



Ciclo WofA

Introducción al Email Marketing

LINK GRABACIÓN

Dropbox permite una previsualización limitada del material.
Para verlo completo deberá descargarlo en su equipo.



Reporte y Métricas	1. Introducción a Google Analytics	Materiales disponibles en Back Office
	2. Fundamentos de Dashboarding	
	3. ¿Cómo alinear los objetivos a la estrategia?	
Creación de contenidos	4. Los Pilares de SEO para mejorar el posicionamiento de tu sitio	Sección: "CONTENIDOS"
Advertising	5. Planificación de Medios Digitales	
Creación de contenidos	6. Best practices para Social Media	
Email Marketing	7. Introducción al Email Marketing	HOY
Tendencias	8. Tendencias en Digital	OCTUBRE



Celeste Lang

Digital Marketing
Strategist

 [macelestelang](#)



Email Marketing

La herramienta con mayor ROI en digital

4MM

Es el número de usuarios de emails en el mundo

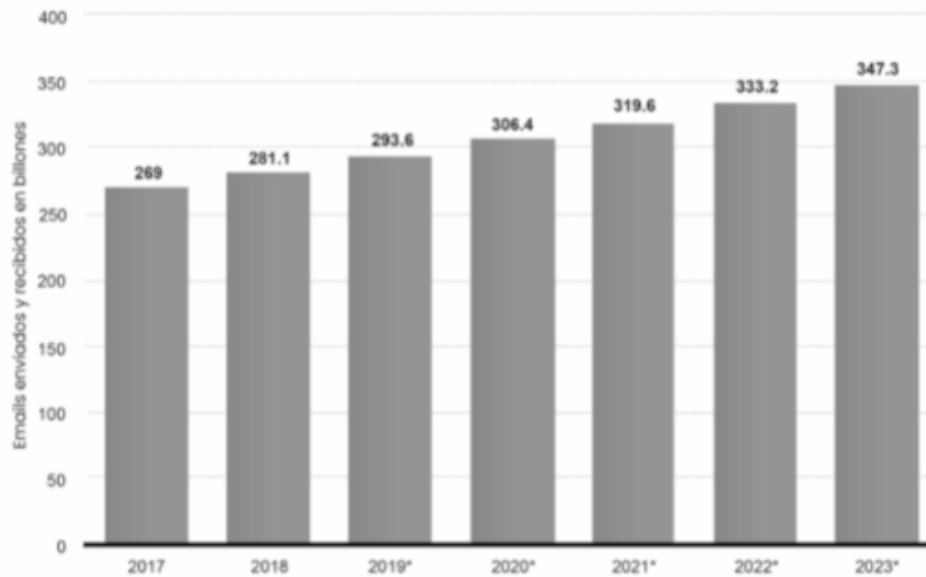
59%

De los consumidores afirma que sus decisiones de compra se vieron influenciadas por email marketing.

+138%

Más alto es el ticket de compra de aquellos que son contactados por email marketing

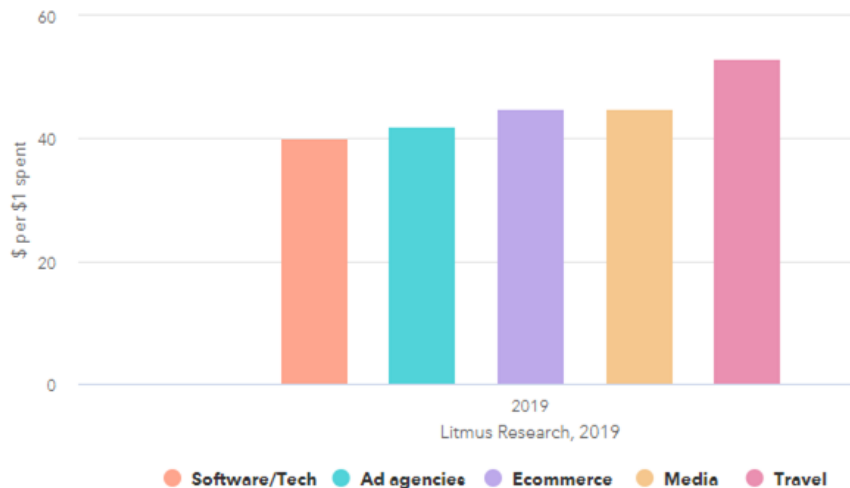
Proyección de número de emails que se pueden recibir y enviar al día por año 2017-2023 (en billones)



Email Marketing

La herramienta con mayor ROI en digital

Email ROI por Industria



ROI promedio \$42 por cada dólar invertido es decir retorno del 4.200%



El 88% de los usuarios con smartphone visualizan diariamente sus correos en sus móviles.



Un Welcome email, genera un 320% más de ingresos que los emails comerciales.

¿Qué tan integrado está el email marketing a los canales digitales en tu estrategia de comunicación?

Go to www.menti.com and use the code 3031 8650

Email Marketing

Para ayudar a los objetivos de negocio



Crear vínculos con el cliente

El correo electrónico genera conexiones a través de interacciones personalizadas. Las estrategias de correo electrónico deleitan a tus clientes con contenido que los ayuda a alcanzar sus metas y nutre así las oportunidades de ventas.



Para implementar marketing de productos

El correo electrónico te facilita promocionar tus productos y servicios.



Para generar reconocimiento de marca

A través del correo, puedes lograr que tu empresa y sus servicios se posicionen como la primera opción entre tus prospectos cuando estén listos para interactuar contigo.



Para guiar la experiencia de compra

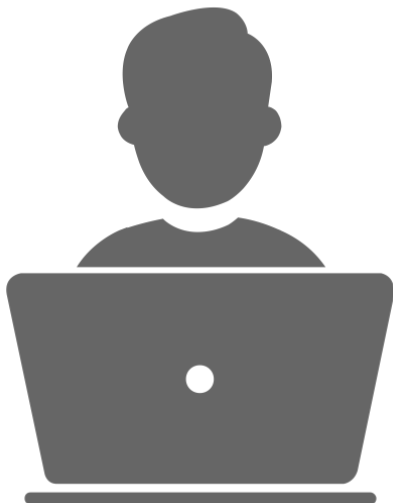
El correo electrónico es el mejor soporte para acompañar todo el recorrido de la compra desde el inicio, consideración, conversión y loyalty.



Para influir en la toma de decisión

Las estrategias de marketing por correo electrónico comparten contenido relevante y más detallado como artículos del blog, información sobre productos o procesos de compra.

Componentes de un Email Marketing exitoso



Sender

Nombre

Email

Wines of Argentina - info@winesofargentina.com

Asunto

Abrime para enterarte de las ofertas EXPLOSIVAS 🔥

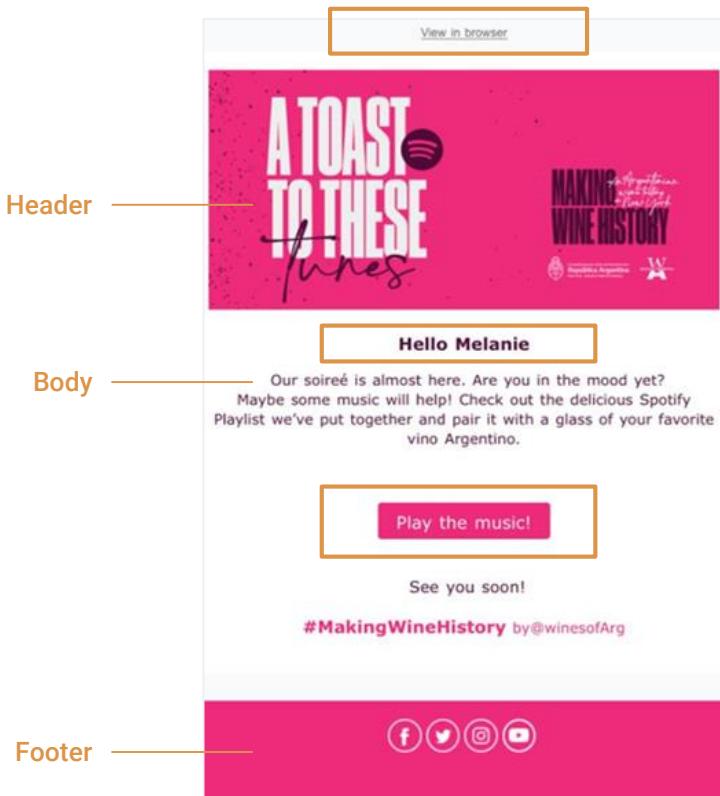
Pre-encabezado

¡ÚLTIMO DÍA! Nuestra oferta del 30 % de descuento está por acabar - Ahorra en imágenes, videos y música IMÁGENES VIDEO MÚSICA

Componentes de un Email Marketing exitoso

Normativa CAN-SPAM

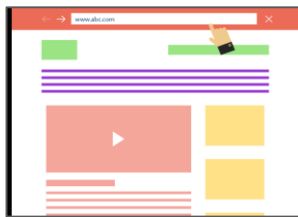
- ✓ Incluye el nombre y el domicilio de tu empresa en todos los correos electrónicos.
- ✓ Coloca enlaces visibles de cancelación de suscripción en todos los correos.
- ✓ Utiliza direcciones de correo electrónico reales en los campos «remitente» y «responder a».
- ✓ Introduce líneas de asunto que indiquen claramente cuál es el contenido de los mensajes.



Formulario de registro

Opt In | Double Opt in

Exit Overlay



Light Box



Slide-in



Form suscripción



Confirmación de registro



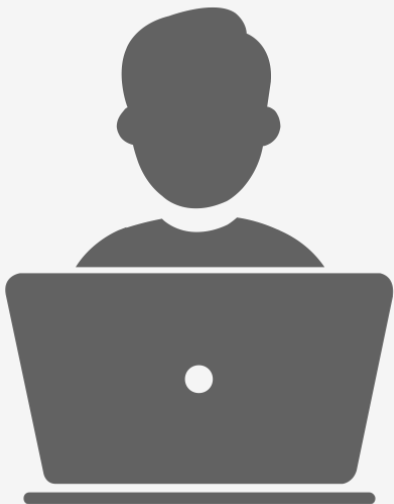
1
Email de confirmación (Doble Opt in)

2
Mensaje de bienvenida



¿Dónde ubicarlo?

- Blog
- Web | ecommerce: home + secciones
- En los artículos (en el medio y al final)
- RRSS
- Landing pages
- Enviar via SMS, Chat, WSP



¿Cómo garantizar el cumplimiento de las normas del RGPD?

- ✓ Cuando solicites autorización para almacenar información personal, emplea un lenguaje claro y explícito.
- ✓ Solo recopila los datos que sean necesarios y relevantes para tu empresa.
- ✓ Almacena los datos de contacto de una manera segura y solo utilízalos en función de los propósitos acordados previamente.
- ✓ Guarda la información únicamente con fines comerciales justificados.
- ✓ Elimina los datos de contacto de los usuarios que lo soliciten.
- ✓ Haz que sea fácil para los contactos cancelar la suscripción a tu lista o actualizar sus preferencias.
- ✓ Responde rápidamente a la solicitud de acceso a los datos de un contacto.
- ✓ Mantén los registros de empresas de modo que demuestren el cumplimiento con el RGPD.

Think with Google View recap

What's new on Think with Google today

Your Thursday roundup of the latest insights, ideas, and inspiration to inform your marketing plans

How to think about video ad sequencing

Discover video ad sequencing

Join Brian Becker, global product lead on YouTube targeting, to learn how he thinks about video ad sequencing on YouTube, which has been shown to drive up to 74% lift in ad recall.

[Watch now](#)

More insights

Edward Enninful, British Vogue's Editor-in-Chief. Why your brand needs diverse voices

Edward Enninful OBE, editor-in-chief of British Vogue and a leading voice and visionary in the fashion world, shares his five keys to creating a more equitable and sustainable future.

[Five keys to equity](#)

Follow Think with Google

Join the conversation about insights from Think with Google.

Received this e-mail from a friend? [Subscribe here](#)

Check out more content on [Think with Google](#)

This email was sent to alexking@thinkwithgoogle.com because you signed up for the latest from Think with Google. If you don't want to receive this newsletter in the future, please unsubscribe here. This is a promotional e-mail.
© 2021 Google LLC. All Rights Reserved. Google and the Google logo are trademarks of Google LLC.
www.google.com 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94034.

Newsletter

Fidelizar y posicionar la marca.
Son para comunicar novedades, generar tráfico, mantener el contacto con el cliente.
Tienen envío periódico.

All that and a bag of oats.

Made with just one organic ingredient, our oats are low in fat with no sodium, sugar or cholesterol. Just a ½ cup serving gives you 5 grams of dietary fiber, 6 grams of protein and 2 milligrams of iron.

\$3.25 16 oz

[Shop Now](#)

TRY IT WITH

Ground Coffee
\$6.50

Blueberry Jam
\$4.00

Wildflower Honey
\$8.25

[Shop Now](#)

[FOLLOW US](#)

Ecommerce

Suelen llegar a la sección de promoción del inbox.
Buscan generar una conversión (un click)

BLACK WEEK

50% OFF + **12 cuotas sin interés¹⁰**
en productos seleccionados.

[IR A SODIMAC.COM](#)

Ahora como nunca

<p>Aire Libre Hasta 40% OFF</p>	<p>Muebles Hasta 40% OFF</p>
<p>Electro y Tecnología Hasta 30% OFF</p>	<p>Herramientas Hasta 25% OFF</p>

Estacionales

Se envían en fechas especiales: cyber monday, Black friday, Día de la madre. Envío en fechas especiales. Hay que tener en cuenta que otras marcas también están haciendo envíos en la misma fecha.

[View in browser](#)

ARGENTINA'S GOT RANGE

You're invited!

*Altitude, latitude, varietals and styles. We've got it all.
Join us to experience Argentina's premium wines!*

September 8th - 6 PM

[Click here to RSVP](#)

*Please note space is limited due to covid-19 restrictions.

© Copyright 2021.
WINES OF ARGENTINA

[f](#) [t](#) [@](#)

This email was sent to maria.lang@jobant.com
You received this email because you are registered with Wines of Argentina

[Unsubscribe here](#)

Eventos

Buscan generar interés. Tienen un llamado a la acción específico: confirmar la participación.





Captar

Captamos leads a través de los formularios:

En el sitio/landing

Compartiendo en eventos de la industria y propios

Otros:
SMS - WSP - RRSS -
Webinars, Sorteos,
Guías, etc



Planificar

Definimos los objetivos de negocio.

Calendarizamos los envíos

Diseñamos los emails en base a los objetivos

Definimos la audiencia/
destinatarios



Enviar

Seleccionamos el segmento/ listas de envío.

Definimos el mejor momento para el envío

Definimos el trigger (si es automatizado)



Monitoreo

Monitoreo y Generación de reportes.

Análisis de KPIS de la campaña



Optimizar

Ajustamos asuntos y copies, iniciamos etapa de A/B testing

Anotamos learnings para mejora continua

Tendencias

8. Tendencias en Digital

05 OCTUBRE



CAPACITACIÓN EN ECOMMERCE

Estamos trabajando en el diseño de contenidos de un **nuevo ciclo de formación** que abordará diferentes aspectos de la creación, desarrollo y gestión de un **canal de venta online**.

- **EXCLUSIVO SOCIOS.**
- Basado en feedback de encuesta.
- Potenciar la activación del canal online.

INICIO
19 DE OCTUBRE

COMBINATORIA

Socio Estratégico
WofA

¡Gracias!