

"Un email marketing bien hecho es cuatro veces más efectivo que las redes sociales", según TusIdeas

El email marketing es el medio con mejor ROI (Return On Investment) y actualmente no existe otro medio que pueda superar su eficacia y la rentabilidad. Si se sigue una estrategia adecuada, el email marketing puede ser el secreto de las empresas para triunfar

El emailing es una técnica de marketing enfocada en mandar emails de forma masiva, segmentando el público según una estrategia concreta, con la finalidad de comunicar un mensaje a los clientes potenciales, crear fidelidad, informar sobre novedades de productos, confirmar pedidos, etc. Hoy en día existe una gran cantidad de canales, tanto físicos como digitales, mediante los cuales las empresas pueden realizar un marketing más o menos efectivo, económico y con un alcance determinado.

No obstante, es cierto que las empresas actualmente se decantan más por los medios digitales para publicitarse, al ser un medio que ofrece tanta amplitud, segmentación y a un precio tan económico. Sin embargo, dentro de estos medios digitales es posible encontrar una gran variedad de canales, siendo las redes sociales el que más prefieren hoy en día las empresas. Pero cuando el email marketing se realiza siguiendo una buena estrategia puede llegar a conseguir 3 veces más conversión que las redes sociales. Es por este motivo que el email marketing es la herramienta preferida de los marketers.

TusIdeas, una agencia de marketing con más de 15 años de en el sector, explica el secreto de una buena campaña de emailing. "En TusIdeas pensamos que hay que darle prioridad a la calidad, antes que a la cantidad. ¿De qué nos sirve enviar un email a 50.000 personas si después solo lo abren un 10% de esos contactos? Es fundamental crear un contenido de calidad y en Tus Ideas tenemos profesionales creativos para ello" explica TusIdeas. El email marketing, además, ofrece una gran flexibilidad a la hora personalizar el contenido.

El email marketing tiene ese poder de mantener una empresa en la mente de los consumidores. Y si esta herramienta se utiliza con la finalidad de informar o asesorar al cliente potencial sobre un nuevo producto que podría serle de gran utilidad, no provocará en absoluto el rechazo que provoca el spam. Una forma de evitar el spam es mantener la base de datos del emailing actualizada, eliminando aquellos contactos que no hayan aceptado previamente recibir correos. Es mejor contar con menos contactos que con contactos que consideran esos mails una molestia. Los emails, además, tienen que enviarse siguiendo el ritmo de vida de la empresa, mediante newsletters, manteniendo al tanto a los clientes potenciales sobre las novedades o mediante campañas de correo electrónico, que deben estar más enfocados al marketing y las ventas.

Datos de contacto:

TusIdeas
915 227 148

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>