
Automatitzacions amb MailChimp

PID_00272860

Sandra Arias Montesinos

Temps mínim de dedicació recomanat: 1 hora



**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.). És llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques per la Universitat d'Alacant, on també va presentar, el 2016, el seu DEA (diploma d'estudis avançats) amb el títol «El *community manager* en la provincia de Alicante: definición, funciones y banda salarial en 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*, *email marketing* i *social commerce*.

L'encàrrec i la creació d'aquest recurs d'aprenentatge UOC han estat coordinats per les professores: Cintia Pla García, Iviane Ramos de Luna (2020)

Primera edició: març 2020
© 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. Què és l'automatització en <i>email marketing</i>.....	5
2. Ús de les automatitzacions.....	8
3. Implementació de les automatitzacions amb MailChimp.....	11

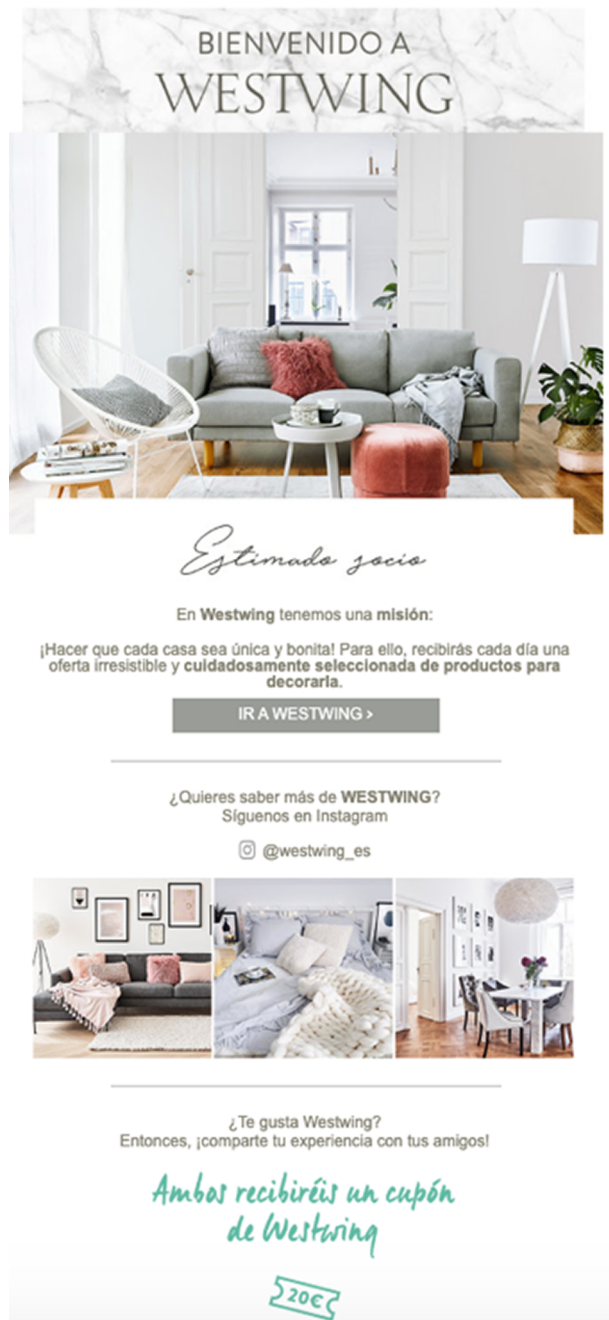
1. Què és l'automatització en *email marketing*

En un moment en què l'automatització en màrqueting és una de les estratègies més aplaudides, en *email marketing* també és una de les opcions que més rendibilitat ens pot donar. No en va, es diu que no utilitzar automatitzacions és perdre diners.

Per se, una automatització o un *autoresponder* no és una *newsletter*. Un **autoresponder** és un *email* que s'envia de manera automàtica a un usuari subscriptor, quan aquest fa una acció determinada, és a dir, activa el que anomenem **esdeveniment** o *trigger*.

Un dels exemples d'automatització o *autoresponder* més conegut és l'*email* de benvinguda. Quan ens subscrivim a una *newsletter*, ens arriba al nostre *email* un correu en què ens dona la benvinguda a la llista de subscripció i, fins i tot, ens envia un cupó o un descompte. Aquest primer moment, en què el contacte està més calent (entenent això com el moment en què estem en la memòria de l'usuari de manera recent), és el millor moment per incentivar la compra.

Imatge 1. Email de benvinguda de Westwing



Font: correu personal.

La plataforma d'*email marketing* MailChimp ens ofereix diferents opcions d'automatització. De fet, al menú superior podem escollir entre automatitzar l'«Email», l'«Ad» (anunci) o la «Postcard» (postal).

La primera opció és la més coneguda i utilitzada, les dues restants són relativament recents. Pel que fa a l'«Email», podem trobar automatitzacions relacionades amb l'activitat del subscriptor, com l'esmentat *email* de benvinguda, amb l'activitat relacionada amb l'*ecommerce* (per exemple, relacionada amb els carrets abandonats) o amb dates assenyalades, com ara l'aniversari del subscriptor o la data en què es va donar d'alta.

Quant a l'«Ad» (anunci), MailChimp compta amb integracions amb Facebook Ads i Google Ads, que ens permeten realitzar campanyes de *remarketing*, per exemple, que ens permetin arribar a aquells usuaris que ja hem aconseguit amb la nostra campanya d'*email marketing*.

Pel que fa a la «Postcard» (postal), MailChimp ens dona l'oportunitat d'enviar cupons, recordatoris o altres missatges físics (és a dir, en paper) amb una periodicitat predefinida. En aquest sentit, cal comptar amb l'adreça postal dels destinataris (una dada que podem sol·licitar quan es capten les dades) i un mètode de pagament. L'enviament és variable (entre cinc i nou dies estimats per la plataforma).

Imatge 2. Enviament d'una postal (*postcard*) amb MailChimp

The screenshot shows the MailChimp interface for setting up a postcard campaign. It is divided into three main sections:

- Schedule:** A section with a checkmark icon, the text "Schedule" and "Sends every month.", and an "Edit Schedule" button.
- To:** A section with a checkmark icon, the text "To" and "You can mail postcards to any current contacts. Just make sure their addresses are [formatted correctly](#).", and an "Add Recipients" button.
- Content:** A section with a checkmark icon, the text "Content" and "How do you want your postcard to look?", and an "Add Content" button. Below this text are two preview cards:
 - The first card shows a placeholder image of a landscape with a sun and mountains.
 - The second card shows a postcard design with the headline "Big enticing headline" and a sub-headline "USE THIS SPACE TO TELL PEOPLE ABOUT your business or event, or an upcoming event. Or just send out a note you'd like to send your valuable customer. Your call". It also features a "POSTCARD" label, a "MAIL" icon, and a "POST TO ORDER" label.

Font: elaboració pròpia.

2. Ús de les automatitzacions

Les automatitzacions són processos de gran utilitat per aconseguir que l'usuari faci l'acció que volem (per exemple, una compra de producte, una visita a la nostra web, etc.) o per proporcionar informació instantània en el moment en què l'usuari la sol·liciti. Ens ajuden a conduir el subscriptor dins del *funnel* de vendes, sigui buscant la compra, la fidelització posterior o el primer contacte.

Un exemple de l'anterior és la *landing page* de les franquícies òptiques d'Optimil. Aquesta pàgina d'aterratge compta amb un formulari connectat amb MailChimp, en què hi ha una automatització per enviar, a l'instant, un dossier del franquiciat.

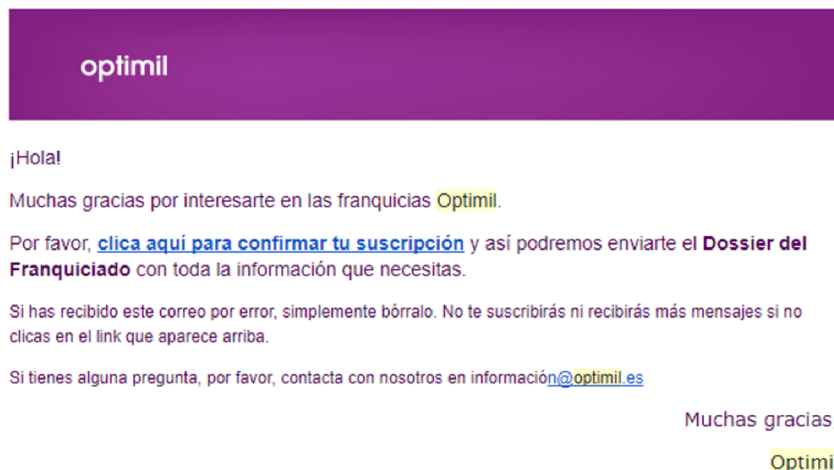
Imatge 3. Landing page de les franquícies d'Optimil



Font: optimil.es (2017).

Després d'emplenar aquest formulari, ens arriba al correu un *email* perquè confirmem el nostre correu electrònic (el que, en les definicions del mòdul «Introducció» hem anomenat «doble *opt-in*») i, a continuació, ens arriba el correu amb el dossier descarregable.

Imatge 4. Email de doble opt-in



Font: elaboració pròpia sobre la base de l'email rebut d'optimil.es (2017).

Imatge 5. Email automatitzat per a la descàrrega del dossier



Font: elaboració pròpia sobre la base de l'email rebut d'optimil.es (2017).

La funció de l'**automatització** és la d'establir un contacte directe i immediat amb el subscriptor, i resulta molt més efectiva que un altre tipus de comunicació per la seva immediatesa.

En l'apartat següent veurem la implementació de les automatitzacions amb MailChimp, una funció que ens serà de gran utilitat per a les nostres estratègies d'*email marketing*.

3. Implementació de les automatitzacions amb MailChimp

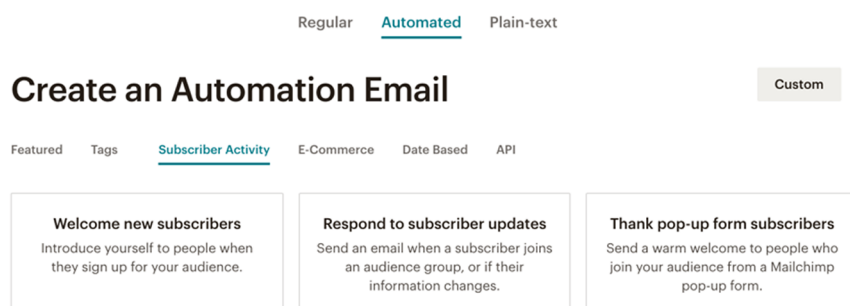
La implementació de les automatitzacions amb MailChimp és relativament senzilla, solament hem de seguir uns passos bàsics que procedim a assenyalar a continuació, amb la finalitat d'il·lustrar a l'estudiant aquest procés que, sens dubte, serà clau dins de la nostra estratègia d'*email marketing*.

En aquest cas, ens centrarem en les automatitzacions d'«Email», si bé, com hem vist abans, hi ha altres opcions per automatitzar.

Per implementar una automatització amb MailChimp, hem de seguir els passos següents:

- 1) Accedir al nostre compte de MailChimp i clicar «Automation» (automatització) del menú superior.
- 2) Triar entre les diferents automatitzacions que ens ofereix MailChimp, segons el nostre objectiu. En aquest exemple, nosaltres hem triat el «Welcome New Subscriber», una de les opcions d'automatització de «Subscriber Activity».
- 3) Cliquem l'opció escollida i posarem un nom a la nostra automatització, al mateix temps que triarem l'audiència a la qual s'aplicarà.

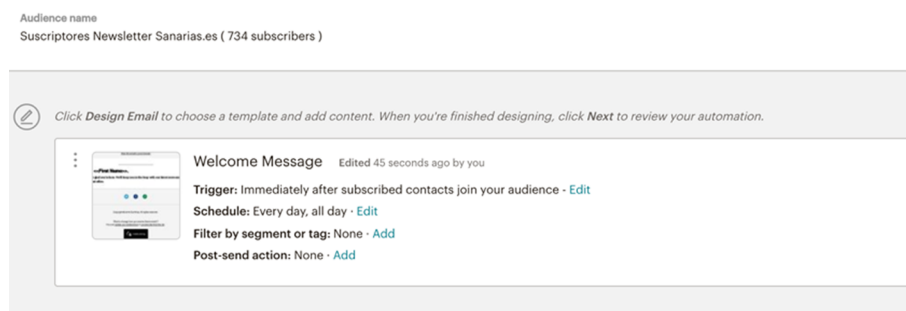
Imatge 6. Vista d'un *work-flow* d'una automatització de MailChimp



Font: elaboració pròpia a partir de MailChimp (2019)

- 4) Després de dissenyar l'*email* i de configurar els diferents elements (remitent, assumpte, etc.), com si es tractés d'una campanya, podem clicar «Use Advanced Settings» per configurar l'automatització de manera més detallada. En aquest cas, s'obrirà el «Builder» avançat, que ens permetrà ajustar l'automatització afegint nous *emails*, perfilant els dies i el nombre d'enviaments, etc.

Imatge 7. Automatització de MailChimp: Advanced Builder



Font: elaboració pròpia a partir de MailChimp (2019)

La combinació dels elements estudiats en mòduls anteriors, com ara els segments, amb les automatitzacions dona com a fruit un repte interessant. Tenint en compte el comportament o l'activitat del nostre contacte, podem establir estratègies que ens apropin a complir el nostre objectiu. Un exemple molt senzill seria, si realitzem un descompte promocional, per a aquell percentatge dels nostres subscriptors que no l'obre, fer un segon enviament, amb un assumpte diferent, que arribi únicament a aquest segment, el dels subscriptors que no han obert l'*email*.

Així mateix, aquesta aplicació és molt útil en *ecommerce* per disparar *triggers* quan un usuari abandona un carret. L'*email* automàtic que convida a recuperar-lo és una automatització que va popularitzar Amazon i que avui és habitual a qualsevol botiga en línia. En aquest aspecte, el factor creatiu també compta. A manera d'exemple, podem veure la Tienda de Hero, que utilitza un llenguatge infantil molt cridaner i d'acord amb la marca i que, sens dubte, farà que més d'un carret es recuperi.

Imatge 8. Email automatitzat de Hero per a la recuperació d'un carret de compra

The image shows an email template for 'LA TIENDA Hero'. At the top center is the logo 'LA TIENDA Hero' with the tagline 'Tus compras tienen regalo'. Below the logo, the main heading reads 'Ups! Parece que esta cestita se ha quedado solita....'. To the left of the basket, there is a greeting 'Hola,' followed by the text: '¡Te echamos de menos y queremos que vuelvas! Por eso, hemos guardado tu carrito para que termines tu compra cuando quieras:'. In the center is a photograph of a wicker basket filled with various Hero brand products. To the right of the basket is a small grey square button with a white downward arrow. At the bottom left, there is a green shopping basket icon and the text 'Mi Cesta'. At the bottom right, there is a prominent red button with the white text 'Continuar comprando'.

Font: BrainSins.

