

EMAIL MARKETING DE ALTO RENDIMIENTO:

Esta es mi definición del email marketing:

La mejor manera de aportar valor y generar confianza con los visitantes de tu web, para que se conviertan en clientes, mejoren su calidad de vida, aumenten tus niveles de satisfacción, y por supuesto tu economía ;)

Hay dos tipos de emails: los que programas para que se envíen después de un número determinado de días (también conocidos como "Autorespuesta") y los que envías a días sueltos (también conocidos como "Newsletter" o "Broadcast").

En este documento tienes explicados los dos tipos de emails, más algunas recomendaciones importantes.

SECUENCIA PROGRAMADA DE EMAILS (AUTORESPUESTA)

- Primero define con qué frecuencia quieres que reciban tus emails: ¿Una vez por semana? ¿Cada 10 días? Después escríbelos y prográmalos para 3 o 4 meses o más.
- En el primer email les envías el regalo: un ebook, vídeo, audio, guía...Ejemplo de asunto (título del email): **¡Aquí está lo que te prometí!**
- En el segundo email les puedes preguntar si lo han leído, qué les ha parecido, si tienen dudas... Ejemplo de asunto: **¿Lo has leído/visto? o ¿Qué te ha parecido? o ¿Puedo ayudarte en algo?...**
- En el tercero puedes hablar un poco de tu historia, de quien eres, de porqué estás haciendo esto, qué puedes ofrecer... Ejemplo de asunto: **¿Por qué estoy haciendo esto?**
- A partir del cuarto email puedes empezar a darles valor. Lo que más gusta son emails de cómo hacer cosas. Básalo en las preguntas que te hacen tus clientes (vete anotándolas). Pueden ser artículos que ya tienes escritos, vídeos que ya tienes en tu canal, infografías, guías, tutoriales... Ejemplo de asunto: **"Cómo conseguir tus deseos en 4 pasos"** o **"Cómo encontrar tu propósito de tu vida"** o **"Cómo tener más energía durante el día"**. Al final ofrece siempre tus servicios, con una llamada a la acción clara: visita mi web, lee mi blog, contesta este email... diles claramente lo que quieres que hagan.
- Pregúntales en qué áreas necesitan ayuda/información. Anímales a que contesten tus emails diciendo que prometes leer cada uno de ellos (y haciéndolo, claro). Ejemplo de asunto: **¿En qué puedo ayudarte? o ¿en cual de estas áreas tienes más dificultad?** También pueden hacer una encuesta con Google Forms o con

<https://es.surveymonkey.com/> Una vez que tienes esa información, estarás preparad@ para crear un contenido genial!!

- Invítales a que te sigan en las redes sociales: Facebook, Instagram... Por ejemplo: **¿Hablamos por Facebook?**
- Testimonio con frase impactante. Ejemplo de asunto: **Ya no me enfado tanto!!** o **“No he vuelto a comer pan por las noches”**.
- Prueba social: **“Practicado por más de 500 millones de personas”**” (se refiere al Yoga pero esto lo omito para crear curiosidad y que los lectores abran el email para saber qué es).
- Estudios científicos. Por ejemplo: **“Lo que ciencia dice sobre el mindfulness”**.
- Esto son solo algunos ejemplos. Sé creativ@. Utiliza tu imaginación!! :)

NEWSLETTER (emails que mandas en cualquier momento)

- Escríbeles cada vez que escribas un artículo o subas un vídeo. Si es un artículo, no lo pongas entero en el email. Pon un poco y para leer el resto, que vayan a tu web. Allí podrán ver otras cosas tuyas como otros artículos, tus servicios, testimonios...

Punto Importante 1: No pongas **“Lee mi último artículo”** (esto no llama la atención). Mejor: **“4 técnicas para mantener la calma en un mundo caótico”** o **“3 lecciones que te ayudarán a tener más éxito en la vida [vídeo]”** o **“Guía completa de la ley de la atracción y cómo hacer que te funcione de verdad [PDF]”** o **“Esta puede ser tu vida si así lo eliges”**... Algo que llame la atención y que invite a leer. Lo de poner [vídeo] o [PDF] al final del asunto funciona muy bien. Para más información de cómo escribir asuntos increíbles: <https://neilpatel.com/es/blog/la-guia-paso-a-paso-para-escribir-titulos-poderosos/>

Punto importante 2: El título tiene que ser genial, pero el contenido también. Si no, perderán la confianza en ti.

- Escríbeles si vas a dar alguna charla o curso, o si tienes alguna oferta: por navidades, por tu cumpleaños, antes del verano (por ejemplo para perder peso...). Introduce urgencia: **“Sólo quedan 2 días...”** o escasez: **“Últimas 3 plazas para el curso...”** ¡¡Esto funciona de maravilla!!!
- Alterna emails de valor con ofertas, testimonios... Tiene que haber un equilibrio entre la información que das gratuitamente y los servicios que promocionas. Aun así, aunque les estés dando información gratuita, incluye siempre un enlace a tu web en todos los emails. Que no te de miedo promocionar tus servicios o productos. Si no lo haces, mucha gente se quedará sin beneficiarse de lo que les puedes aportar. No pienses que estás siendo usurero o avaricioso porque estás ofreciendo lo que haces. Al contrario, les estás dando la oportunidad de crecer. Como dice la famosa frase: **“Date permiso para brillar. El mundo te necesita!!”**.

- De vez en cuando sorpréndeles, envíales algo inesperado.
- Tip (consejo): **A partir de ahora fijate en emails que recibes y guardate aquellos que te gusten.** Ten guardado un banco de ideas de emails para que no llegue el momento de escribir y no sepas qué poner. Con práctica, cada vez te resultará más fácil escribir de manera inspirada y conectar con tus lectores. Cuando empiezas a recibir emails de agradecimiento de personas que han accedido a tus contenidos gratuitos (artículos de tu blog, vídeos de tu canal, citas o infografías que has compartido en las redes sociales...) o de pago, sentirás una satisfacción enorme y te darás cuenta de que todo lo que estás aprendiendo y haciendo, ha merecido la pena :)
- Tip 2: **Aunque estés especializad@ en tu tema en concreto, no escribas siempre emails acerca del mismo tema.** Alternalo con temas relacionados. Por ejemplo, si te especializas en aliviar dolores crónicos a través de terapias energéticas, no escribas todos los emails acerca del dolor y de cómo aliviarlo. Hablales de otras actividades que pueden hacer para distraerse, de la importancia de tener buenas amistades, aconséjales que se rían más, que tengan contacto con la naturaleza, otras terapias oficiales o complementarias que pueden probar... en fin, **cosas relacionadas que les pueden ayudar pero que no son exactamente lo que tú haces o enseñas.** Esto hará tu correspondencia más amena y podrás atraer la atención de diferentes tipos de personas dentro de tu nicho de mercado.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA

- **Comprueba que los emails estén bien escritos** en cuanto a ortografía, gramática.. y que los enlaces funcionen bien.
- **Cuidado con el spam:** no utilices muchos signos de puntuación, todo en mayúsculas, muchos símbolos, muchas veces la palabra “gratis” o “chollo”... Asegúrate de que todos los suscriptores han accedido estar en tu cuenta, sobre todo si vives en la Unión Europea, por el tema de la privacidad de datos de mayo de 2018 (GPDR). Asegúrate de que todos los emails tienen un enlace para poder darse de baja en cualquier momento (en Get Response ya lo incluyen automáticamente).
- **Todos los emails tienen que estar optimizados para móviles** (en Get Response verás a la derecha cómo se ve desde el móvil).
- **Utiliza imágenes** siempre que puedas o por lo menos algo visual con lo que identifiquen tu marca: tu foto, logo, firma o colores...
- **Siempre aporta valor** a tus suscriptores. Recuerda que quien lee eso son personas reales.
- **Habla a una persona** y si puedes, personaliza (es decir, utiliza el nombre de la persona, esta una opción de Get Response) el asunto o el email (o ambos). Haz tus emails interesantes. Piensa que muchos de ellos los leerán desde el móvil mientras están en una cafetería ruidosa o mientras ven la tele... tiene que ser corto y al grano. Si quieres, introduce sentido del humor, fotos bonitas, gráficos, infografías... y todo lo que se te ocurra para mantener vivo su interés.

- Ya que nuestro span de atención es cada vez más corto, **no te extiendas mucho** en los emails: Escribe el email y luego vuélvelo a leer para ver si puedes decir lo mismo con menos palabras. Procura no repetirte ni dar rodeos. Vete al grano. “Lo bueno si breve, dos veces bueno”.
- **No utilices lenguaje técnico.** Piensa que la mayoría de la gente no lo va a entender. Si quieres utilizar una palabra técnica, explica lo que significa. Ponte siempre en la cabeza de las personas que te pueden estar leyendo. Hace años los emails y la publicidad en general era muy “correcta”. Ahora se tiende cada vez más a utilizar un lenguaje natural y cercano.
- Si te contestan y te hacen preguntas, responde siempre. Tu atención al cliente tiene que ser extraordinaria.
- De vez en cuando, **hablales de lo que van a recibir:** en los próximos días vas a recibir un email con una información valiosísima... para que estén atentos a tus emails, como un niño que va a recibir un regalo.
- **Motívalos a que pueden mejorar,** al igual que todas estas personas lo consiguieron, ellos también!! **Vete más allá del contenido, toca las emociones :)**
- **Imagina tu cliente ideal:** edad, género, intereses, estilo de vida... y ocupate de contestar las preguntas que pueden tener, sus inquietudes, lo que les mantiene despiertos por la noche, lo que piensan, lo que sienten... escribe los emails para esas personas y así les llegarán mucho más.
- Comunícate en un tono honesto y transparente. Cuenta tu historia, habla de tus sentimientos, muéstrate vulnerable y real. Habla de tus debilidades, tus luchas, lo que te ha costado llegar a donde estás.... Por ejemplo: “No encajo en este mundo”. <http://tecnicasliberacionemocional.com/no-encajo-este-mundo/> **Tienes que generar confianza con tus suscriptores. Esto es lo que hará que confíen en tí.**
- Para mantener esa confianza y ese vínculo, **es importante que escribas a tu lista con regularidad.** No importa que reciban tus emails cada 5 días o cada 10, pero que sea regular. A veces pueden tardar meses o años en comprar tus servicios, pero si eres persistente, les das mucho valor, te muestras tal como eres y tocas sus emociones, te tendrán presentes en sus vidas, muchísimos te admirarán y muchos se convertirán en clientes.

Si encima tus productos y servicios son de muy buena calidad (si dedicas el tiempo y el esfuerzo necesario lo serán), tus clientes confiarán en ti, comprarán casi cualquier producto que saques a la venta (ya sean cursos, seminarios, libros..) y te recomendarán a otras personas.

Tu clientes satisfechos te harán el mejor marketing del mundo :)

Sophie Da Costa