

A pesar de las grandes ventajas del e-mail marketing para los negocios: bajo coste, altos índices de conversión y el seguimiento detallado de las acciones a través de e-mail, la comercialización de productos y servicios promocionados por correo electrónico se está convirtiendo en una tarea profesional debido en parte a los spammers. El consumidor diferencia cada vez mejor entre el Spam y los email de permiso y acepta cada vez más la comercialización de productos y servicios por e-mail basado en el permiso como reemplazo al correo directo. Las campañas eficaces de email marketing, según los informes de Júpiter Research pueden producir nueve veces mejores réditos y 18 veces más beneficios que el mailing postal. Pero realizar un email eficaz es un arte y una ciencia. Aquí está una lista de los factores, de los problemas potenciales y de las soluciones eficaces a tener presente:

- 1. SPAM:** El consumidor medio recibe más de 500 e-mail a la semana, y más del 60% es Spam. Los filtros del Spam, las carpetas de correo masivo (bulk mail) y las listas de spammers están ayudando, pero prácticamente todos los usuarios de internet citaron el Spam como una preocupación importante en este sentido. Si contratas una empresa dedicada a realizar campañas de e-mail marketing será más seguro que tus campañas lleguen en forma directa.
- 2. Formato del E-mail e imágenes:** ¿Por qué mis e-mail parecen rotos o desconfigurados? El formato de los correos electrónicos es una creciente preocupación entre profesionales del email marketing, especialmente ahora puesto que algunas compañías y proveedores de web-emails bloquean las fotografías como medida de combatir el Spam. Según algunos estudios sobre el mercado del e-mail, aproximadamente un 40% de los mensajes de email entregados están rotos. ¿Cómo podemos evitar que nuestras acciones de marketing online lleguen "rotas"? El uso de una tecnología adecuada de envío masivo de e-mail puede ayudar a garantizar la entrega correcta de los correos.
- 3. Personalización y contenido relevante de los e-mails:** En un estudio reciente demostro que los usuarios de email son el 72% más propensos a responder a un E-mail comercial si su contenido les interesa. Por lo tanto es fundamental permitir que los usuarios elijan sus propios grupos de interés y que tengan control sobre qué tipo de e-mails comerciales recibe. La categoría más popular de interés, según el estudio, son las promociones.
- 4. Ratios de Click Through y conversión:** La rentabilidad de las acciones de marketing directos y on-line. El usuario ha abierto tu email y ha leído el contenido, ¿dónde es la rentabilidad? ahora tenemos buenas noticias. Los consumidores son cada vez más proclives a hacer compras como resultado directo de una campaña de email promocional. La mitad de los usuarios según el estudio ha comprado algo clickando directamente en un email. Otro 42% haciendo click en el email para obtener más información, y comprando el producto más tarde. Todas las compañías que envían email promocionales dentro de esas categorías comentan que entre el 71% y los 80% de los usuarios han comprado sus productos debido a una campaña del email. Si tu empresa no pertenece a una de esas industrias, no se preocupe porque la conversión de las campañas de email es cada día mejor.
- 5. Informe de las acciones de e- marketing:** ¿quiénes son realmente mis compradores-consumidores? El seguimiento de las acciones de e-mail marketing en tiempo real te permite conocer el comportamiento de tus suscriptores respecto de la apertura del email, la compra de un producto, la lectura de un determinado artículo.... Estudiar las reacciones de tus usuarios a las acciones de marketing on-line puede ayudarte a mejorar y rentabilizar tu presupuesto de marketing.