

# SEIS ERRORES COMUNES QUE PUEDEN ARRUIINAR TU MARKETING EN ESTAS VACACIONES

No hay mejor momento que las fiestas navideñas. Pero para los profesionales de marketing digital de todo el mundo, esto se formularía más bien así: ¡No hay tiempo para nada durante las fiestas navideñas! Antes de que a ti y a tus compañeros del marketing digital os llegue la avalancha imparable de trabajo, lee este folleto que los expertos en entregabilidad de Selligent han preparado.



## Error n.º 1 Incorporar grandes cambios

Evita realizar cambios que puedan afectar a tu infraestructura de envío durante el mes o los dos meses anterior(es) a las fiestas. Por ejemplo, cambiar tu proveedor de internet para los envíos o tu dominio de correo podría dañar la reputación de remitente de tu marca. Solucionar el problema podría implicar tener que «calentar» una nueva IP por completo, reducir el tiempo que tus profesionales de marketing pueden invertir en las campañas navideñas y generar caos en tus resultados de entregabilidad.



## Error n.º 2 Olvidarte de comprobar tu infraestructura de envío

En un mundo ideal, tu infraestructura de envío de emails debería ser a prueba de balas. Pero esto es la vida real y hay errores –errores que pueden colarse de las nuevas campañas, plataformas o de las actualizaciones de sistemas–.

Dale a tu infraestructura una rápida puesta a punto antes de que los problemas se conviertan en emergencias. Tu equipo de servicios de asistencia de Selligent está a tu disposición para ayudarte a auditar y detectar errores que se hayan ido generando con el tiempo. En caso de no ser cliente, también puedes acceder a nuestro eBook sobre entregabilidad para conocer las mejores prácticas<sup>1</sup>.



**Consejo útil:** Los problemas de reputación de email tardan más en solucionarse durante las fiestas. Dado que los equipos de administradores de correo de los proveedores de buzones reciben más incidencias durante esta época del año, suelen estar faltos de personal. Los tiempos de respuesta serán más largos y es posible que tus problemas no se resuelvan por completo hasta que acabe la temporada.



## Error n.º 3 Utilizar listas de destinatarios mal validadas

Aquí te dejamos tres grandes consejos para mantener tus listas lo más válidas y limpias posible:

- No utilices listas de terceros
- Suspende tus campañas de reactivación de clientes hasta después de las fiestas
- Dirígete solo a tus contactos más implicados



**Consejo útil:** No utilices esta época del año para llegar a contactos inactivos o «muertos». Concede prioridad únicamente a tus contactos más activos, a aquellos que se hayan implicado (abierto y hecho clic) con tus emails en los últimos 6-9 meses.



#### **Error n.º 4**

### **Enviar emails a lo loco**

#### **No aumentes de repente el número de emails por cliente**

La coherencia es clave. Todo el mundo recibe toneladas de emails en esta época del año, por lo que es más probable que tus clientes marquen los mensajes como spam. En lugar de esto, optimiza y personaliza los contenidos que ya estás enviando. Combina ofertas o productos en un único email útil y claro, en vez de dispersarlos en múltiples emails.

Si finalmente decides enviar más emails de lo habitual, asegúrate de hacer un seguimiento de los resultados de tu campaña para detectar descensos o quejas inusuales. En ese caso, reconsidera y adapta tu estrategia lo antes posible.

#### **No lleses al máximo los volúmenes de emails diarios**

Intenta evitar grandes picos en el número total de emails que envías cada día. Los proveedores de buzones de correo electrónico podrían señalarlo como comportamiento sospechoso y redireccionar tus mensajes a la carpeta de spam. En lugar de esto, aumenta tu tráfico lentamente durante los meses anteriores a las fiestas. Si eres cliente puedes ponerte en contacto con nuestros equipos de asistencia en cualquier momento para solicitar ayuda.



**Duras lecciones: Aumentar los volúmenes de emails supone por lo general que un mayor número de tus emails se quede sin abrir**, lo que para un proveedor de buzón de correo es indicio de correo no deseado. Tu reputación de remitente podría caer como consecuencia, y tus emails podrían desviarse a la carpeta de spam o ser bloqueados. Por este motivo, tampoco recomendamos enviar mensajes a contactos que normalmente no están incluidos en tus campañas (véase el error n.º 3).



#### **Error n.º 5**

### **No confundas al lector con titulares falsos**

#### **Procura que tus contenidos sean pertinentes y personales.**

Lograr que el texto de tu email se ajuste a las expectativas de los clientes es la gran regla de oro. Las líneas de asunto deberían ser breves y claras; evita mensajes engañosos. El texto del email debería cumplir la promesa que ofreces para que los lectores estén satisfechos.



**Consejo útil: Consigue que los usuarios hagan clic en tus enlaces de email.** Los clics dentro del email transmiten mensajes positivos al proveedor de buzón de correo que mejoran tu reputación de remitente y la colocación en la bandeja de entrada.



#### **Error n.º 6**

### **Utilizar nuevas plantillas sin probarlas**

Si los usuarios no pueden reconocer de inmediato tus emails, podrían marcarlos como spam, o tu proveedor de buzón de correo podría incluso marcar este tráfico como «nuevo» y aumentar sus niveles de filtrado para tu dirección IP, tu IP, tu dominio o tus campañas en general. Evita realizar cambios importantes en las plantillas justo antes o durante los grandes períodos de ventas, familiariza a tus contactos con las nuevas plantillas mucho antes de la temporada navideña y realiza siempre pruebas A/B del nuevo estilo.