
Campanyes d'e-mail marketing

PID_00272858

Miguel Ángel Gómez Borja
Sandra Arias Montesinos

Temps mínim de dedicació recomanat: 1 hora




Miguel Ángel Gómez Borja

Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de València i doctor en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Castellà-la Manxa. Professor de l'Àrea de Comercialització d'aquesta universitat a la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales d'Albacete, on imparteix docència en diferents matèries de màrqueting en grau i postgrau, incloent màrqueting i comerç electrònic, comunicació comercial, màrqueting estratègic i seminaris sobre *e-business* i estratègia de màrqueting. Responsable del grup de recerca MARKETIC, en què desenvolupa línies de recerca relacionades amb l'impacte de les noves tecnologies en el comportament i els processos de decisió del consumidor, i també en les estratègies i accions de màrqueting de les empreses. En la mateixa línia, treballa en l'aplicació de noves metodologies de recerca basades en entorns virtuals i en la integració amb eines i mètodes de recerca de neurociència del consumidor.


Sandra Arias Montesinos

Digital marketing manager de l'agència alacantina Gettingbetter-Creative Studio, que compta amb clients nacionals i internacionals de diversos sectors (*retail*, moda, educació, franquícies, etc.). Llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques per la Universitat d'Alacant, on també va presentar, el 2016, la seva DEA (diploma d'estudis avançats) amb el títol «El *community manager* a la província d'Alacant: definició, funcions i banda de creixement salarial el 2015». Actualment, prepara la seva tesi doctoral dins de l'àrea de *social media*. Compagina la seva tasca professional amb la tasca docent a universitats i escoles de negoci, en temàtiques com ara *social media*, *e-mail marketing* i *social commerce*.

La revisió d'aquest recurs d'aprenentatge UOC ha estat coordinada per les professores: Cintia Pla Garcia, Iviane Ramos de Luna (2020)

Segona edició: març 2020
 © Miguel Ángel Gómez Borja, Sandra Arias Montesinos
 Tots els drets reservats
 © d'aquesta edició, FUOC, 2020
 Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
 Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars dels drets.

Índex

1. Campanyes de venda i campanyes de <i>branding</i>.....	5
2. Creació d'una campanya.....	7
3. Proves A/B.....	8
Annex.....	11

1. Campanyes de venda i campanyes de *branding*

En el camp de l'*e-mail marketing*, podem distingir diferents tipus de campanyes, segons l'objectiu de les mateixes. Podem parlar de campanyes de venda i de campanyes informatives (o de *branding*), que es diferencien perquè persegueixen objectius diferents: la venda d'un producte o servei, les primeres, i el coneixement de l'empresa o la fidelització del client, les segones.

Mailjet (2016, pàg. 21) distingeix quatre tipus de campanyes d'*e-mail marketing* pel que fa al comerç electrònic:

- **Newsletters:** es componen de contingut d'interès per a la teva base de dades. Tot i que Mailjet no especifica la tipologia d'aquest contingut, s'entén com les novetats (que es poden reflectir en el blog de la web), els productes més populars de la teva botiga en línia, etc. Aquest tipus de contingut tindria una periodicitat setmanal o mensual.
- **E-mails informatius:** es tracta d'*e-mails* relatius a assumptes com el manteniment de la teva botiga en línia: per exemple, si la teva botiga en línia estarà tancada per un canvi, cal comunicar-ho al client.
- **Esdeveniments de temporada:** s'envien per dates assenyalades, el Dia de la Mare, el Dia del Pare, els Jocs Olímpics... És el moment en què s'envia un *mailing* amb un descompte concret, de durada determinada (24 hores, per exemple).
- **Llançaments:** si la marca llança un producte nou, s'ha de comunicar als clients. Així mateix, si has incorporat una nova marca o signatura a la teva botiga en línia, també cal fer un enviament de *mailing*.

No obstant això, la classificació més encertada (i també la més estesa) és la que apuntàvem en el mòdul «Estratègia en *e-mail marketing*»: ***e-mails* transaccionals, relacionals i promocionals.**

Els *mailings* relacionals es poden entendre com les **campanyes destinades al *branding***, ja que es dediquen a la difusió de les notícies de la marca, i també a la fidelització del client. Els *e-mails* **promocionals** estarien clarament enfocats a la venda, ja que el seu objectiu és la venda de productes i serveis concrets, anunciats mitjançant promocions puntuals. Per tant, en aquest cas, parlariem de **campanyes de venda.**

Quant als **transaccionals**, no tenen una classificació en cap tipologia: senzillament, són correus automatitzats que arriben a l'usuari després de realitzar determinades accions i tenen un objectiu operatiu sense relació directa amb el *branding* o la venda.

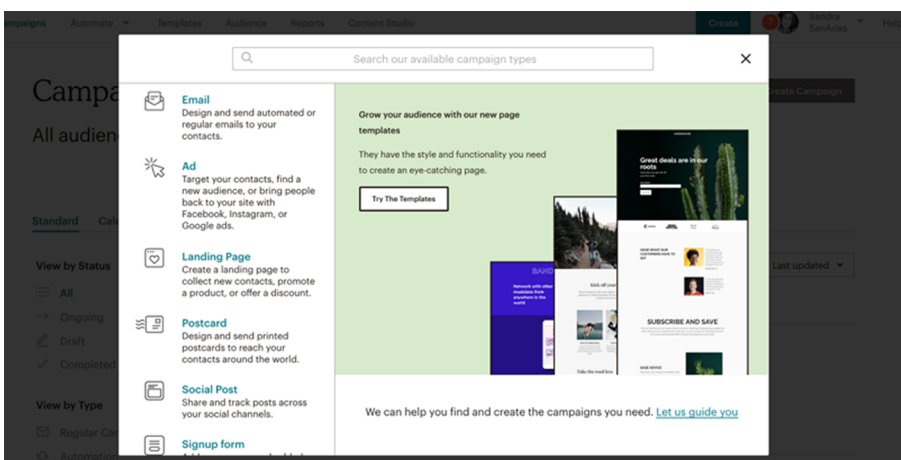
Una vegada aclarida la diferència entre ambdues campanyes, és de rigor l'aprenentatge de la creació d'una campanya amb l'eina amb la qual treballem, el Mailchimp.

2. Creació d'una campanya

Mailchimp és una eina intuïtiva que, des de la seva interfície, ens permet realitzar campanyes d'*e-mail marketing*, i també altres opcions, com ara pàgines d'aterratge, formularis de contacte o, gràcies a la seva integració amb les plataformes de publicitat en línia, anuncis a Facebook, Instagram o Google.

Al campus podreu trobar diferents recursos sobre l'eina, entre els quals, un vídeo que detalla el procés de creació d'una campanya d'*e-mail marketing*.

Vídeo 1. Com realitzar una campanya d'*e-mail marketing* amb Mailchimp.



Font: elaboració pròpia (2019).

3. Proves A/B

Les proves A/B o test A/B són proves que ens permeten optimitzar la nostra estratègia d'*e-mail marketing* maximitzant els resultats. Consisteixen a comparar dues variables similars per a enfocar els nostres esforços en què doni millor resultat.

Les variables que se solen comparar en un test A/B d'*e-mail marketing* són:

- **El disseny de la *newsletter*:** es realitzen dos dissenys i es testen en un petit grup de subscriptors per a comprovar quin té un millor resultat.
- **L'assumpte:** sol ser objecte de multitud de proves A/B, ja que determina la taxa d'obertura.
- **El remitent de l'enviament:** podem personalitzar aquest enviament introduint elements com el nom (Cristina) o enviar-ho en nom de l'empresa (Banc Sabadell). També es pot fer una versió mixta (Cristina, de Banc Sabadell) o qualsevol altra que vulguem provar.
- **El CTA o *call-to-action*:** és a dir, la manera com incitem l'usuari a realitzar l'acció que volem que faci. Això se sol traduir en el contingut que apareix en els botons de la nostra *newsletter* («Clica aquí», «Registra't», «Compra ara»).
- **El dia o l'hora d'enviament:** també molt relacionat amb la taxa d'obertura, pot determinar l'efectivitat de la nostra campanya d'*e-mail marketing*.

Un exemple de test A/B seria provar quin assumpte funcionaria millor en un *mailing*: si tenim dues opcions, farem una petita prova en què enviarem el *mailing* amb l'assumpte 1 a un percentatge petit de la nostra base de dades, i l'assumpte 2 a un altre percentatge diferent de la nostra base de dades, de la mateixa grandària que l'anterior.

Perquè el test A/B doni resultat, hem d'agafar una quantitat significativa de la nostra base de dades i assegurar-nos que cap subscriptor rep més d'una de les variables escollides.

Així mateix, és important testar únicament una variable per test, ja que, en cas contrari, els nostres resultats seran erronis. És a dir, si hem decidit comparar quin assumpte és més efectiu, únicament realitzarem la modificació per a això, i no tindrem en compte aspectes com l'hora o el dia d'enviament (és a dir,

no enviarem la campanya a diferents hores o en diferents dies per comparar també aquesta variable). Si desitgem comparar més d'una variable, haurem de realitzar tants test com variables vulguem comparar.

Anteriorment, Mailchimp tenia una funcionalitat que ens permetia realitzar aquests tests A/B de manera automàtica, la qual cosa resultava de gran utilitat per assegurar les nostres campanyes. Actualment, aquesta funcionalitat ja no existeix, però això no impedeix que puguem realitzar aquest tipus de proves per a optimitzar els nostres enviaments.

Annex. Política de privadesa de la web turroneYdulces.com

Política de privadesa

La privadesa de tots els usuaris de turroneYdulces.com és molt important per a nosaltres, i a continuació explicarem totes les dades que es guarden en el sistema per a fer-li una experiència d'usuari més agradable.

No el bombardejarem amb *e-mails* ni trucades, i molt menys tenint en compte que pràcticament la totalitat de la nostra activitat es realitza durant els últims mesos de l'any. Com a molt, l'informarem eventualment d'alguna novetat i oferta sempre que s'hagi registrat com a usuari o el trucarem al número de telèfon facilitat per vostè si necessitem alguna dada, per exemple, d'una comanda.

turroneYdulces.com compleix els termes establerts a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, també coneguda com LOPD.

Quan els usuaris de turroneYdulces.com introdueixen les seves dades personals a través dels formularis, aquestes són guardades en un fitxer de propietat, de Saxona Tic Digital S. L. amb CIF B54825419, les dades registrals de la qual són VOLUM 3822, FOLI 213, INSCRIPCIÓ 1, FULL A-142928 d'Alacant, automatitzat o base de dades del nostre sistema, el qual està inscrit en l'Agència Espanyola de Protecció de Dades. Els usuaris garanteixen que les dades introduïdes són reals i també correspon a aquests actualitzar-les. Quan l'usuari introdueix aquestes dades a través dels formularis, accepta les condicions del present document.

Com no podia ser d'una altra manera, l'usuari té ple dret d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició de les seves dades personals, i ho pot exercir enviant un *e-mail* a jijona@turroneYdulces.com o per correu postal a Av. Constitució 21, 1 03100 Xixona (Alacant), Espanya.

Les dades introduïdes s'utilitzen per a facilitar la tasca administrativa del lloc web i també per a obtenir dades estadístiques i informar-lo de promocions. Quan introdueix les seves dades, l'usuari accepta la recepció d'informació promocional i informativa de turroneYdulces.com, existint la possibilitat que el mateix usuari rebutgi aquest tipus de comunicació, donant-se de baixa en el servei o informant-nos en l'adreça de correu abans descrita.

turroneYdulces.com mai no vendrà aquestes dades personals a tercers i té el compromís de tractar-les amb molta discreció. Disposa de tècniques segures de tractament i protecció de dades, encara que tenint en compte que internet

és un mitjà insegur, estem exposats a tot tipus d'atacs que intentem evitar amb tots els mitjans. L'usuari d'aquesta web assumeix aquest tipus de riscos en cas d'un possible robatori, malgrat que extremem al màxim les precaucions.

turronesYdulces.com es reserva el dret a modificar aquesta política de protecció de dades en cas d'adaptació a la nova llei, per la qual cosa es comunicarà als seus usuaris.

Dades de caràcter personal

La pàgina web de turronesYdulces proporciona l'accés a continguts a internet als quals l'usuari, amb caràcter general, pot tenir accés de forma lliure. A més d'aquest accés lliure, per a alguns serveis prestats per turronesYdulces a través de la seva pàgina web serà necessari que l'usuari es registri com a client, proporcionant una sèrie de dades personals necessàries per a poder tenir accés als serveis esmentats, dades que permeten la prestació del servei per part de turronesYdulces i la identificació correcta de l'usuari registrat, així com l'enviament d'informació i publicitat dels diferents productes i ofertes que turronesYdulces pugui tenir a la seva pàgina web. Les comunicacions comercials es realitzaran per correu electrònic a l'adreça d'*e-mail* facilitada per l'usuari, qui presta el seu consentiment exprés per a aquests enviaments publicitaris a través del correu electrònic. turronesYdulces es compromet a complir amb el deure secret d'aquestes dades, així com a tractar-les amb confidencialitat, assumint les mesures necessàries per a evitar la seva alteració, pèrdua, tractament o accés no autoritzat, tal com es recull a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, i al Reial decret 994/1999, d'11 de juny. Així mateix, turronesYdulces es compromet a la no utilització d'aquestes dades personals per a finalitats diferents de l'objecte del servei que presta a través de la seva pàgina web www.turronesydulces.com, pàgina que ofereix informació sobre ofertes de productes per a la seva venda directa a través d'internet. L'usuari respondrà, en qualsevol cas, de la veracitat, exactitud, autenticitat i vigència de les dades facilitades, reservant-se turronesYdulces el dret a excloure dels serveis registrats a tot usuari que hagi facilitat dades falses, sense perjudici de les altres accions que procedeixin en Dret. Qualsevol usuari registrat pot en qualsevol moment exercir el dret a accedir, rectificar i, si escau, cancel·lar les seves dades de caràcter personal subministrades, mitjançant petició escrita per carta dirigida al domicili social de turronesYdulces.

Cookies

turronesYdulces utilitza *cookies*, petits fitxers de dades que s'emmagatzemen en el sistema de l'usuari. Permeten personalitzar i facilitar la navegació de l'usuari per la pàgina web, i s'associen a un usuari anònim sense que es puguin deduir dades personals del mateix.

Historial de navegació

turronesYdulces pot emmagatzemar les referències dels últims articles visitats per tot usuari, tant anònim (visitants) com registrat, amb la finalitat de millorar l'experiència de navegació. Aquesta informació podrà ser utilitzada per turronesYdulces per a l'enviament d'informació d'interès per a l'usuari registrat.

Logs d'accés

Aquests *logs* ens solen indicar dades com la IP, ISP, navegador i cercador utilitzat, etc., encara que sempre de manera anònima. En concret, utilitzem Google Analytics per a obtenir totes aquestes dades estadístiques que ens ajuden a saber com es mouen els usuaris per la web.

Subscripció a novetats

turronesYdulces proporciona un sistema d'alertes per a avisar els seus clients i usuaris de les novetats que es van incorporant al catàleg de la seva pàgina web. Per a poder oferir aquest servei és necessari que turronesYdulces emmagatzemi l'adreça de correu electrònic de l'usuari. Qualsevol usuari de la web és lliure per a donar-se d'alta en aquest sistema d'alertes per correu electrònic. L'usuari es compromet a donar d'alta en el servei solament adreces de correu electrònic de les quals sigui el propietari. turronesYdulces es reserva el dret a denegar l'accés al servei a aquells usuaris que abusin del mateix, incomplint aquestes condicions de privadesa o les condicions d'ús de la web, podent emmagatzemar per a això les dades de l'usuari o màquina necessaris. L'usuari podrà reclamar a turronesYdulces la seva baixa total i permanent del servei d'alertes simplement escrivint un correu electrònic a l'adreça: [jjjona\[arrova\]turronesYdulces.com](mailto:jjjona[arrova]turronesYdulces.com)

Font: <http://www.turronesydulces.com/privacidad>.

