

Guía Esencial para el Email Marketing en eCommerce

IRRACIONAL.CL



El email marketing es una herramienta poderosa para las empresas de eCommerce. Estudios revelan que, por cada \$1 invertido, se obtienen \$40 de retorno en promedio. Esta guía te proporcionará estrategias prácticas para optimizar tus campañas y maximizar tus resultados.

“El 59% de los especialistas en marketing B2B afirman que el correo electrónico es el canal más efectivo para generar ingresos”.

-BtoB Magazine

Ser un negocio en línea tiene sus desventajas: existe una barrera inherente para crear relaciones cercanas cara a cara al realizar marketing online.

Por otro lado, estar en línea permite a las empresas de eCommerce utilizar métodos de marketing inbound para acceder a sus mercados objetivo de manera efectiva y eficiente.



La importancia del email marketing

El email marketing sigue siendo uno de los canales más efectivos para las empresas de eCommerce. Aquí tienes algunas razones clave para adoptarlo en tu estrategia:

- 1. Alto Retorno de Inversión (ROI):** Según estadísticas recientes, el correo electrónico genera un ROI promedio de \$40 por cada \$1 invertido. Esto lo convierte en uno de los métodos más rentables frente a estrategias como redes sociales o publicidad pagada.
- 2. Control total sobre tu audiencia:** A diferencia de las redes sociales, donde los algoritmos pueden limitar el alcance de tus mensajes, con el email marketing tienes control directo sobre tu lista de contactos. Esto significa que puedes llegar a tus clientes sin intermediarios.
- 3. Automatización eficiente:**
 - Programar correos para eventos específicos, como carritos abandonados o cumpleaños, te permite mantener la relación con tus clientes sin intervención constante.

Las secuencias automatizadas generan ingresos pasivos y mantienen a los usuarios interesados.

4. Personalización:

- Herramientas avanzadas permiten enviar correos segmentados que contienen ofertas y mensajes adaptados a los intereses y comportamiento del usuario.
- Por ejemplo, si un cliente compró recientemente un producto, puedes enviarle recomendaciones relacionadas.

Segmentación de listas

La segmentación de tu lista de correo electrónico es crucial para mejorar la relevancia de tus mensajes y aumentar las tasas de apertura.

1. Segmentos por comportamiento

Carritos abandonados: Usuarios que añadieron productos al carrito pero no completaron la compra.

Compradores frecuentes: Clientes leales que compran regularmente.

Suscriptores inactivos: Personas que no han interactuado con tus correos en los últimos meses.

2. Segmentos por datos demográficos

Clasifica a los usuarios según su ubicación, edad o género. Por ejemplo, puedes enviar correos específicos a usuarios en Santiago con promociones locales.

3. Segmentos por interés o categoría de producto

Si vendes ropa, segmenta a los usuarios interesados en ropa deportiva frente a quienes prefieren ropa de oficina.

4. Personalización dinámica

Usa herramientas como campos personalizados (por ejemplo, incluir el nombre del cliente en el asunto) para aumentar la tasa de apertura.

Implementa pruebas A/B para identificar qué mensajes funcionan mejor en cada segmento.

Recuperación de Carritos abandonados

Los carritos abandonados son una de las mayores oportunidades para recuperar ventas perdidas.

Aquí tienes estrategias avanzadas:

1. ¿Por qué se abandonan?

Costos inesperados: Como gastos de envío.

Falta de opciones de pago: Si no ofreces métodos locales como WebPay o Mach en Chile, puedes perder clientes.

Distracción: El cliente pudo haber dejado la página abierta y olvidado completarla.

2. Estrategias para recuperar carritos

Correo 1: Envíalo 1 hora después del abandono con un recordatorio amigable del producto.

Correo 2: Envíalo 24 horas después con un incentivo, como un descuento exclusivo del 10%.

Correo 3: Envía un correo final a las 48 horas destacando la urgencia, por ejemplo, con la frase: "Últimas unidades disponibles".

3. Ejemplo de contenido para correos de carritos

Asunto: "¡Tu carrito te está esperando! 🥰"

Cuerpo del mensaje: Hola [Nombre], notamos que dejaste estos productos en tu carrito. No te preocupes, los hemos reservado para ti. Completa tu compra ahora y recibe un 10% de descuento.

{Botón Call to action}

4. Automatización de carritos: Herramientas como Klaviyo, Mailchimp o HubSpot pueden ayudarte a configurar campañas automatizadas para carritos abandonados.

Construir relaciones con los clientes es la clave definitiva para el éxito. Para las empresas de eCommerce, gestionar estas conversaciones puede traducirse en un aumento del tráfico en el sitio web y mayores ingresos.

Te ayudamos a tener éxito creando campañas de email marketing bien diseñadas.



Sigue tus sueños... aunque sea al fondo del mar.



hola@irracional.cl