### ¿Quieres mejorar los resultados de tu negocio enviando Campañas de Email? ¡No te dejaremos solo en esta misión! Con esta Plantilla podrás diagramar tu plan en 10 simples pasos.

### ¿Cómo utilizarla? Responde a las preguntas que verás a continuación y obtendrás, como resultado, una estrategia que te permitirá estrechar la relación con tus clientes, atraer nuevos compradores y fidelizar a los que ya te eligen. ¿No es sensacional? ¡Comienza ahora!

PASO #1: Investiga para triunfar

## Define el perfil de tu público objetivo. ¡Conoce a la perfección a tu audiencia!

### ¿Cuáles son las características demográficas de tu mercado objetivo? (Profesión, lugar de residencia, edad, género, etc.)

### ¿Cuál ha sido su comportamiento previo? (Interacción con Campañas de Email, con tu equipo de ventas, atención al cliente, compras anteriores, etc.)

### ¿Cuáles son sus intereses, hobbies, problemas y preferencias?

### ¿Qué clientes de correo y navegadores utiliza?

### ¿En qué tipo de dispositivos abre sus Emails?



### Cuanta más información tengas sobre tu público, más efectivas serán tus acciones porque sabrás perfectamente qué es lo que quieren y necesitan.

Ejemplo: Mi target está conformado por personas de ambos géneros, de entre 25 y 50 años, que se dedican al Marketing y viven en países de Latinoamérica.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

### ¿Te animas a crear una [**Buyer Persona**](https://www.fromdoppler.com/es/recursos-marketing/?recurso=plantilla-buyer-persona#herramientas)? Se trata de una representación semi-ficticia de tu consumidor final (o potencial) construida en base a información demográfica, comportamiento, necesidades y motivaciones.

Ejemplo: Mi Buyer Persona es un hombre de entre 35 y 50 años que ocupa el puesto de Director de Marketing y Ventas. Está casado y tiene dos hijos. Sus ingresos mensuales rondan los $ 3.000. Se trata de una persona inquieta que busca informarse todo el tiempo.

Se encarga de planificar las estrategias de Marketing en canales digitales de la empresa para la que trabaja desde hace 4 años. Posee dos másters en importantes escuelas de negocios.

Como principales intereses tiene: conocer y probar las nuevas herramientas de Marketing que aparecen en el mercado así como analizar las métricas y analíticas que proporcionan para dar en el clavo a la hora de reorientar objetivos.

### Ahora es tu turno …………………………………………………………………………………………..…………………………………………………………………………………………..

## Analiza a tu competencia. ¡Sácale ventaja conociendo cómo actúa!

### ¿Qué tipos de Campañas envían el resto de las compañías de tu industria? (promocionales, informativas, de fidelización, de invitación a eventos, newsletters, etc.)

### ¿Cuáles son los formatos de contenido que comparten habitualmente? (videos, artículos, infografías, ilustraciones, fotografías, etc.)

### ¿Sobre qué temáticas tratan?

### ¿De qué manera integran sus envíos de [**Email Marketing**](https://blog.fromdoppler.com/que-es-email-marketing-la-guia-definitiva-2023/?utm_source=direct) con su estrategia de Social Media?

### ¿De qué forma estructuran u organizan sus piezas de Email?

### ¿Qué tono comunicacional utilizan?

### ¿Qué métodos de recolección de datos usan y dónde han incluido [**Formularios**](https://www.fromdoppler.com/es/recursos-marketing/?recurso=segmentacion-email-marketing#infografias)?

### Inspírate con aquello que hacen bien y detecta sus puntos débiles para no cometer los mismos errores.

Ejemplo: Mi competencia envía principalmente Campañas de tipo promocional tres veces al mes, un Newsletter mensual y un Email Estacional saludando y ofreciéndoles un descuento especial a sus clientes en fechas como el Día de la Madre, del Padre, entre otras.

La mayoría de sus envíos son de gran impacto visual centrando su diseño en la promoción del beneficio a través del uso de ilustraciones.

Como método de recolección de datos utiliza Formularios en su sitio web, blog y página de Facebook.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

## Determina tu propuesta de valor. ¡La clave está en diferenciarse!

### ¿Qué te distingue del resto de las empresas/productos/profesionales de tu sector? (Tu servicio de atención al cliente, la calidad de tu producto, la rapidez de entrega, etc.)

### ¿Qué tienes para ofrecerle a tus contactos que les pueda interesar?

### ¿Qué puedes brindarles para convertirlos en clientes o fidelizarlos?

### Redactarla hará que reflexiones sobre aquello que hace a tu compañía única.

Ejemplo: Mi propuesta de valor se basa en ofrecer un servicio de calidad. Más allá de eso, mi empresa brinda un servicio de atención al cliente destacado. Un 90% de las consultas son atendidas y solucionadas en un lapso de una hora. Si esto no se cumple, se le ofrece al cliente un descuento de un 30%.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #2: Define tus objetivos

### ¿Qué quieres lograr con tus Campañas de Email Marketing? (Vender, informar, lograr registros a un evento, saludar a tus contactos o fidelizar a tus clientes).

### ¿Son realizables, medibles y alcanzables esos objetivos?

### ¿En qué período de tiempo piensas cumplirlos?

### ¿Te animas a redactarlos? ¡Escríbelos aquí mismo! Eso te ayudará a tenerlos presentes en todo momento y evitará que te alejes de lo que te has propuesto.

Ejemplo:

Mis objetivos son:

* Aumentar mis ventas un 20% anual en relación al año anterior.
* Lograr un 70% de retención de clientes actuales.
* Incrementar en un 30% los contactos de mi Base de Datos.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #3: Elige los métodos de captación de datos

### ¿Qué técnicas utilizarás? (Formulario en barra lateral, hello bars, pop ups, Landing Pages, tab de Facebook, anuncio, Twitter Cards, etc.).

### ¿Qué herramienta usarás para implementar esas técnicas?

### ¡Recuerda! Una Base de Datos rentable es uno de los pilares básicos de toda estrategia de [**Email Marketing**](https://www.fromdoppler.com/es/recursos-marketing/?recurso=hoja-ayuda-email#ebooks)**.** Tu misión será conocer e implementar todas las formas de generación de leads que existan.

Ejemplo: Elegiré como métodos de captación de datos un Formulario en la barra lateral de mi sitio web así como en un pop up en mi blog. También realizaré acciones en redes sociales como compartir una Landing Page con un Formulario en mis perfiles.

Para colocar el Formulario en el sitio, utilizaré la integración de Doppler con WordPress. Para ubicarlo en una tab de mi Fan Page, usaré la integración con Facebook.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #4: Escoge la herramienta perfecta

## Evalúa sus funcionalidades

### La plataforma elegida para tus envíos, ¿te permite importar tus contactos fácilmente?

### ¿Cuenta con [**Plantillas Pre-diseñadas**](https://www.fromdoppler.com/es/recursos-marketing/?recurso=pack-imagenes-fechas-especiales#herramientas) y personalizables para crear tus Campañas en minutos?

### ¿Te ofrece Reportes y analíticas en tiempo real sobre el desempeño de tus envíos?

### ¿Cuenta con IPs con excelente reputación para asegurar la llegada al inbox?

### ¿Tiene servicio de Atención al Cliente?

### ¿Ofrece tutoriales y capacitaciones?

## Conoce sus integraciones

### ¿Te permite integrar tus Campañas con Landing Pages?

### ¿Puedes integrar tus envíos con tu Tienda Online para importar automáticamente tus contactos en Listas de contactos?

### ¿Cuenta con una integración con tu CRM que te permita enviarle Campañas a tus contactos?

### ¿Te permite acceder a integraciones con redes sociales para colocar Formularios en tus perfiles?

### Enviar Emails desde clientes de correo como Outlook, Gmail o Yahoo, no es hacer Email Marketing. Si quieres tener éxito con tus envíos, necesitarás contar con una poderosa herramienta como Doppler. ¡[**Crea una cuenta gratis**](https://app.fromdoppler.com/signup?lang=es&origin=recurso-plantilla-email-marketing2) y descubre su potencial!

### Utilizaré como plataforma de envíos …………………………………………………………………………………………..

PASO #5: Piensa qué contenidos enviarás

### ¿Tus contenidos son atractivos y fáciles de comprender?

### ¿Qué tipo de Campañas enviarás? (promocional, newsletter, de invitación, de fidelización, estacional, informativa o encuesta)

### El contenido y el diseño de tus piezas, ¿se complementan y potencian?

### ¿Qué formatos de contenido utilizarás? (videos, textos, imágenes animadas, imágenes estáticas, eBooks, infografías, etc.).

### La única forma de ofrecer material de interés para tu público, es conociendo en profundidad sus necesidades y características.

Ejemplo: Enviaré un Newsletter mensual que incluya los artículos más destacados del blog así como las últimas novedades del sector y de la empresa. Además, tendrá una sección especial donde se presentará a uno de los miembros del equipo. Asimismo, enviaré dos Campañas promocionales al mes con descuentos especiales para mis contactos. En este caso, el diseño estará orientado a destacar el beneficio a través de la utilización de ilustraciones animadas en busca de captar la atención del usuario.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #6: Crea un calendario de envíos

### ¿Cuáles son los acontecimientos relevantes vinculados a tu sector que puedes aprovechar? (Navidad, Día de la Madre, Pascuas, Halloween, etc.).

### ¿Cuáles son las fechas importantes para tu empresa? (Aniversario, eventos institucionales, cumpleaños de tus clientes, etc.)

### Haz un relevamiento de estas fechas y crea tu calendario para no olvidarte de ninguna. ¡Adelántate a tu competencia y llega antes que nadie con tus Campañas!

Ejemplo: Las fechas relevantes para mi negocio son todas aquellas que puedan resultar oportunas para que mis clientes puedan realizar acciones de Marketing, como el Día de la Madre, Halloween, Navidad, comienzo de la primavera, etc.)

Para organizar esos envíos elaboraré un documento indicando: tipo de Campaña, beneficio a destacar, responsable de la redacción del contenido, responsable del diseño y maquetación de la pieza, fecha y horario del envío, Asunto, email y nombre del Remitente.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #7: Define la frecuencia de envíos

### ¿Cuáles son los horarios y días con mayor cantidad de aperturas?

### ¿Y los de menor número de Emails abiertos?

### ¿Qué días y horarios te han reportado mejores Tasas de Clicks y conversiones?

### ¿Tus contactos han manifestado su interés en alguna frecuencia ideal?

### Para descubrir cuál es la mejor frecuencia para enviar tus Campañas necesitas probar diferentes días y horarios de envío.

Ejemplo: De acuerdo a un análisis de los Reportes de mis envíos, los días de mayor cantidad de aperturas son los martes y jueves de 10 a.m. a 12 p.m.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #8: Combina el Email Marketing con el Social Media

### ¿Incluyes botones de compartir en tus Campañas?

### ¿Agregas links a tus perfiles en redes sociales?

### ¿Promocionas tus concursos y sorteos en redes enviando Campañas?

### ¿Compartes tus piezas de Email en tus perfiles sociales?

### ¿Utilizas las redes para captar nuevos contactos para tu base?

### ¿Envías Campañas segmentadas especialmente para quienes se sumaron a tus Listas desde redes sociales?

### ¡La unión hace la fuerza! Potencia ambas estrategias combinándolas a la perfección.

Ejemplo: Organizaré una trivia en Facebook donde los usuarios deban responder una serie de preguntas referidas. Con el fin de promocionarla, enviaré una Campaña invitando a mis contactos a participar.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #9: Piensa en los Asuntos de tus envíos

### ¿Tus asuntos tienen entre 30 y 50 caracteres?

### ¿Son llamativos y atractivos?

### ¿Están pensados cuidadosamente atendiendo a las características e intereses de tus contactos?

### ¿Están acompañados por un Pre-encabezado?

### ¿Utilizas símbolos para destacarlos del resto?

### ¿Usas un Remitente fácilmente identificable?

### ¿Testeas tus Asuntos para conocer el más efectivo?

### ¡Nunca dejes para el final tus Asuntos! Recuerda que este elemento puede ser la diferencia entre un Email abierto y uno que terminará en la papelera.

Ejemplo: Probaré dos versiones bien diferenciadas de Asuntos utilizando Campañas Test A/B. Siempre utilizaré el nombre de mi marca como Remitente, excepto en los casos de los envíos promocionales que se enviarán a nombre de uno de los miembros de mi equipo de ventas.

Al mismo tiempo, realizaré un seguimiento acerca de qué tipos de Asuntos o palabras generan mayor cantidad de aperturas para poder utilizarlos con asiduidad.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

PASO #10: Analiza los resultados de tus Campañas

### ¿Qué Tasa de Apertura, Clicks y Rebotes has obtenido?

### ¿Cuántas Remociones?

### ¿En qué links han hecho click tus contactos?

### ¿En qué países se abren tus Campañas?

### ¿Has alcanzado los objetivos propuestos el año anterior?

### Medir y evaluar el desempeño de tus Campañas te ayudará a tener un panorama claro acerca de lo que funciona y lo que no. ¡Optimiza tus resultados con cada envío!

Ejemplo: Realizaré un documento que incluya las principales métricas e iré agregando allí los datos de cada envío para poder hacer un análisis mensual de las Campañas. Eso me permitirá tomar decisiones basándome en aquello que ha funcionado y lo que no.

### Ahora es tu turno ………………………………………………………………………………………..……………………………………………………………………………………………..

BONUS TRACK: Saca provecho del Email Automation

### ¿Programas Campañas para que se envíen automáticamente en fechas específicas como el cumpleaños de tus clientes?

### ¿Programas envíos automáticos para darle la bienvenida a los usuarios que se suscriben a tus Listas?

### ¿Envías Campañas de Email con descuentos para aquellos usuarios que vieron algún producto de tu tienda?

### ¿Envías Emails para atraer nuevamente a los usuarios que abandonaron su carrito de compras?

### Piensa en aquellas acciones que puedes automatizar y aprovecha esta técnica para mejorar tus conversiones con un mínimo esfuerzo.

Ejemplo: Programaré una Campaña de Email Automation por Suscripción para darle la bienvenida a todos los que se sumen a mi Base de Datos y ofrecerles un descuento por haberse registrado.

### 



### Crea, envía, mide y optimiza tus Campañas de Email Marketing utilizando Doppler. Integración con redes sociales y tus herramientas favoritas. Simple y efectivo. **¡Crea una cuenta gratis ahora y haz envíos ilimitados durante 3 meses!**

[](https://app.fromdoppler.com/signup?lang=es&origin=recurso-plantilla-email-marketing3)

¿Te ha resultado útil esta Plantilla?

Entonces te encantará ver…

### [ebook-guia-html](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#guia-html)[infografia-asuntos-email-marketing](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#infografia-asuntos)[herramientas-checklist-precamp](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#checklist-preenvio)

### [**Checklist pre-envío de tu Campaña de Email**](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#checklist-preenvio)

### [**Infografía Cómo construir el Asunto perfecto**](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#infografia-asuntos)

### [**Guía HTML para Email Marketing**](https://www.fromdoppler.com/materiales-gratis?utm_source=documento&utm_medium=documento&utm_content=plantilla-emailmkt-2017#guia-html)

### [youtube](https://www.youtube.com/user/FromDoppler)[instagram](https://www.instagram.com/fromdoppler/)[linkedin](https://www.linkedin.com/company/doppler)[facebook](https://www.facebook.com/DopplerEmailMarketing)[twitter](https://twitter.com/fromDoppler)