keynote, offering various tips for getting the most out of the application. We'll take a look up at free companion apps, investigate how to create custom themes, dig into the new content library for finding presentation inspiration, and discuss a few more things you can do with Keynote.



Manage your time efficiently with our new **calendar and time-tracking tool** unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium dolo laudantium, totam rem aperiam.



Check out our **beautiful new reminders**


What others are saying

"Hands down the easiest way to get your work done and have all the tools in front of you at once!"

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Conversión:



This is the headline. This is the headline. This is the headline. This is the headline.

This space is for the headline text. This space is for the headline text. This space is for the headline text. This space is for the headline text. This space is for the headline text. This space is for the headline text.

This is where the product screenshot goes.

Fill out the form below to get started. As you can see, it's quick and easy.

Name

Email

Company

Website

CALL-TO-ACTION-BUTTON

This is the Tout 1 title
This space reserved for the Tout 1 description. This space reserved for the Tout 1 description. This space reserved for the Tout 1 description. This space reserved for the Tout 1 description.

This is the Tout 2 title
This space reserved for the Tout 2 description. This space reserved for the Tout 2 description. This space reserved for the Tout 2 description. This space reserved for the Tout 2 description.

This is the Tout 3 title
This space reserved for the Tout 3 description. This space reserved for the Tout 3 description. This space reserved for the Tout 3 description. This space reserved for the Tout 3 description.

"This is where your awesome customer quote goes."
This is the credit for the quote (usually person's name and company)

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:

1. Formato

- Texto o Html

2. Redacción

- Breve, específico, mostrar beneficios

3. Diseño

- Distribución, Fonts, Imágenes, Vínculos

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:

FLOOR & DECOR *Now you're on to something.*

STORE LOCATIONS | HOW TO | INSTALLATION | GENEVIEVE'S CORNER | EMAIL SIGN UP

Home | About Us | Contact Us | Success Stories | Tell Us | Our Ads | Financing | Commercial Sales

LABOR DAY SALE

HURRY IN, SALE ENDS MONDAY!

FLOOR & DECOR'S LABOR DAY SALE

Thursday, August 30 thru Monday, September 3rd

As if our low prices weren't enough. Stop by now and start your flooring project off right with additional savings during our Labor Day Sale.

[Click here to find out more](#)

 Your choice 49¢ sq. ft.	 \$1.79 sq. ft.	
Ceramic 18x18	Laminate 6mm	Travertine 16x16

FORWARD TO A FRIEND

Genevieve's Corner

Genevieve's building a new home! Check back often to see the progress of her new home, located at the southern end of the Catskill Mountains in upstate New York. She'll be sharing her home-building experience via an online journal on her web page. And her first entry is live!



Plus get
**No Payments,
No Interest**
for **12 MONTHS***



*Valid on all purchases of \$299 or more made between

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:

Floor and Decor Outlets

STORE LOCATIONS HOW TO INSTALLATION GENEVIEVE'S CORNER EMAIL SIGN UP

Home About Us Contact Us Success Stories Tell Us Our Ads Financing Commercial Sales

LABOR DAY SALE HURRY IN, SALE ENDS MONDAY!

FLOOR & DECOR'S LABOR DAY SALE
Thursday, August 10 thru Monday, September 3rd

As if our low prices weren't enough. Stop by now and start your flooring project off right with additional savings during our Labor Day Sale.

Click here to find out more

Ceramic \$ 49/sq ft	Laminate \$ 49/sq ft	Travertine \$1.79/sq ft
------------------------	-------------------------	----------------------------

FORWARD TO A FRIEND

Genevieve's Corner
Genevieve's building a new home? [Click back often](#) to see the progress of her new home, located at the southern end of the Catskill Mountains in upstate New York. She'll be sharing her home-building experience via an online journal on her web page. And [her first entry is here!](#)

Go to Genevieve's Corner

**Plus get
No Payments,
No Interest
for 12 MONTHS***

*Valid on all purchases of \$200 or more made between 8/30/07 and 9/3/07 on the Floor & Decor Consumer Credit Card. (See financing page for more details)

3. Construcción de campañas

Email Marketing

Construcción de Emails:



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Qué no hacer:

1. SPAM

Qué hacer:

1. Segmentar
2. Llevarlos al Website





3. Construcción de campañas

Email Marketing


Qué no hacer: Spam


PROMOCION ¡¡¡ CAMBIO DE LOOK !!! PUBLICIDAD

[Volver a mensajes](#) |  

SALÓN SPA MANUEL - MIRAFLORES. [Agregar a contactos](#)
Para Asuncion

23/05/2011
[Responder](#)

De: **SALÓN SPA MANUEL - MIRAFLORES.** (angelica.loayza@s-coupe.net) 
Enviado: lunes, 23 de mayo de 2011 10:42:40 a.m.
Para: Asuncion (lucan@terra.com.pe)
Conjunto de caracteres:

 Microsoft SmartScreen ha marcado este mensaje como correo no deseado y lo eliminará después de diez días.
Un momento, ¡es seguro! | [No estoy seguro, mostrar contenido](#)



3. Construcción de campañas

Email Marketing

Qué hacer: Segmentar

VER GANADORAS | IR A

facebook

en Facebook

Hazte fan

*Bienvenida
Me encanta ser
Mujer*

**PARTICIPA CONTANDO TU HISTORIA
Y GANA UN VIAJE A CARTAGENA
CON TODOS LOS GASTOS PAGADOS
PARA TI Y 2 AMIGAS.**

PARTICIPA BASES Y CONDICIONES LEER COMENTARIOS

Toallas Femeninas y Protectores Diarios

Promoción válida a nivel nacional desde el 15/03/2010 hasta el 30/04/2010, sorteo 6 de mayo. MIN: 2010-0017270

Índice

Email Marketing

1. Introducción
2. Generación de Base de Datos
3. Construcción de Campañas

4. Medición

- 1. Por qué medir**
- 2. Probar**
- 3. Qué medir**
- 4. Relevancia**



4. Medición

Email Marketing

Por qué medir:

- Optimizar: mejorar y mantener
 - Aumentar la tasa de apertura
 - Aumentar la tasa de clics
 - Aumentar la tasa de conversión
 - Disminuir la tasa de desuscripción

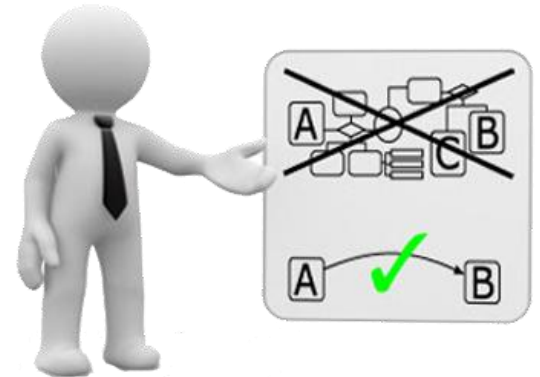


4. Medición

Email Marketing

Probar:

1. Seleccionar el Público Objetivo
2. Separarlos en dos grupos iguales
3. Enviar dos tipos diferentes de Email
 1. Asunto
 2. La oferta
 3. Hora y día de envío
 4. Landing Page
 5. Remitente
4. Analizar las métricas



4. Medición

Email Marketing

Qué medir:

1. Entregabilidad
 1. Tasa de entrega
 2. Tasa de Rebotes
2. Compromiso
 1. Tasa de apertura
 2. Tasa de clics
 3. Tasa de desuscripción
3. Ganancia
 1. Tasa de Conversión
 2. Ganancia Neta
 3. **ROI**



4. Medición

Email Marketing

Relevancia:

- Lo que uno **crea que es relevante no es relevante**
- El **cliente** nos dirá **lo que es relevante**

1. **Analizar los clics**
2. **Segmentar**
3. **Emails Relevantes**

Mayor Contenido Relevante -> Mayor Frecuencia de Envíos

Información de Contacto

Email Marketing

- Móvil: (511) 9 9346 6151
- Email: jmhuamancayo@tagticaweb.com
- www.tagticaweb.com
- www.facebook.com/tagticaweb



tag tica web

consultoría en negocios por internet