

Toda empresa que quiera dar a conocer sus productos y servicios debe apostar por cuantos medios tenga a su alcance si quiere llegar de forma **efectiva** a su público objetivo.

En los tiempos que corren, de hecho, las nuevas tecnologías se han erigido en verdaderos cauces de información para el sector comercial puesto que constituyen una forma barata y efectiva de informar sobre productos, servicios y otras noticias.

Pero dentro de la amplia gama que presentan las nuevas tecnologías... ¿qué medio es el más efectivo? Probablemente no hay una respuesta única a esa pregunta. Cada negocio, cada empresa, cada comercio e incluso, cada empresario, se dirigen a un sector determinado del público y, por ello, utilizan unas técnicas u otras.

Asimismo, cada uno presenta una serie de cualidades diferentes a las demás. Esto quiere decir, por tanto, que ni todos los empresarios disponen de los mismos medios para dirigirse a su público ni todos los cauces de información son adecuados para todos los negocios.

Sin embargo, hoy hablaremos de un cauce bastante utilizado en negocios, empresas y comercios de cualquier sector: el e-mail marketing. **¿Por qué tanto éxito?** Por su bajo coste y porque llega a un alto sector de la población.

### Como Rentabilizar el email marketing

**Brevedad, claridad y sencillez:** La estructura del mensaje es muy importante. No hay que olvidar que aunque sea a través del correo electrónico, de lo que se trata es de transmitir un mensaje. De ahí que sea vital saber cómo editarlo para que llegue al receptor de la forma más eficaz posible.

En primer lugar, es necesario centrarse en la brevedad. El mensaje no puede prolongar su extensión indefinidamente, ya que el receptor probablemente ni lo lea al ver demasiado texto. Lo mejor, por tanto, es apostar siempre por un mensaje contundente, breve, que llame la atención del usuario y le invite a interesarse por la oferta.

En segundo lugar, ha de ser claro. La claridad es tanto o más importante que la brevedad, pues un mensaje (ya sea corto o largo) que no se entiende es una oportunidad perdida de llegar a nuestro público. Lo mejor, en este caso, es transmitir mensajes claros con información útil, y huir de los subterfugios, los ambages y los dobles sentidos.