

EMAIL MARKETING



PER A PRINCIPIANTI

OLEOSHOP

Email marketing per a principiants

8 bàsics per començar les teves campanyes d'email amb bon peu

Tens una botiga online? El email marketing pot ser un gran aliat a l'hora de desenvolupar el teu negoci. Aquests son els 8 conceptes bàsics que necessites conèixer abans d'iniciar la teva estratègia d'email marketing.

Amb aquest eBook aprendràs:

- Idees bàsiques d'enfocament i copywriting
- Claus per redactar assumptes enginyosos
- Trucs per potenciar la taxa d'obertura
- Com escollir la plataforma d'email marketing ideal
- Aspectes de disseny i d'enviament rellevants



Vendre online no consisteix només en crear una botiga i esperar que el negoci prosperi. Cal impulsar-lo a través d'una sèrie **d'eines de màrqueting online** que et poden ajudar molt en els teus primers passos.

Una d'aquestes eines és l'**email marketing**, un recurs molt efectiu i fàcil d'implementar que a més t'ofereix un nivell de personalització molt elevat i que et permet crear-lo i gestionar-lo sense gaire esforç.

Si mai no t'has vist en la situació d'enviar newsletters professionals a una llista de correu, aquest **eBook d'email marketing per a principiants** aclarirà tots els teus dubtes.

No li tinguis por a l'email: és **un dels millors aliats** amb els que pots comptar en l'aventura d'emprendre. Fàcil de gestionar, econòmic, amb gran capacitat de segmentació i amb un abast elevat, és sens dubte un tipus de contingut que **pots i has de dominar**.

Aquests són els **8 aspectes bàsics** que et cal conèixer per començar les teves campanyes d'email marketing **amb bon peu i millor pronòstic**.

1. Defineix l'objectiu de cada email

El primer a definir és l'**objectiu de la teva newsletter**. Alguns dels possibles objectius d'un correu poden ser:

Oleoshop Ràdio,

el nou canal de podcast **#ecommerce**

Descobreix Oleoshop RADIO, un nou canal dedicat al ecommerce i al marketing online amb articles, casos d'èxit, entrevistes, consells i trucs perquè puguis aprendre i aplicar-los a la teva botiga online.

Estarem amb tú cada setmana a Itunes, Soundcloud i Ivox.

I si vols molt més, tens centenars d'articles, guies i ebooks totalment GRATIS a la nostra pàgina web: www.oleoshop.com



OLEOSHOP
RADIO



la teva plataforma ecommerce

- Anunciar novetats
- Presentar ofertes o promocions
- Compartir contingut del teu blog
- Presentar els millors moments de les teves xarxes socials
- Etc.

Sigui com sigui, **cada email ha de tenir un sol objectiu**. Millor no apostar per newsletters mixtes amb diversos blocs d'informació en els quals s'hi inclou de tot i de res: sigues **clar amb la teva intenció** de comunicació i comparteix amb la teva llista de correu **un sol concepte** cada vegada que enviïs un email.

2. Personalitza el missatge i dóna-li el to adequat

En una newsletter és molt important que el to de la comunicació **sigui coherent** amb el to global de la teva marca.

Per exemple, si ets una marca jove i desenfadada, no adoptis a la newsletter un llenguatge massa formal, ja que **desconcertaries a la teva llista de correu**.

De la mateixa manera, **és millor que et dirigeixis al teu públic de manera individual**, parlant-li de tu a cadascun dels destinataris de la llista de correu.

Evita dirigir-te als teus destinataris **en plural o en bloc**: és la manera més fàcil de despersonalitzar el teu correu i de transmetre-li a les persones que componen la teva llista que formen part d'**un munt indefinit** de gent.

3. Redacta asuntos irresistibles

L'assumpte de l'email té per objectiu **aconseguir que els usuaris obrin el correu i el llegeixin**.

A l'hora de crear l'assumpte de la teva newsletter, has d'imaginar-te **el context** en el qual el rebran els teus destinataris. Segurament, el teu email serà només un més d'entre molts altres correus promocionals, alguns potser de la competència. Per la qual cosa és fonamental que el teu assumpte sigui **diferent, original i persuadeixi a l'usuari**.

Com aconseguir-ho?

#1 – Aposta per la subversió o la irreverència

Assumptes amb idees desafiadors, que contradiuen el que esperem sentir per part d'aquest remitent o que li porten la contrària a creences establertes acostumen a cridar molt l'atenció.

#2 – Resol dubtes o problemes concrets

Sigues **el més específic possible** en el teu assumpte. I, si pots, fes referència als problemes o dubtes concrets que el que ofereixes al teu email pot ajudar a solucionar.

EXEMPLE: Si tens una papereria online i vols presentar diversos productes en oferta, funcionarà molt millor un assumpte que digui "10 maneres d'estalviar en la tornada a l'escola" que no pas un que digui "*Material escolar infantil*".

#3 – Afegeix un "tupido velo"

Si ets lleugerament críptic en l'assumpte del teu email, potenciaràs les ganes d'obrir el correu per resoldre el misteri. Aposta per assumptes que indiquin de què va el correu a nivell general però que convidin a obrir-lo per saber-ne més.

Si vols conèixer més **trucs infal·libles** per redactar assumptes matadors, [no et perdís aquest post](#).

4. Personalitza el remitent

Juntament amb el fet dirigir-te al teu destinatari de manera individual, la millor manera de personalitzar els teus correus és **donar-li un nom propi al remitent de l'email**.

Per descomptat, també pots optar per triar com a remitent **el nom de la teva marca**. Però tingues en compte que, en aquest cas, el teu correu no destacarà massa entre la quantitat de newsletters que rep diàriament qualsevol usuari.

Si no t'atreixeix a deixar de banda del tot el nom de la teva marca, **prova una fórmula mixta**, que inclogui el teu nom i la teva marca alhora. Per exemple, en el nostre cas posariem com a remitent "Xavi d'Oleoshop" en comptes de només Xavi o només Oleoshop.



5. Tria bé la plataforma de correu electrònic

Per començar amb l'email marketing, el millor és apostar per plataformes d'emailing que t'ho posin **molt i molt fàcil** a l'hora de crear **tu sol** les teves pròpies newsletters.

Busca i compara entre les eines disponibles.

Però assegura't que la que triïs et permet:

- **Utilitzar gratuïtament l'eina** si la teva llista de correu no sobrepassa una determinada quantitat de persones.
- T'ofereix **plantilles i dissenys predeterminats** que puguis personalitzar amb facilitat i que et serveixin de base per crear les teves pròpies newsletters.
- Disposa d'un sistema de segmentació de llistes de correu i de **gestió dels enviaments intuïtiu** i en pocs passos.

Dues fantàstiques eines en aquest sentit són **MailChimp** i **Acumbamail**, la primera nord-americana i la segona espanyola. Dóna'ls un cop d'ull!

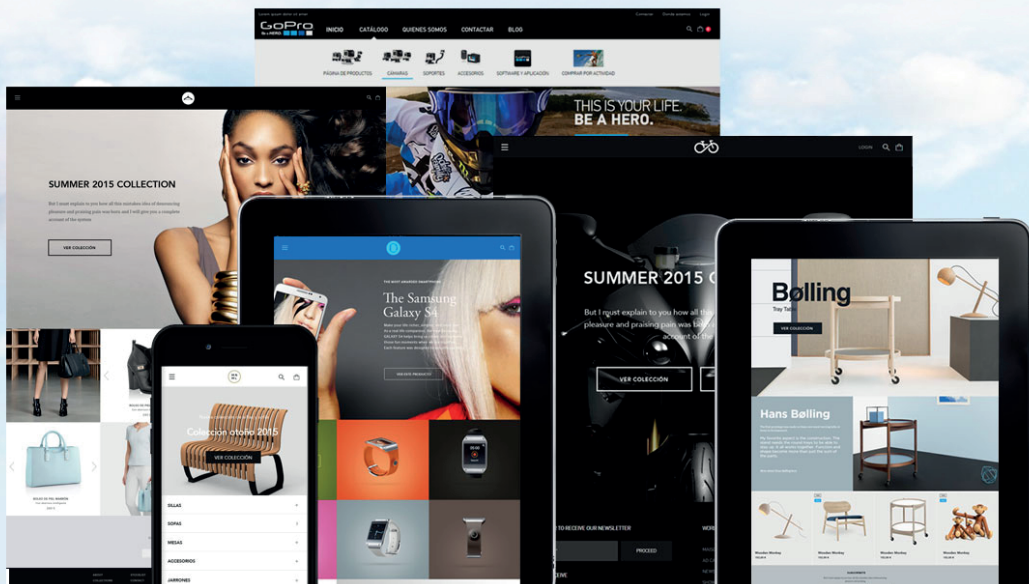
6. Segmenta i torna a segmentar

De vegades estem tan centrats en l'objectiu del nostre correu o en el seu disseny que ens oblidem que una de les coses més interessants que ens permet fer l'email marketing és **enviar missatges molt concrets a audiències molt segmentades**.

Crea la teva botiga online ara

Tot el que necessites per a vendre a internet

COMENÇAR LA PROVA GRATIS



"La plataforma és molt fàcil de fer servir,
fins i tot per a algú que no domini
el tema"

Belén de www.aixo.es

"Elegimos Oleoshop, por la funcionalidad
y la facilidad de gestión y el resultado ha
sido superior a las expectativas"

Toni Aragón de www.aragaza.com



la teva plataforma ecommerce

És habitual acumular emails d'usuaris gràcies als registres de la botiga online i oblidar-nos d'elaborar **l·listes de correu segmentades** per poder enviar missatges més específics i generar més **leads**.

Planteja't si, per la naturalesa del teu negoci, et pot interessar (per exemple) **segmentar per gènere o per franges d'edat**.

Però no et quedis aquí: fes servir la segmentació també per comunicar-te amb els clients que t'han comprat (i no només els que s'han registrat) o per enviar descomptes exclusius als teus millors clients.

Aprèn més sobre segmentació d'email marketing amb aquests **fantàstics exemples que en el seu dia vam compartir en aquest post**.

7. Inclou un call to action

Si cada newsletter que enviem ha de tenir un objectiu, llavors també cada newsletter ha d'incloure un call to action adequat, adaptat a l'objectiu de l'email.

- Si l'objectiu del correu és anunciar novetats, un bon call to action convidarà a l'usuari a veure'n més o a descobrir-les totes a la botiga online.
- Si l'objectiu és compartir amb ell contingut del nostre blog, el call to action convidarà a accedir i llegir cadascun dels continguts compartits.
- Si l'objectiu és anunciar un sorteig, el call to action haurà d'incloure una invitació a participar enllaçant a la pàgina de participació del sorteig o a la landing corresponent.

Y així successivament.

Recorda que l'email marketing no només serveix per comunicar-te amb els teus usuaris. Sobretot serveix per convidar-los a passar a l'acció pel que fa a la teva marca o als teus productes.

8. Defineix bé la teva franja horària

Tan important és que la newsletter compleixi tot l'esmentat fins ara com que l'enviis el dia adequat a l'hora adequada. No serveix de res treballar bé tota la resta si envies el correu als teus usuaris en un moment del dia en què no ho tenen fàcil per obrir-lo, o en un dia de la setmana en que el seu cap està en una altra cosa.

Com saber quina franja horària és la millor per al teu negoci?

Com moltes coses en aquesta vida, ho descobriràs a força d'assaig i error.

Hi ha alguns estudis que indiquen que en general els dimarts i els dijous cap a les 12h del migdia és un bon moment per enviar newsletters. Però aquesta dada és molt variable segons el país al qual pertanyi el teu públic i el sector en què operis.

EXEMPLE: a Espanya no es dina a les 12:30h, sinó a les 14:30h. A la llum d'aquesta idea, segueixen sent les 12h del migdia un bon moment per interrompre-ho tot i obrir un correu comercial?

Nosaltres no podem respondre a aquesta pregunta. Realment, només podràs respondre-la tenint un històric d'enviaments que et permeti agrupar i interpretar les dades i treure conclusions.

A partir d'aquí, és anar provant fins a fer diana. Però, en general, recorda que els dissabtes la gent neteja i fa la compra, i que els diumenges a la tarda hi ha molta gent avorrida a casa amb ganes de comprar.

Ara que ja coneixes tots els bàsics per fer la teva primera campanya d'email, t'animes a provar-ho? Et sorprendrà descobrir com n'és, d'eficaç, l'email marketing per a botigues online. Atreveix-te a descobrir-ho!