



# Claves para conseguir un mayor % de leads con acciones de email marketing

¿Te has preguntado cómo aumentar tu porcentaje de clics cuando envías un email en frío? A continuación te vamos a desglosar una serie de trucos que te serán muy útiles para conseguir que tu posible interlocutor te escuche si tienes algo interesante que comunicarle.

## 1. Personaliza al máximo siempre tus emails al destinatario

Cuanto más personalices tu mensaje sobre el destinatario al que te diriges, mayor tasa de éxito tendrás. No utilices un eslogan genérico. Escribe uno más específico y que atienda una posible necesidad de tu interlocutor.

Si vas a escribir a varios destinatarios a la vez, utiliza variables exportadas desde un excel con los nombres de cada persona a la que te diriges.

## 2. Pon tu llamada a la acción en la firma del mail

Cuando envías un email que tiene llamadas a la acción como "haga clic aquí para tener una reunión conmigo" o "lee este caso de estudio" en un correo electrónico en frío, seguramente tus interlocutores se pondrán a la defensiva.

Por lo general, a las personas no nos gusta que nos digan qué es lo que tenemos que hacer. Y seguramente le guste menos si proviene de un completo extraño.

Todo cambia cuando tu CTA (call to action) es parte de tu firma. Posiblemente sientan que ni siquiera les estás tratando de vender. Es solo un enlace que está ahí.

Aquellos que sean curiosos y que se adapten bien a lo que ofreces, probablemente hagan clic en tu firma para obtener más información. (eso sí, asegúrate de que tu lista de contactos está bien dirigida o segmentada!!).



### **3. Sé humano, no un robot**

Aplicando la psicología en el email marketing podrás conseguir varios objetivos, por una parte que no te incluyan en una lista de spam, y por otra, que abran tu mensaje y, si les parece interesante y cubre una necesidad, que te respondan.

### **4. Cuanto más breve, creativo y directo, mejor**

Si algo ha cambiado en la última década es el estilo de la comunicación. Con la omnipresencia de las redes sociales, la mensajería instantánea y la multiplicidad de opciones de contenido a la carta, la comunicación es más directa. En un pitch ante posibles inversores tienes solo 1 minuto de gloria, si les aburres probablemente saquen sus móviles y pasen de ti. Esto es trasladable a la comunicación digital.

### **5. No envíes campañas de correos masivos sin primero crear listados segmentados, y si lo haces (no te lo recomendamos), no lo hagas desde tu cuenta principal de correo**

Configura una cuenta nueva en un dominio diferente para grandes campañas de email marketing, ¿por qué? Para proteger la reputación de tu dominio, si no deseas que te marquen como spam.

### **6. No pierdas tu reputación, es tu mayor activo**

Asegúrate de escribir a personas concretas con nombre, apellidos y cargos concretos de responsabilidad, y si lo haces al genérico de la empresa, detalla a qué departamento se lo envías. Recibir respuestas y tener conversaciones mejorará tu reputación. Cuanto más trabajes una buena reputación, más seguridad conseguirás de cara a tus campañas.

### **7. El titular de tu email es el 70% de tu éxito, esfuérate en escribirlo**

Por lo general, cuando las personas redactan un correo electrónico, pasan mucho más tiempo trabajando en el cuerpo del mensaje que en el titular. Sin embargo, es un gran error, ya que en lo primero que se fijarán es en tu titular, y para ello tendrás que ponerte en el lugar de tu potencial interlocutor, estudiar su perfil y sus intereses.