

EMAIL MARKETING: MAILCHIMP

Beatriz Gallardo
#prelabtalleres
@BeaGallardoR





MailChimp

1. ¿Por qué hacer campañas de mailing?





- Sigue siendo el medio predominante online (especialmente entre adultos)
- Barato y fácil de hacer
- Nos permite segmentar
- Fácil medir el resultado
- Gran herramienta para fidelizar y captar clientes



2. La estrategia es fundamental

Campañas



Redes sociales

Comunicación



Medios



Estrategia:

- Cuántos emails vas a enviar al año
- Qué productos vas a destacar
- Cómo actualizarás tus bases de datos
- Cómo se relaciona con los demás medios que utilizas
- OBJETIVOS CUANTIFICABLES
- TODO DENTRO DE TU PLAN DE MARKETING



Estrategia:

- A quién lo queremos enviar? TARGET
- Qué queremos transmitir? CONTENIDO
- Cuándo es el mejor momento para enviarlo?
ELIGE DÍA Y HORA ADECUADOS
- Para qué nos va a servir? QUE ATERRICEN
DONDE QUIERAS VENDER
- Qué resultados hemos obtenido? MIDE,
REPITE Y VUELVE A MEDIR



MailChimp

7

3. Nuestras BBDD

- Cómo voy a obtener los contactos: Opt-in
- Frecuencia de actualización
- Segmentación: listas y grupos





4. Medición

- Entregabilidad (bounce rate): -4% de rebote
- Apertura: 18% es bueno, + de 20% muy bueno
- Clicks: + de 4% es bueno, + de 20% muy bueno
- Quejas: intentar que sean menos del 0,1%
- Bajas: que no supere el 0,5%
- Conversión: analytics



¿Has logrado tus objetivos?





5. Aspecto legal

- Contenido: Incluir la palabra “publicidad” o “publi”, identificar el remitente, enlace para dar de baja
- OPT-IN: hay que respetar la **privacidad** del consumidor
- **Dar de alta los ficheros en la Agencia Española de Protección de datos**

Gracias!!!



#prelabtalleres #mailchimp @BeaGallardoR