

UNA HERRAMIENTA EFECTIVA BAJO CIERTAS CARACTERÍSTICAS

E-MAIL MARKETING

Por: Alejandro Jáuregui G

Una de las formas más usadas para utilizar la Internet como medio de promoción es el envío de correo electrónico ofreciendo productos o servicios, sin embargo su abuso puede generar una aversión a las marcas.

Una de las posibles soluciones publicitarias vía Internet, es el uso de listas de correo para enviar publicidad y ofrecer productos y servicios a las personas. Es evidente que cada día los usuarios en la red mundial de información hacen un mayor y mejor uso de sus correos electrónicos, lo que genera ventajas competitivas para quienes logran utilizar dicho medio para generar ventas. Al mismo tiempo, los usuarios y posibles compradores han madurado en el uso de sus servicios de mensajería, siendo cada día más exigentes en el uso de sus servicios de mail y cada día más selectivos con lo que leen.

La alternativa de utilizar el e-mail marketing, resulta entonces un instrumento que debe ser utilizado con cierto cuidado y precaución. A continuación las ventajas de utilizar esta herramienta y algunos consejos para lograr ventas exitosas por este medio.

LAS VENTAJAS DE UTILIZAR EL E-MAIL COMO HERRAMIENTA DE APOYO PUBLICITARIO.

Ahorro: Enviar un e-mail, cada día es más económico y las tarifas de portales segmentados y diversificados han tenido que ser reducidas ante el aumento de la competencia y la variedad de ofertas. Además, generar bases de usuarios propias es cada día más sencillo. Hoy en día prácticamente todos los portales, páginas de Internet o empresas cuentan con bases de datos y de usuarios vía mail.

Velocidad: Usar e-mail marketing genera ventajas en términos de velocidad e interactividad, ya que se necesitan menores tiempo para:

- Llegar a los usuarios.
- Llegar frecuentemente a los usuarios

UNA DE LAS POSIBLES SOLUCIONES PUBLICITARIAS VÍA INTERNET, ES EL USO DE LISTAS DE CORREO PARA ENVIAR PUBLICIDAD Y OFRECER PRODUCTOS Y SERVICIOS A LAS PERSONAS

(repetir e insistir).

- Ejecutar ventas.

Personalización: La tecnología cada día permite llegar a los usuarios de manera más personalizada, recogiendo los gustos, creencias y aficiones de los usuarios, generando comunicación directa y efectiva.

Medición de resultados: Una de las ventajas importantes del uso de los correos electrónicos consiste en la capacidad de medir la efectividad de los mensajes enviados, lo que ayuda en el desarrollo y mejoramiento de las estrategias de ventas.

Capacidad de comunicación global: Se puede llegar a hacer contacto con personas de todo el mundo.

LA REGLA DE ORO: No enviar correos que no hayan sido solicitados por los usuarios.

ELEMENTOS ADICIONALES PARA TENER EN CUENTA Y TIPS:

No necesariamente enviar correo constantemente es una ventaja, a continuación algunas sugerencias para desarrollar campañas de e-mail marketing exitosas.

La intensidad del los correos debe ser adecuada: Si está desarrollando una campaña publicitaria seria, los correos se deben enviar con una frecuencia pausada, envíe los correos con cierta regularidad pero sin llenar las bandejas de entrada de los usuarios. Se aconseja esperar el mayor tiempo posible para enviar los correos y de manera constante para que la lectura de los e-mail se convierta en una costumbre para los usuarios.

No sacrifique la imagen de su empresa o portal por un ingreso extra o por pensar en generar ventas fácilmente: Este punto es fundamental, los correos que usted envía deben ser acordes con la calidad de su tráfico, mercado objetivo e imagen de marca que desea proyectar. Puede arriesgarse a perder credibilidad con los productos que ofrece si desarrolla campañas poco profesionales, lo que puede afectar sus ventas normales y perder el consentimiento de sus usuarios.

Sea focalizado y oportuno: Maneje adecuadamente el tiempo al enviar los correos, busque oportunidad y adelántese a los acontecimientos.

Genere exclusividad: Sus correos deben generar algún sentido de pertenencia o exclusividad en los usuarios, piense en un modelo tipo "club", cuando realice las campañas.

Cuide su lenguaje para generar confianza: Mantenga un lenguaje correcto al desarrollar campañas y piense bastante en la sencillez y claridad del mensaje.

No se extienda demasiado en sus mensajes, ni tampoco sea demasiado breve: Explique adecuadamente a través de la campaña los productos o servicios ofrecidos.

Induzca a procesos: Procure que el comprador entre en un proceso de venta, ofrezca información más detallada, ofrezca links en donde pueda encontrar algún tipo de beneficio adicional, genere interactividad.

Preséntese: El consumidor debe saber exactamente quien envió el mensaje, por qué lo envió, que se le ofrece y cómo contactar a la persona responsable. Preséntese si es posible, firme o deje clara la marca que representa.

Por último... Sea ágil, dinámico y sobre todo atento con las sugerencias o quejas de los clientes, y si estos no desean continuar recibiendo la publicidad sea diligente en su baja de las listas.

Si no hay cuidado en el manejo de la información que se envía, no solo se corre el riesgo de sacrificar una venta potencial sino que se puede perder un cliente o un usuario regular, debido a que no gusta de las tácticas de la empresa en términos de publicidad.

