

# 8 mitos sobre emails en frío que deberías tener en cuenta

Muchos empresarios y especialistas en ventas tienden a descartar el correo electrónico en frío como un método para ganar clientes. Esta creencia se debe a malentendidos y mitos difíciles de cambiar, pero a continuación te vamos a mostrar las claves de por qué es el método que más ROI (Retorno de la Inversión) ofrece para negocios B2B (Business to Business), siempre y cuando sigas una serie de reglas.

La mayor parte de empresas con pocos recursos y startups utilizan esta metodología cuando se dirigen a empresas. La cuestión es cómo hacerlo de una forma eficaz y ética.

Resulta curioso enterarse que un porcentaje muy significativo de empresas que utilizan esta técnica no son precisamente pymes, sino precisamente multinacionales de recursos humanos, compañías que se encuentran en el Ibex 35 o las consultoras internacionales más importantes del mundo.

No se trata de marketing, sino de ventas. Y del mismo modo, existen miles de formas de hacerlo, pero ante todo, el objetivo es presentar tu propuesta de valor a un potencial cliente de una manera personalizada y orientada a su modelo de negocio.

## 1. El envío de emails en frío en nivel internacional

### EEUU

El envío de correos electrónicos en frío es legal en los Estados Unidos, siempre y cuando no utilices listas de correo electrónico agrupadas y sigas 3 reglas:



- La identificación del remitente tiene que estar de forma clara.
- Tienes que poner siempre una casilla clara y visible debajo de tu mensaje para que el destinatario pueda darse de baja.
- Tu dirección física debe estar puesta y ser legítima.

## **Canadá**

Es legal bajo las mismas reglas, siempre y cuando hayas sido referido por alguien con quien hayas tenido una relación preexistente.

## **Australia**

También es legal si la dirección de correo electrónico de su destinatario se muestra visiblemente junto con su perfil profesional y su mensaje se refiere a esa función que desempeña.

## **Reino Unido e Irlanda**

El correo electrónico en frío es legal si está estrictamente reservado a la comunicación con las empresas.

## **La Unión Europea**

La Unión Europea tiende a no ponerse de acuerdo en lo que respecta a las leyes de spam, ya que se rigen por la Directiva de Privacidad y Comunicaciones Electrónicas de 2002. Su objetivo general es prohibir las comunicaciones no solicitadas y utiliza la opción de suscripción voluntaria (gratuita e informada y consentimiento específico) como base para la legalidad. Como siempre, deja que los Estados miembros traduzcan este matiz en su ley.



Mientras que algunos países como Alemania tienen políticas estrictas en lo que respecta al correo no deseado, países de Suecia, Francia, los Países Bajos, Finlandia y Bélgica tienen leyes bastante más laxas en cuando se trata de correos electrónicos en frío.

## **2. Todo puede y debe ser escalable**

La mayoría de empresas de éxito se construyeron cliente a cliente al principio. Los fundadores de Airbnb, por ejemplo, iban de puerta en puerta en Nueva York para tomar fotos de los apartamentos que estaban alquilando.

La vicepresidenta de marketing de Tinder, Whitney Wolfe, acudía a asociaciones por todo Estados Unidos para presentar directamente a los futuros usuarios y pedirles que instalasen la aplicación.

Los ejemplos son innumerables. Por tanto, 'Sí', es posible que necesites enviar correos electrónicos en frío para conseguir clientes al comienzo ;)

## **3. ¿Realmente funciona el email en frío?**

Bueno, si no fuera así, nosotros en Yopler ni siquiera estaríamos en esto. Y sí, la gente realmente responde. Si sabes cómo captar su atención y demostrar que puedes ayudarles con una necesidad específica, hay una buena posibilidad de que cierres la venta.

## **4. Importa más la calidad que la cantidad**

No necesitas una gran cantidad de clientes potenciales, lo que necesitas es enviar correos electrónicos correctamente, garantizando una gran experiencia para un pequeño número de prospectos bien elegidos.

## **5. Automatizar tu proceso de ventas es barato**

Automatizar tu proceso de email marketing puede ayudarte efectivamente a prospectar 4 veces más rápido. Además, las herramientas de automatización te permitirán analizar tus resultados y medir tu rendimiento.

## **6. El asunto (título) de tu mensaje: corto y efectivo**

Esto es algo que la mayoría de la gente tiende a aceptar. Según los datos que hemos recopilado, tienes 2 opciones:

- Muy corto y al grano (3-25 caracteres): 44% de tasa de apertura.
- Más largo pero especializado (86-111 caracteres): 53% de apertura.

## **7. No utilices palabras 'spam'**

Te recomendamos que te fijas muy bien en las palabras que utilizas, los algoritmos de spam se han vuelto más inteligentes y ahora tienen en cuenta el contexto cuando se trata de decidir el destino de su correo electrónico.

## **8. Evita el formato html de las newsletters**

Los correos electrónicos de texto plano son el camino a seguir cuando se trata de email en frío. Diversos estudios recientes muestran que las plantillas HTML suelen tener un 25% menos de aperturas.

Debe siempre verse como un correo electrónico personal si quieres que se lea y pretendas adaptarte a las normativas vigentes.