

## **El Email Marketing en 2015 - por los Rebeldes Marketing Online**

**En más de una ocasión nos han dicho y nos han hecho creer que el email marketing ha muerto, pero en Rebeldes marketing Online somos totalmente contrarios a esta afirmación.**

Es más, para nosotros el email marketing es una rama imprescindible y fundamental para cualquier negocio online.

Hazte dos preguntas muy sencillas, ¿tienes cuenta de email? ¿Cuántas veces miras tu bandeja de entrada al día? Seguro que sí y que la miras más de 4 veces al día.

Actualmente el 68% de la población española está conectada a internet, y de esa porción del queso, el 94% revisan diariamente la bandeja de entrada de su cuenta de email, mucha gente ¿no? Pues eso significa que tenemos mercado al que vender a través de email marketing.

Además son muchos los estudios que nos han demostrado que el email marketing es la rama del marketing online que mejor ROI (retorno de la inversión) nos aporta. De hecho, según un estudio de Marketing Sherpa, puede aumentar nuestras conversiones en hasta un 200%.

Pero lo que realmente nos importa en Rebeldes Online es el 'cómo'.

¿Cómo podemos actualizar nuestras estrategias de email marketing enfocadas a la época en la que vivimos?

2015 es un año que justo acaba de empezar y que, gracias a la (aún que lenta) recuperación económica de nuestra sociedad, va a hacer que este sea un año fructífero en nuestro campo, las ventas online.

Por ello hoy nos vamos a centrar en definir cuáles van a ser las tendencias y las características de nuestras estrategias en email marketing este 2015.

### Personalización

Son casi tres cuartos de los usuarios los que no soportan los emails con contenido irrelevante, es por ello que las acciones de email marketing personalizadas mejoran el CTR en un 14% y hasta un 10%

en las conversiones.

### Segmenta al milímetro

Las acciones de email marketing orientadas a quienes en realidad están interesados en tus productos son mucho más efectivas. Enfoca tus campañas a usuarios que, por ejemplo, ya han abierto o han hecho clic en anteriores emails tuyos.

### No al intrusismo

Trabaja bien el marketing de atracción en tus emails, es decir, no vendas productos o servicios de forma intrusiva. Informa a tus usuarios de sus características, sus usos... Haz que poco a poco se interesen por ellos para crear una necesidad que posteriormente, si lo haces bien, se transformará en ventas.

### Trabaja por los leads y no por las ventas

Enfocar todo tu esfuerzo a las ventas puede ser algo frustrante pues la venta directa desde el email puede ser algo dura de roer. En cambio si trabajas por la captación de leads vas a ver como es más agradecido, pues en realidad son suscriptores que una vez interesados vas a poder trabajarlos para acabar empujándolos a la venta.

### Imágenes que hablen por sí mismas

Una imagen bien escogida, impactante, puede decir mucho más que un texto plano. El cuerpo del email, al igual que el asunto, tiene que optimizarse, email tras email, para definir qué diseños convierten mejor. Contextualiza muy bien aquello que quieres comunicar desde diferentes perspectivas y resuelve cuál es la ganadora mediante pruebas.

<http://www.rebeldesmarketingonline.com>

### **Datos de contacto:**

Alexandra Gonzalez

rebeld@rebeldesmarketingonline.com

Nota de prensa publicada en: [barcelona](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>