

Cómo sacar partido al email marketing en fechas clave como San Valentín: el caso de Cheerz.com

Según el último Mastercard Love Index, los españoles aumentaron un 53% su gasto en San Valentín entre 2017 y 2019. Cheerz.com aumenta su tasa de apertura de emails en casi un 40% con Certification de Validity, y aumenta el ROI de su canal de email marketing hasta los 34€ por cada euro invertido

Una de las principales estrategias que utilizan los retailers a la hora de activar sus campañas de email marketing es la de sacar partido a las fechas señaladas para acercar su marca a los usuarios, aumentar su tasa de engagement y, potencialmente, incrementar sus ventas. Y, sin duda, el 14 de febrero está marcado en rojo en el corazón de muchos de los equipos de marketing. Según datos del último Mastercard Love Index, que analizó las transacciones realizadas entre el 11 y el 14 de febrero, los españoles aumentaron un 53% el gasto para sorprender a su pareja entre 2017 y 2019.

Pero, ¿qué papel juega el email marketing en las estrategias de las marcas para situarse en la mente de los consumidores durante esos periodos de grandes ventas? ¿Y qué peso tiene en estas campañas la entregabilidad de los mensajes? Validity, la compañía creadora de la plataforma de email marketing más completa y efectiva del mercado, ha analizado el caso de Cheerz.com, compañía especializada en impresión de fotografías, que destaca por un concepto simple y un universo dinámico que permite al usuario imprimir sus mejores recuerdos a través de una aplicación móvil o de la página web, directamente desde la galería de su teléfono.

El reto: llegar a la bandeja de entrada de los usuarios

Los equipos de Cheerz.com utilizan el correo electrónico como principal medio de comunicación con sus "Cheerzers", en el que integran contenidos dinámicos que representan la identidad de la marca. Con un volumen de envíos de hasta 5 millones de emails al mes, dependiendo de la temporada, los equipos de marketing de Cheerz.com decidieron confiar en las mejores prácticas y soluciones ofrecidas por Validity para garantizar la entregabilidad de sus mensajes, y frenar así la caída de su reputación como remitente, que estaba impactando negativamente en su actividad.

Para ello, recurrieron a Validity considerando que Certification era una de las soluciones más completas del mercado. Los expertos de Validity evaluaron la situación para establecer los requisitos previos necesarios para obtener la certificación. Durante este periodo, los equipos de Cheerz.com descubrieron los beneficios de la colocación preferencial en la bandeja de entrada, de disponer de datos exclusivos para brindar información de la calidad sobre entregabilidad, y de tener asesoramiento sobre las mejores prácticas de correo electrónico para mejorar sus métodos de envío.

Resultados tangibles: mayor tasa de aperturas y aumento del ROI

Después de varias semanas de trabajo, los expertos de Validity certificaron las direcciones IP utilizadas por Cheerz.com, lo que permitió a la marca mejorar su tasa de entrega en la bandeja de entrada. El soporte de Validity ha permitido a Cheerz.com ingresar en la "lista de remitentes permitidos" más reconocida del mercado y optimizar su reputación como remitente con los principales

ISP. El equipo de Cheerz.com pudo abordar así el período estratégico de fin de año con más calma y dedicarse de lleno a la creación de contenido de correo electrónico.

Estos son los principales resultados que consiguió el equipo de Cheerz.com con Validity:

Tasa de entrega en la bandeja de entrada del 99,9% - que permite a Cheerz.com garantizar la entregabilidad de sus mensajes.

Una tasa de apertura de hasta el 40%, dependiendo del ISP - con un año y medio de retrospectiva se pueden ver KPIs más que favorables. Por ejemplo, las tasas de apertura de direcciones de Microsoft se encuentran actualmente entre las mejores.

Un promedio de quejas muy bajo, el 0,04% - lo que atestigua un compromiso de calidad con los suscriptores.

Un ROI estimado en 34€ por cada euro invertido - desde el inicio de la obtención de la certificación.

Datos de contacto:

AxiCom

617469635

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

Categorías: [Nacional](#) [Fotografía](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>