



Guía práctica DE EMAIL-MARKETING



Crea tu newsletter y
entiende la importancia del
email marketing para ser una
Diva Digital

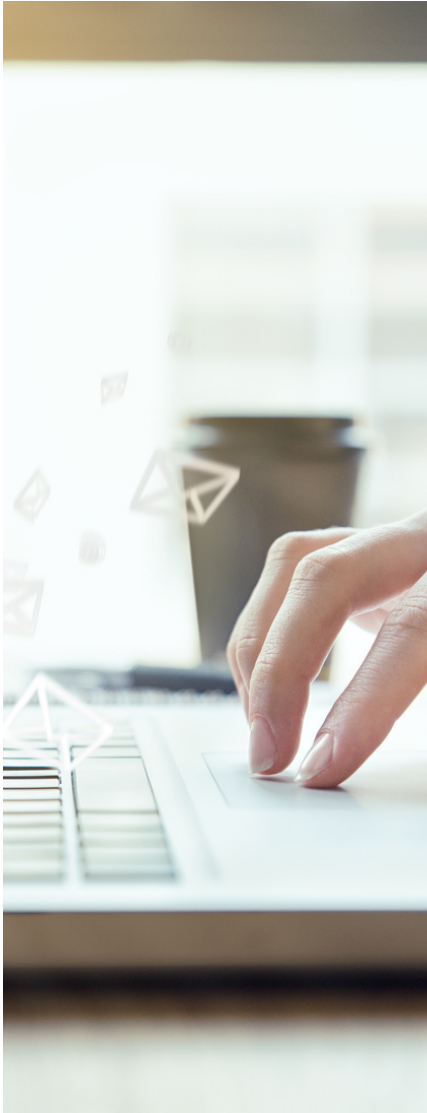
POR ANDREA RUBIANO

hello darling, bienvenida al mundo del email marketing

El email marketing es una estrategia digital que consiste en enviar correos electrónicos a una lista de contactos, los cuales pueden ser clientes actuales o potenciales. Su principal objetivo es promover productos, servicios, o simplemente mantener a la audiencia informada y comprometida con la marca.



Una de las grandes ventajas del email marketing es su alta relación costo-beneficio. Comparado con otros medios de publicidad, enviar correos electrónicos es económico y ofrece un retorno de inversión (ROI) significativo



Otras ventajas importantes:

1. **Personalización y Segmentación:** Permite enviar mensajes personalizados a segmentos específicos de tu audiencia, basados en sus intereses, comportamientos, y datos demográficos, aumentando así la relevancia y efectividad de tus campañas.
 2. **Medible:** Con el email marketing, puedes rastrear aperturas, clics, conversiones, y otros indicadores importantes, lo que te permite analizar el rendimiento de tus campañas y optimizarlas para obtener mejores resultados.
- 3. Fomenta la Lealtad del Cliente:** Mantener un canal directo de comunicación con tus clientes ayuda a construir y fortalecer la relación con ellos, fomentando la lealtad hacia tu marca.

4. Alcance Amplio: Prácticamente todo el mundo tiene una dirección de correo electrónico, lo que te da la posibilidad de alcanzar a una audiencia amplia y diversa.
-



Claves para una Estrategia Efectiva de Email Marketing

1. Construye una Lista de Correo de Calidad: Empieza por desarrollar una lista de suscriptores que realmente estén interesados en tu marca. Evita comprar listas, ya que esto puede dañar tu reputación y eficacia. En su lugar, utiliza tu sitio web, blog, y redes sociales para captar suscriptores voluntarios.

2. Segmenta tu Audiencia: No todos tus suscriptores están interesados en lo mismo. Utiliza la segmentación para enviar mensajes más relevantes a diferentes grupos basados en sus preferencias, comportamiento de compra, o cualquier otro criterio relevante.

3. Crea Contenido de Valor: Ofrece a tus suscriptores contenido útil y relevante. Esto puede incluir ofertas exclusivas, información sobre nuevos productos, consejos útiles, y más. El contenido de valor aumenta la tasa de apertura y fomenta la interacción.

4. Crea contenido cercano y más íntimo: con crear contenido más íntimo me refiero a que conectes con tu audiencia desde un punto más personal, que cuentes cosas que quizá no contarías en Instagram, con esto conectarás a un nivel emocional más profundo con tus lectores y tendrás un gran valor diferencial.

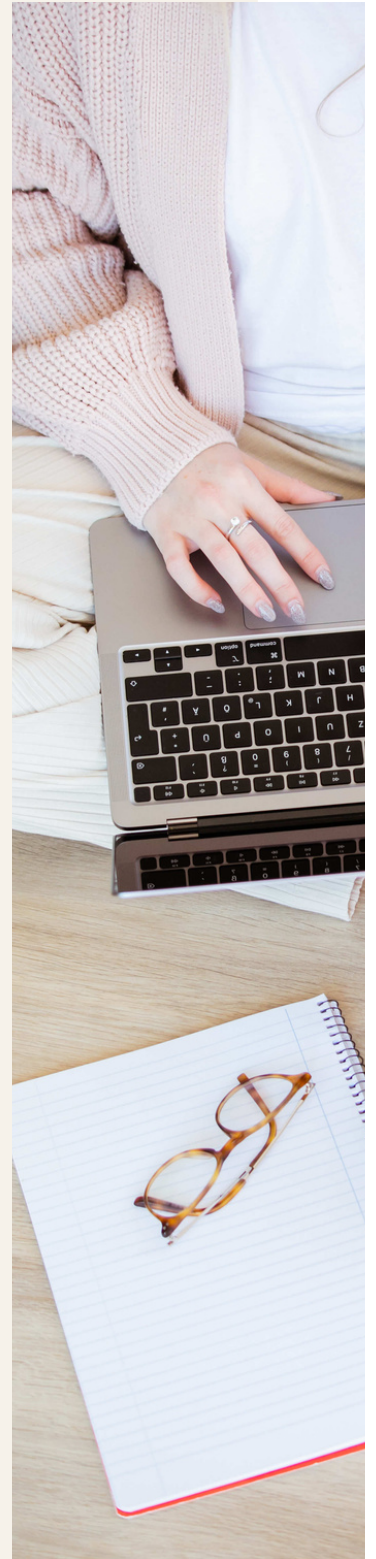
5. Optimiza el Asunto del Correo: El

asunto es lo primero que ven tus suscriptores. Hazlo corto, atractivo, y que incite a la curiosidad para maximizar las tasas de apertura. Pídele ayuda a ChatGpt, de esto depende que abran o no tus correos.

6. Vende siempre: utiliza tus mails para vender, puedes hacer ventas directas en lanzamientos o en las newsletters al final de cada mail poner las opciones de tus servicios o productos, o incluso implícito en el texto de tu mail. **Siempre siempre debes vender.**

7. Cumple con las Normativas:

Asegúrate de cumplir con las leyes de protección de datos y privacidad, como el GDPR en Europa o la CAN-SPAM Act en Estados Unidos. Ofrece siempre una opción clara y sencilla para darse de baja.



¿Cada cuánto debo enviar mails?

No hay una respuesta única para todos en cuanto a la frecuencia de envío de correos electrónicos. La clave está en comenzar con una frecuencia moderada, monitorear las métricas clave como las tasas de apertura, clics y desuscripción, y ajustar tu estrategia en función de los datos y el feedback de tus suscriptores.

Podrías empezar con mail semanal o quincenal e ir probando.

En etapas de lanzamientos o ventas puedes enviar más de lo acostumbrado sin problema, quien no le guste, tiene la opción de darse de baja cuando quiera.

Recomendaciones:

Crea un nombre para tu newsletter para darle un toque **diferenciador**.

Suscríbete a newsletter de personas que te gusten y analizas sus estrategias, de qué hablan, cada cuánto envían mails, sus asuntos e inspírate.



¿Cómo puedo empezar a captar emails?

1. Ofertas de Contenido Gratuito (Lead Magnets)

- **Guías y Ebooks:** Crea recursos descargables que resuelvan un problema específico de tu audiencia.
 - Ejemplo: "Guía para Automatizar tu Negocio en 7 Días."
- **Checklists:** Ofrece listas prácticas relacionadas con tu nicho.
 - Ejemplo: "Checklist de herramientas para emprendedoras digitales."
- **Plantillas:** Comparte recursos editables como plantillas de contenido o presupuestos.
 - Ejemplo: "Plantilla para planificar tus redes sociales en 30 minutos."

2. Webinars o Masterclasses Gratis

- Organiza una clase en vivo o pre grabada con mucho valor para tu audiencia.
 - Ejemplo: "Cómo Crear tu Primer Infoproducto en 3 Pasos."
- Requiere que los asistentes se registren con su email para acceder.

3. Reto o Challenge

- Diseña un reto corto con actividades diarias para resolver un problema.
 - Ejemplo: "Reto de 5 días: Crea 5 Reels Impactantes."
- Envíales el contenido del reto por email.



Revisa las métricas



Si alguna vez has abierto las métricas de tus emails y has sentido que estabas leyendo el horóscopo en chino... tranquila, no estás sola 😊

Aperturas, clics, rebotes, CTR, suscriptores activos... y tú pensando: “ok, ¿esto es bueno o debería preocuparme?” Esta guía no es para que te vuelvas analista de datos ni para que vivas obsesionada con numeritos.

Es para que sepas leer lo importante, entiendas qué te está diciendo tu lista y tomes decisiones más inteligentes (y más rentables) con tus emails.

Las métricas de email marketing

No necesitas saberlas todas.

Con estas tienes el 80% del control 📌

1. Tasa de apertura (Open Rate)

👉 Te dice cuánta gente abrió tu email.

💡 Qué mirar:

- Si es baja → el asunto no engancha o tu lista está fría.
- Si es alta → vas bien, genera curiosidad y confianza.

2. Clics (CTR – Click Through Rate)

👉 Mide cuántas personas hicieron clic en un enlace.

💡 Traducción real:

- Aperturas altas + pocos clics = leen, pero no actúan.
- Aquí se ve si tu mensaje convence o no.

3. Respuestas al email

👉 Mucha gente las ignora... y son ORO.

💡 Si te responden:

- Estás generando conexión real.
- Tu lista está viva (y eso mejora TODO).

Las métricas de email marketing

4. Bajas / Cancelaciones de suscripción

👉 Personas que se dan de baja.

💡 Importante:

- Algunas bajas son sanas.
- Muchas bajas seguidas = el contenido no está alineado o estás vendiendo sin calentar.

5. Rebotes (Bounce)

👉 Correos que no llegaron al destinatario.

💡 Si suben mucho:

- Tu lista necesita limpieza.
- O estás usando emails antiguos o poco cualificados.

6. Crecimiento de la lista

👉 Cuántas personas nuevas entran.

💡 Ojo aquí:

- Crecer sin vender no sirve.
- Vender sin crecer, se agota.

Mini recordatorio diva 📌

Las métricas no son para juzgarte,
son para escucharte y mejorar.

Y ahora el truco diva digital 🧑💻

👉 Haz un pantallazo de las estadísticas de tu correo (o del resumen del mes)

👉 Súbelo a ChatGPT

👉 Pregunta algo tan simple como:
“Explícame estas métricas como si fuera emprendedora, no ingeniera. ¿Qué funciona, qué no y qué mejoraría?”
Boom.

La IA como tu analista personal, sin dramas y sin Excel eterno.

Porque en email marketing no gana la que más envía,

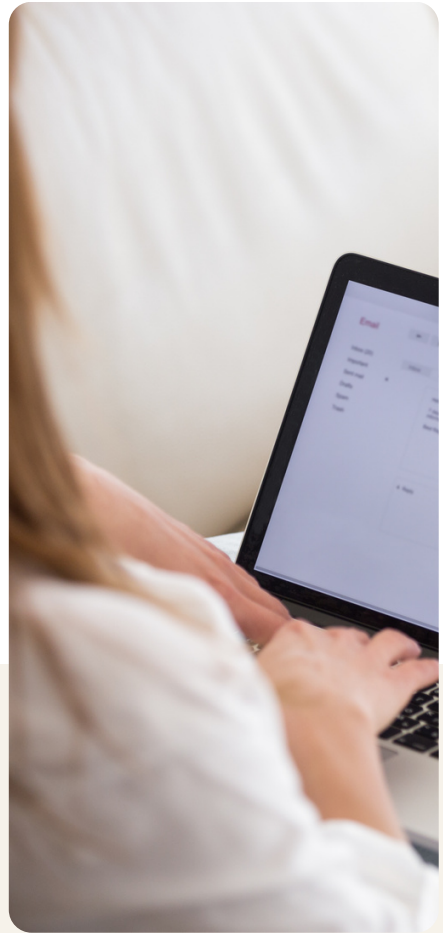
gana la que entiende lo que pasa y ajusta con intención.

Vamos a leer métricas sin miedo.

Y a usarlas para vender más, no para sufrir 📧✨



Conclusión



El email marketing sigue siendo una herramienta extremadamente poderosa y relevante para los negocios de hoy. Implementar una estrategia de email marketing efectiva puede resultar en un aumento significativo del compromiso, la retención de clientes, y, en última instancia, las ventas. Todo gracias a que no depende de algoritmos y tienes un canal directo y más íntimo de comunicación.

Es importante que tengas otro canal activo por si algún día te cierran la cuenta o llega la apocalipsis instagramera jeje.

Sigue las claves mencionadas, para maximizar el potencial de esta herramienta para alcanzar tus objetivos de compromiso y venta con tu audiencia..

Enlaces y masterclass Systeme

Ver Masterclass [systeme.io](#) para crear tu primer embudo y empezar a captar mails.

Curso Embudos Systeme PRO

Lo mejor De Systeme.io es que tienes todo integrado con esta herramienta todo en uno de marketing digital.

Y si quieres aprender todo sobre Systeme.io

[Accede al curso con precio especial aquí.](#)



Gracias!

Espero que te haya servido esta guía práctica para entender la importancia de tener este canal activo para segmentar a tu audiencia y tener una comunicación más auténtica y conectar a un nivel emocional más profundo con tu comunidad y of course darling **VENDER**