
CÓMO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE E-MAIL MARKETING

Este es un esquema general para neófitos en la materia.

1) BASE DE DATOS- origen

PROPIA: lo ideal es una base de datos (BBDD) propia, desarrollada a través de contactos que en el pasado se interesaron por su empresa o producto. Y además contar con herramientas para generar constantes actualizaciones automáticas de esa BBDD.

GENERADA AD-HOC: es aquella que se desarrolla investigando distintas fuentes que permitan obtener datos públicos apropiados de nuestro target. Es menos eficaz que la anterior, pero útil si no se cuenta con una BBDD propia.

COMPRAR BBDD MASIVAS: no es recomendable, ya que deteriora la imagen de su empresa.

2) BASE DE DATOS- depuración

La base con la que se trabajará debe ser:

- a) *única:* una sola base para generar todas las acciones,
- b) *segmentada:* debe poderse identificar los distintos segmentos a los cuales se les enviará mensajes diferentes,
- c) *depurada de duplicaciones,*
- d) *identificada correctamente para enviar mensajes personalizados.*

3) MENSAJE A TRANSMITIR

ÚNICO: la propuesta debe ser preferentemente única, no múltiples mensajes que se pierden.

DIRECTO: debe poder ser detectado por quien lo recibe "a simple vista".

GENERAR CALL TO ACTION: si la persona está interesada, deben abrírseles todas las posibilidades de contacto con la empresa y esas posibilidades deben ser atendidas lo más rápido posible.

4) MEDICIÓN

La acción de e-mail marketing mide:

- a) *qué porcentaje leyó el e-mail.*
- b) *cuántos se dirigieron a la página web y/o dirección de e-mail.*

La empresa debe organizar registros de cuántos se contactaron efectivamente, lo cual generará un costo por contacto efectivo y un costo por compra realmente efectuada.

www.ideas-methanoia.com.ar