



**PRÁCTICAS COMUNES EN EL  
PROCESO DE ENVIO DE EMAILS**  
CONOCIMIENTO BÁSICO

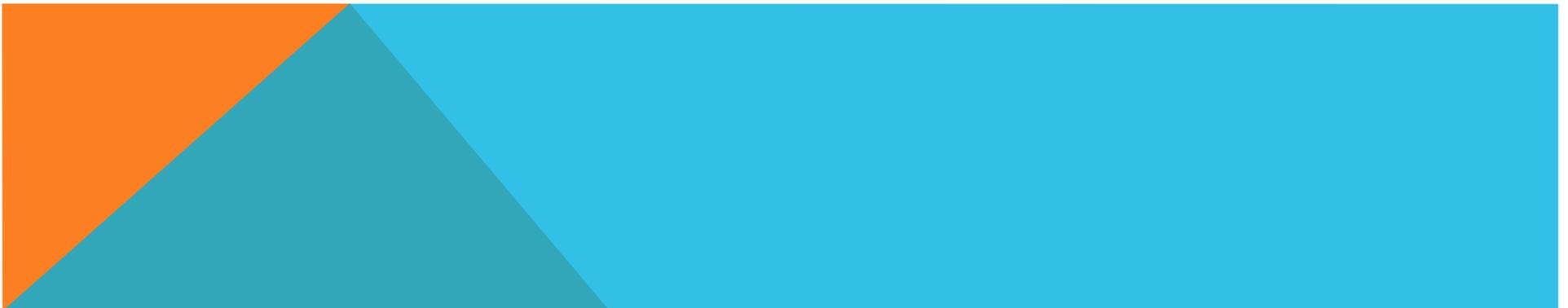
LP

## ESTO ES LO QUE HACEMOS CUANDO BUSCAMOS EN EL INBOX.

1. Elegimos un mensaje de correo electrónico
2. Le damos un vistazo de dos segundos
3. Nosotros decidimos si vale la pena nuestro tiempo
4. Si es así, lo guardamos para leerlo
5. Si no es así, llegamos a la tecla de borrar, y enviamos el correo electrónico a la basura



¿Cómo podemos mantener nuestro correo electrónico fuera de la basura? El secreto está en el buen diseño. Lo que ven en esos primeros 2 segundos es lo que los lectores ven.



# VARIEDAD DE CLIENTES DE EMAILS O GESTORES DE CORREO

YAHOO! MAIL

Gmail  
by Google BETA

AOL mail

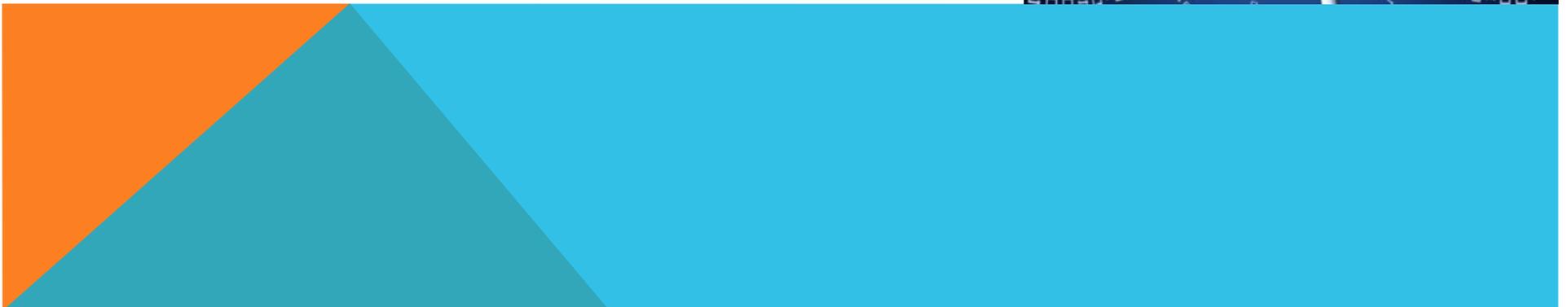
Windows Live



- Hay docenas de clientes de correo electrónico, incluyendo algunos que han estado alrededor por décadas, clientes obsoletos como Lotus Notes o Outlook 2000.
- Un correo electrónico se ve en Gmail y Firefox puede parecer muy diferentes de uno en Gmail e Internet Explorer 8.
- Podemos encontrar docenas de aplicaciones de correo electrónico y cliente de iTunes y Google Play. He aquí un desglose de los clientes de correo más utilizados.

# FILTRO DE SPAM (Bayesian Filter)

- Este es uno de los filtros de spam más importantes, ya que está instalado en muchas aplicaciones de correo electrónico ( Outlook, Thunderbird Mozilla y Apple Mail, por ejemplo). Estos filtros se activan cuando los usuarios clasifican el correo como no deseado (por ejemplo, al hacer clic en un botón de “esto es spam”) .
- El filtro lee el correo basura, lo compara con el resto de mensajes de los “chatarra”, y busca los rasgos comunes en la línea de asunto (subject), el contenido, los enlaces , el remitente (sender), y así sucesivamente.
- Con el tiempo, los filtros aprenden a explorar para los rasgos en cada mensaje de correo electrónico. Y cada vez que encuentran algo que parece spam, que asigna una puntuación.

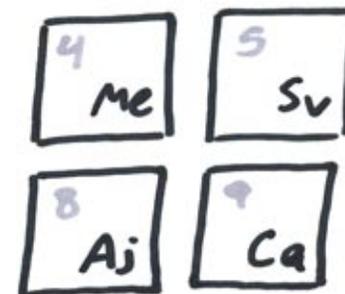
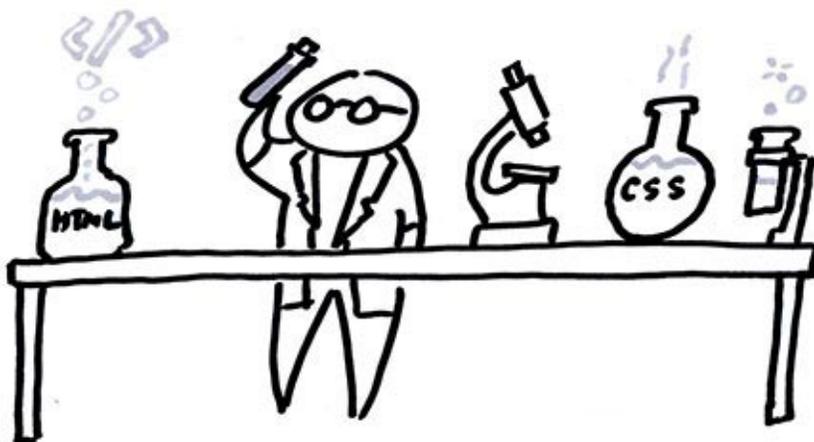
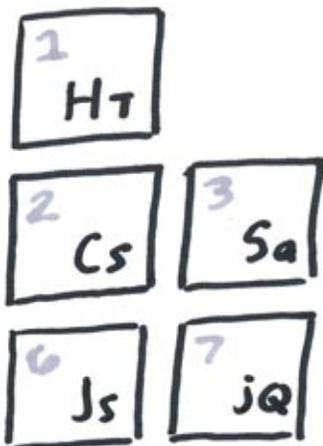


# FILTRO DE SPAM (Bayesian Filter)

- Por ejemplo, el uso de "Haga clic aquí" pudo conseguirle 0.7 puntos.
- Utilización de fuentes de color rojo brillante podría obtener 2 puntos.
- Incluyendo la palabra "hipoteca" podría obtener 1 punto, mientras que el uso de la palabra "Viagra" podría obtener 5 puntos.
- Una vez que un correo electrónico supera cierto umbral (establecido por el usuario), el correo electrónico es clasificado como spam y se echa en la carpeta de basura.
- MailChimp viene con un corrector de filtro de spam . ( Se llama Inspector bandeja de entrada , y es en la pestaña Cuenta ). Se le dirá exactamente lo puntuación de spam de su correo electrónico, y lo que tiene que cambiar si quiere mejorar sus posibilidades con los filtros de spam .



# TÁCTICAS PARA EVITAR LOS FILTROS DE SPAM

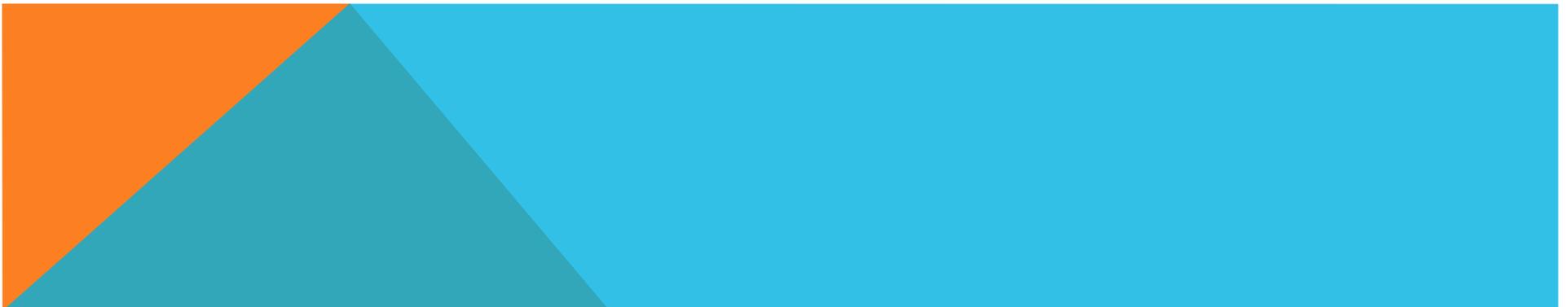




NUNCA UTILICE EN EL ASUNTO:

**TODAS LAS PALABRAS EN MAYÚSCULAS,  
NI SÍMBOLOS DE ADMIRACIÓN,**

*YA QUE SUELE SER UNO DE CRITERIOS PARA  
CLASIFICARLO COMO SPAM.*



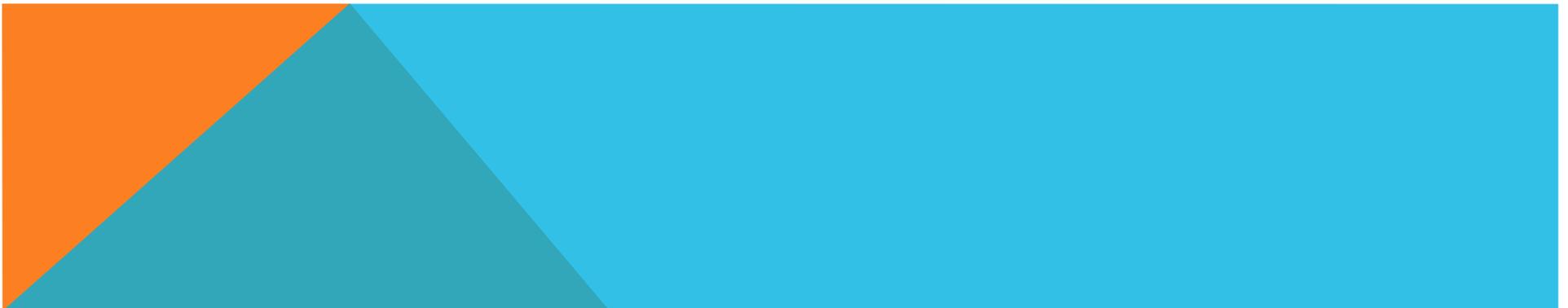
## ALGUNAS PALABRAS QUE GRITAN “SPAM”

- GRATIS
- Atención
- Llame ahora
- Duplique su ingreso
- Información que usted solicitó
- Libertad financiera
- Haga clic aquí
- Esto no es spam
- Consolidar, \$ \$ \$, salga de su deuda, elimine la deuda, reduzca su tasa de hipoteca, refinanciar, tarifas más seguras, seguros de vida, préstamos



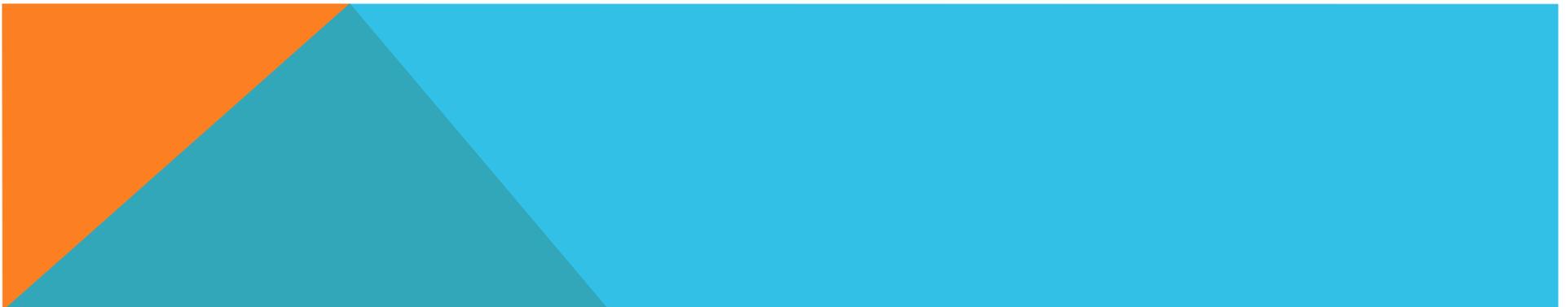
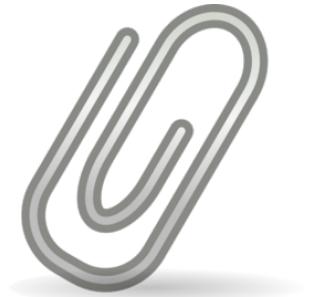
# AÑADA A ESTA LISTA DE PALABRAS Y FRASES

- Todo lo que tiene algo que ver con la farmacia y la pornografía
- Las palabras escritas en letras MAYÚSCULAS
- Puntuación e.x.t.r.a.
- Texto des\_organizado
- Seguida por \$ \$ \$ o 100%, 50%, etc.



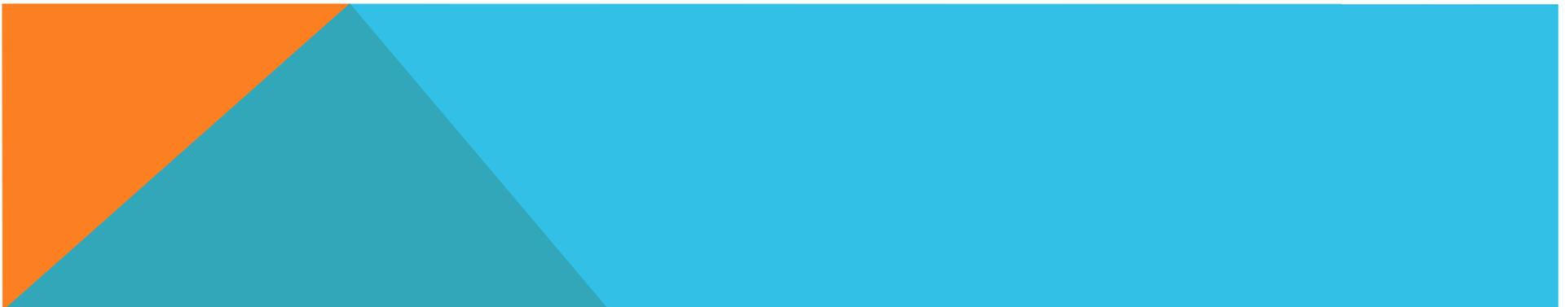
# ARCHIVOS ADJUNTOS

- No utilice archivos adjuntos bajo ninguna razón, esta acción esta considerada como alto riesgo de virus y los filtros anti SPAM lo entienden directamente como correos de alto riesgo.
- En su lugar añada un enlace para que el destinatarios pueda descargárselo.



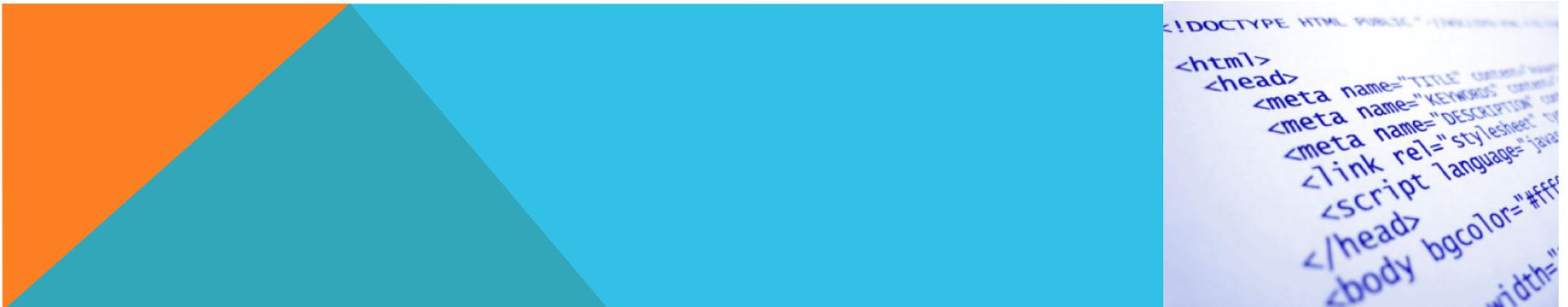
# BASES DE DATOS DE “DUDOSA REPUTACIÓN”

- No utilices BASES DE DATOS de “dudosa reputación” es habitual encontrar páginas Web donde venden contactos para realizar tus mailings.
- Antes de comprar la BASES DE DATOS pídeles que te confirmen contractualmente que los contactos han dado el consentimiento para recibir newsletter.
- Recuerda que tú eres el responsable de lo que envías a nivel legal, nuestra recomendación es que si no lo ves claro no la utilices.



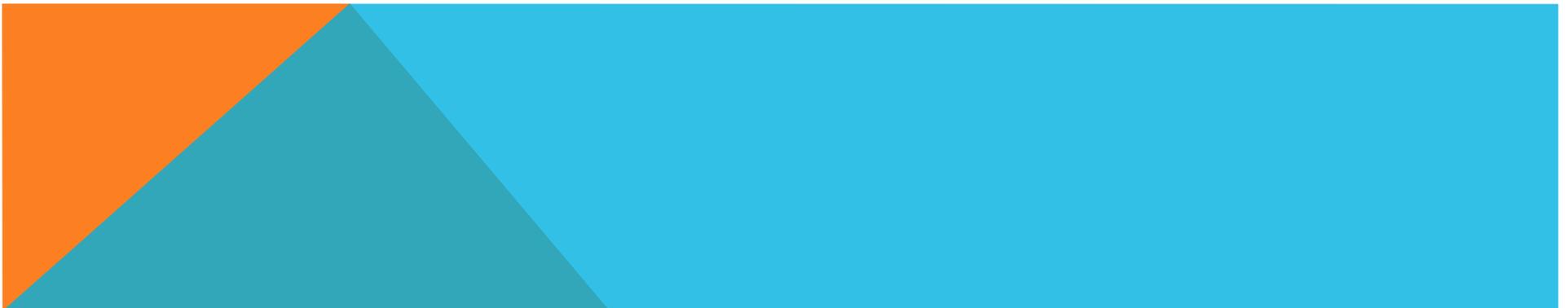
# USE HTML Y TEXTO

- Siempre envíe sus piezas o emails en HTML y Texto. Si solo realiza el envío en HTML, no solo está excluyendo a todos los dispositivos que no aceptan HTML, como equipos móviles, sino que su *Scoring de SPAM* aumentará considerablemente.
- No sólo hay que introducir el texto plano en nuestros emails, sino que debe de coincidir en contenido con la parte que realizamos en formato HTML.



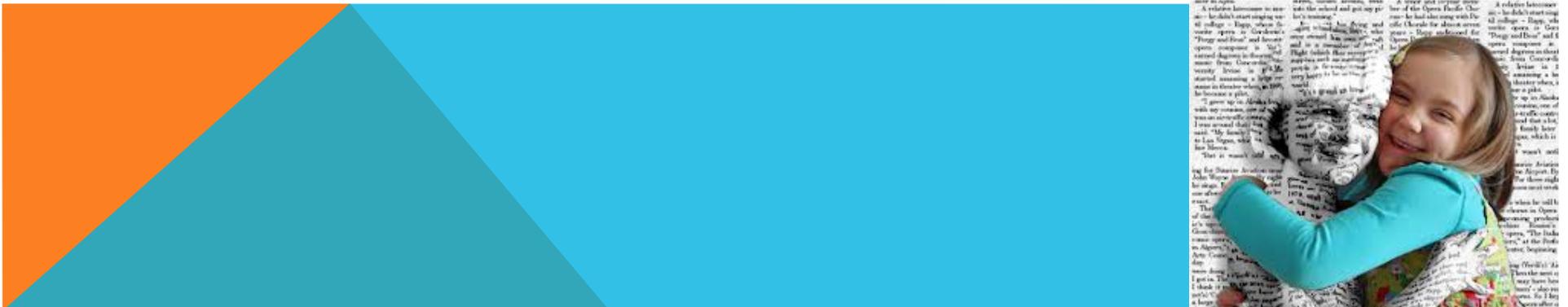
## COLOR Y TAMAÑO DE LETRA:

- No utilice un tamaño de fuente muy pequeño, ya que puede ser marcado por los filtros de spam, estos suponen que lo que se envía contiene contenido sospechoso, así que utilice tamaños de letra normal.
- Evite utilizar el **color rojo** en los textos.

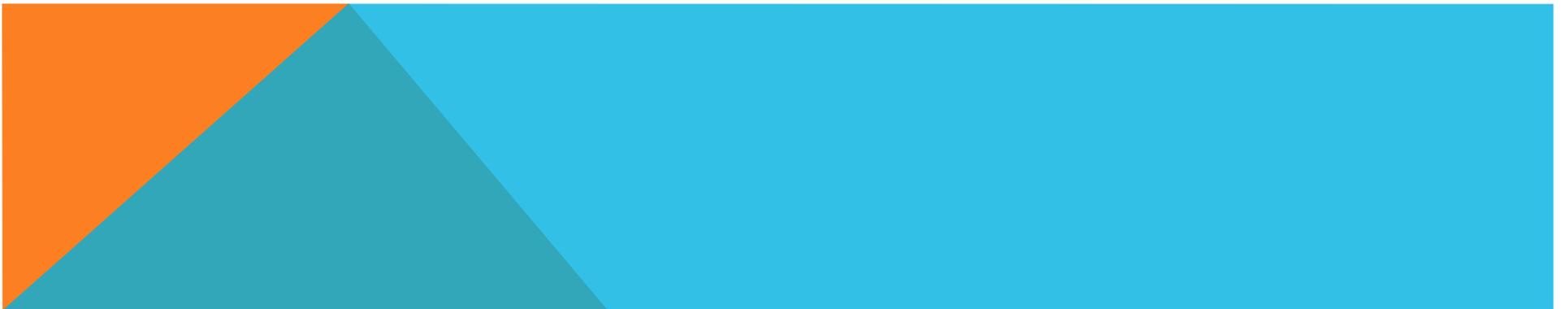


# IMÁGENES:

- No se exceda en colocar demasiadas imágenes.
- Si solo se envía una imagen sin ningún texto, tenemos una alta probabilidad de que nunca llegue a su destino ya que los filtros anti-SPAM, al no tener ningún criterio para puntuar, directamente lo asocia a SPAM y no permite su envío.
- Si no le queda otro remedio que enviarlas acompañelas siempre de texto plano, una correcta proporción entre imágenes y textos es la clave ideal para poder llegar a nuestros destinatarios.

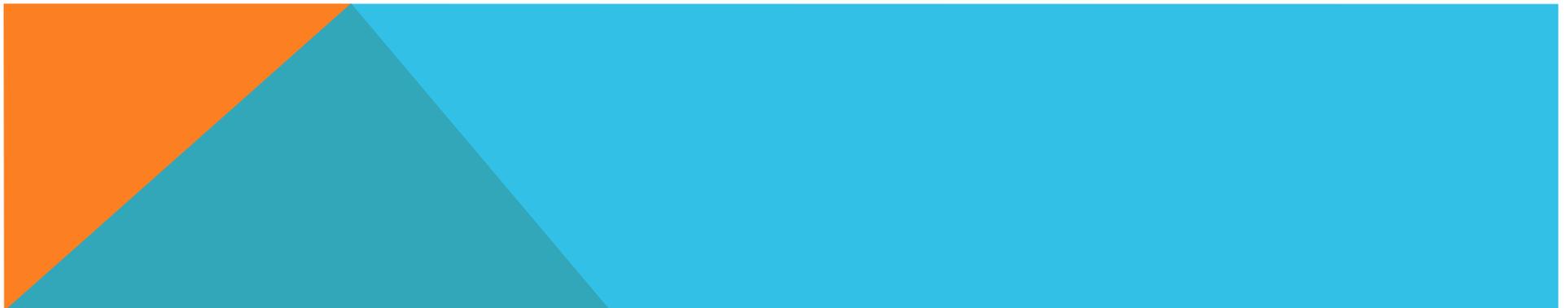


# LA LONGITUD DEL ASUNTO (SUBJECT)

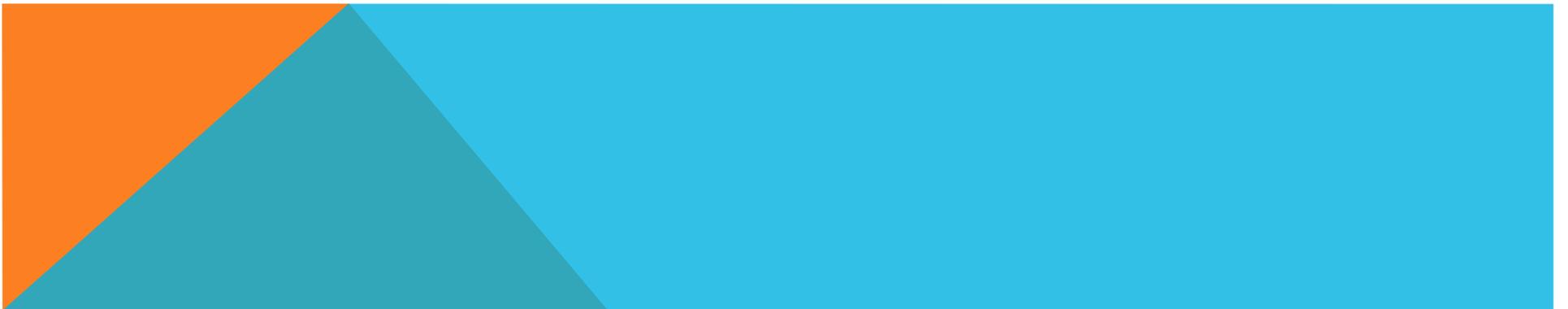


# EL TAMAÑO DEL ASUNTO

- La mayor parte de los gestores de correo permiten introducir gran cantidad de caracteres y las limitaciones por longitud física no son muy grandes.
- En los dispositivos móviles y tablets, es donde mayor problema físico encontramos a la hora de redactar un asunto, ya que estos tienen el espacio más limitado y sólo presentan de un primer vistazo entre 25 y 35 caracteres.
- Cada día aumenta el uso de estos dispositivos y es muy importante valorarlos, ya que parte del éxito de un buen asunto estará en la redacción de las primeras palabras.

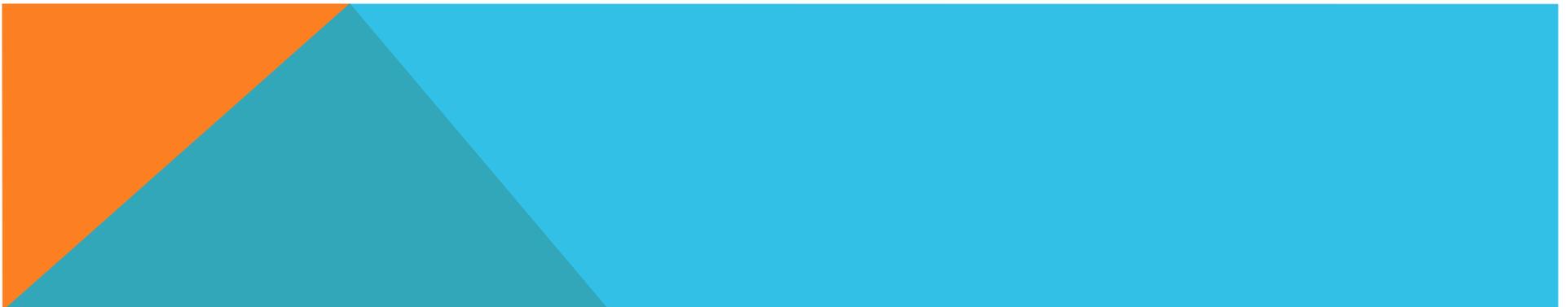


# **CUIDANDO LAS IMÁGENES EN TU NEWSLETTER**



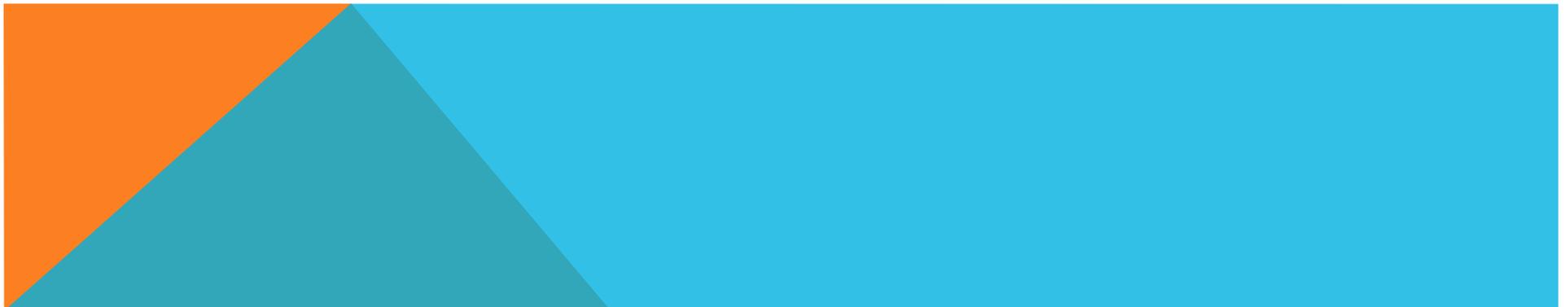


- A la hora de diseñar un newsletter para una campaña de email marketing, es muy conveniente utilizar imágenes bien optimizadas en las composiciones de nuestros emails.
- De esta forma, podemos dar un estilo e imagen visual a nuestro contenido acorde con nuestra imagen o producto y provocar que el destinatario interactúe con ellas para lograr una estadística con mayor número de lecturas.



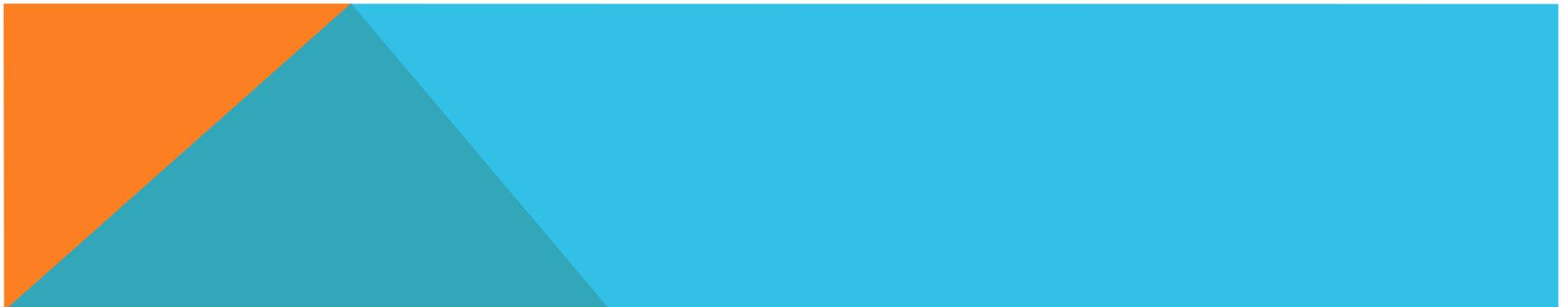
## GENERAR MEJORES ESTADÍSTICAS EN TUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING.

- La mejor opción será siempre disponer de un porcentaje correcto entre imágenes y textos.
- También es muy recomendable la utilización de botones de acción, ya que ayudan notablemente a interactuar con el contenido.



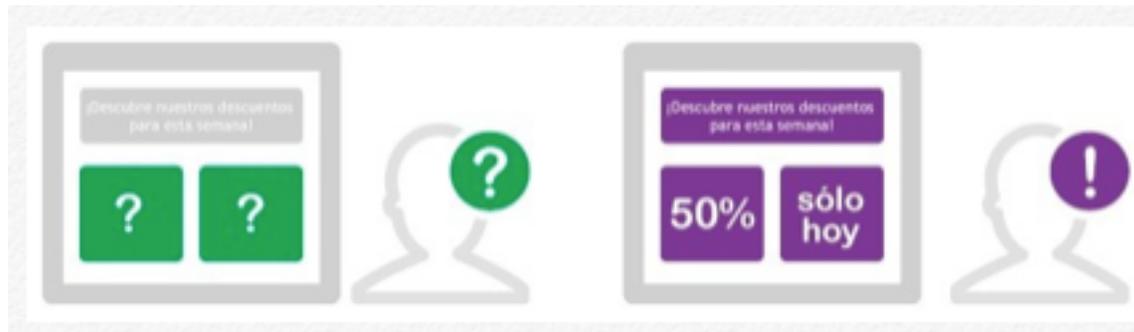
## EVITAR SER CLASIFICADO CÓMO SPAM EN TUS CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING.

- De igual forma que un email sólo con imágenes puede considerarse Spam, ya que los filtros antiSpam no pueden interpretar su contenido, el uso exclusivo sólo de texto puede tener el mismo efecto.
- Si sospechamos que un texto puede puntuar negativamente, podemos crearlo como imagen y así evitar malas puntuaciones.



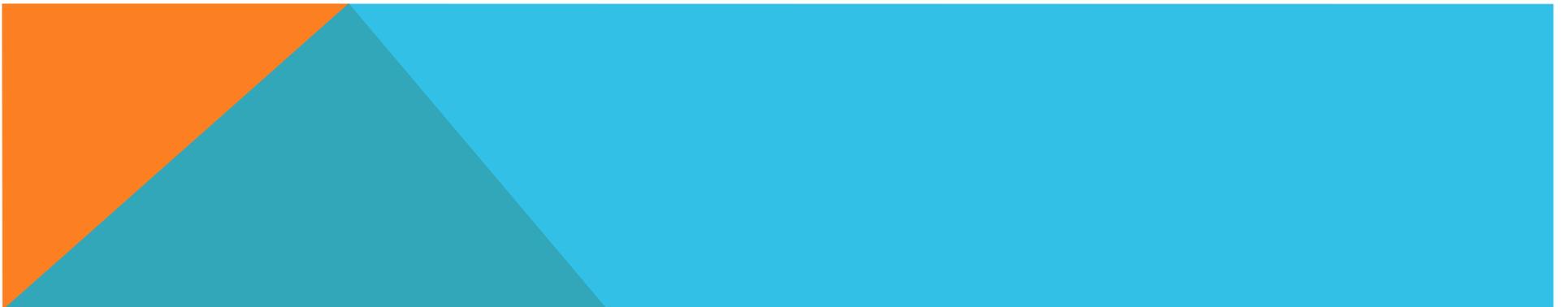
## UTILIZAR IMÁGENES EN UNA PROPORCIÓN LÓGICA Y EQUILIBRADA

- Una correcta proporción entre imágenes y texto en nuestro newsletter, nos dará mayor probabilidad de no ser clasificado como Spam y ayudará a que nuestros destinatarios puedan ver el contenido parcialmente, con el objetivo de invitarlo a descargar las imágenes desde su gestor de correos.



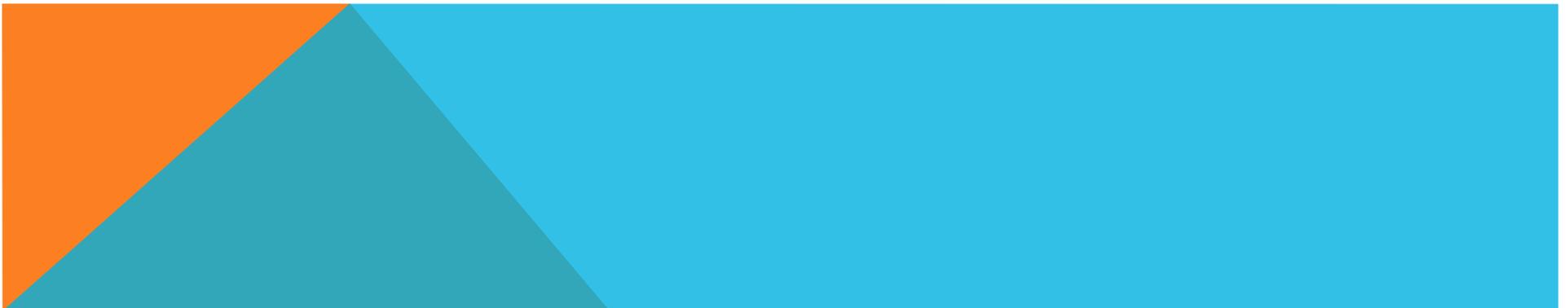
# MEJORES PRÁCTICAS DE DISEÑO

Hay algunas cosas a tener en cuenta en el diseño de campañas de correo electrónico HTML.



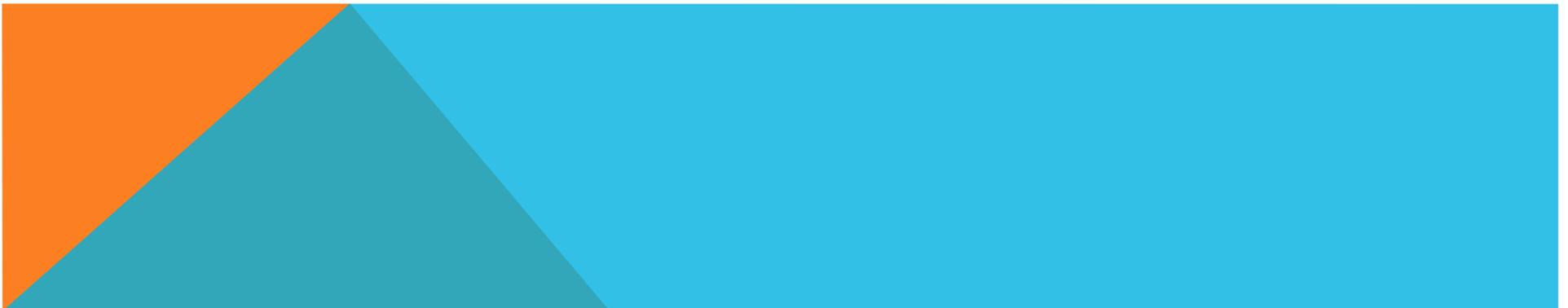
# MEJORES PRÁCTICAS DE DISEÑO

- Los correos electrónicos deben ser 600 a 800 píxeles de ancho máximo. Esto hará que se comportan mejor en el tamaño de la vista previa en panel proporcionada por muchos clientes.
- No diseñe un correo electrónico que es esencialmente una imagen grande, cortada en pedazos. Si bien este tipo de correos electrónicos parecen bastante, que funcionan mal.
- No se olvide de la experiencia móvil! ¿Es tu dirección de correo electrónico legible a distancia en una pequeña pantalla? ¿Las imágenes retrasar su tiempo de carga en un dispositivo móvil? Son sus vínculos fáciles de presionar con un dedo?

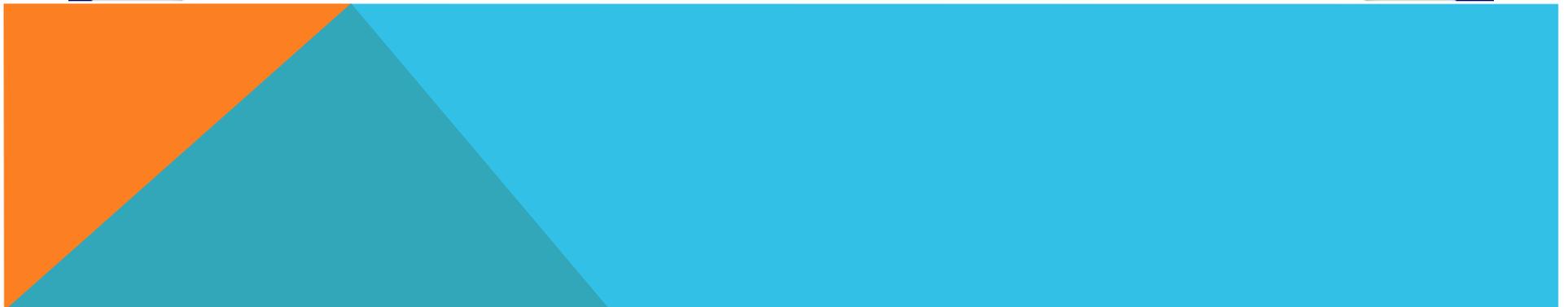
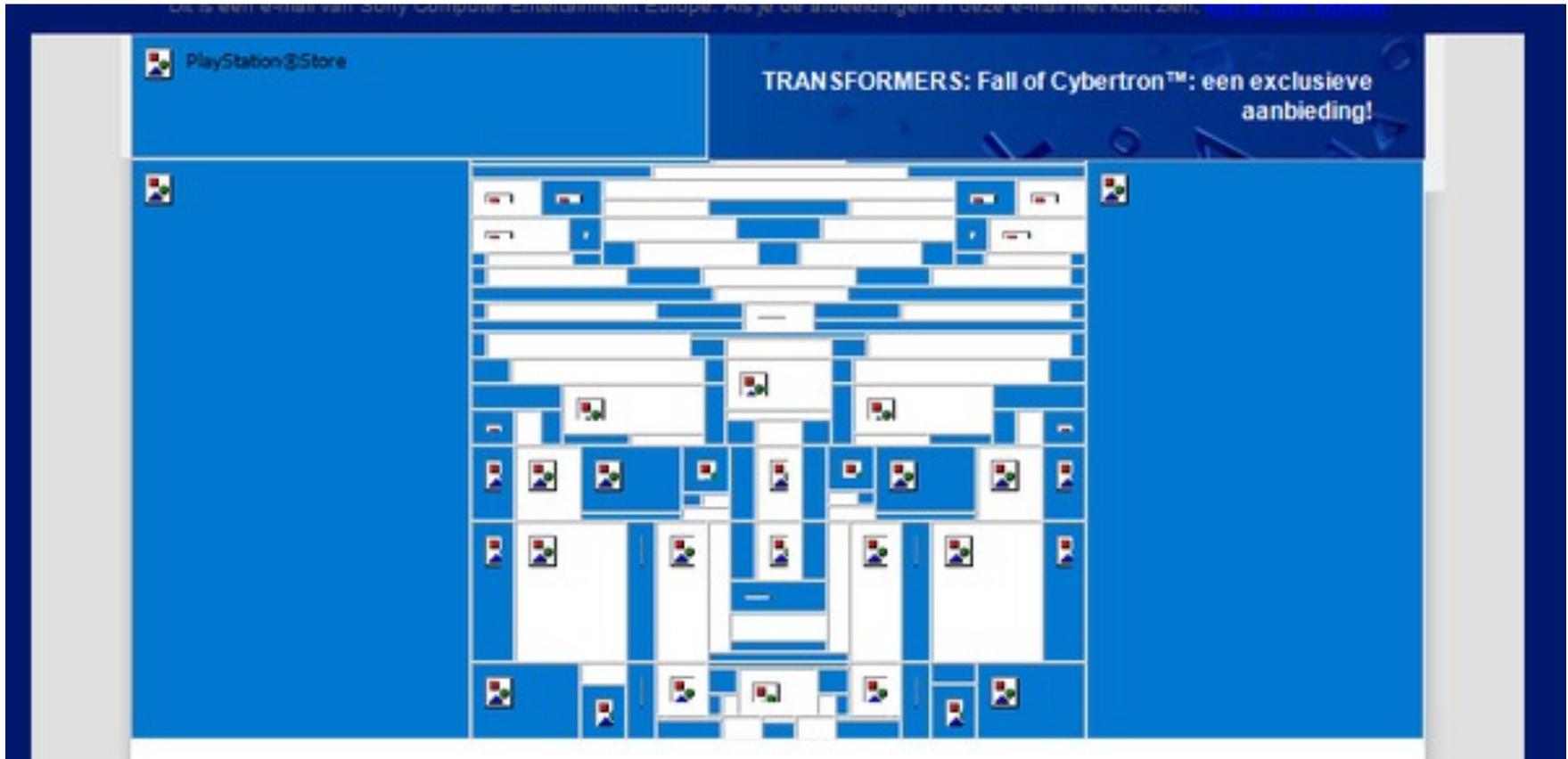


# NO DEBEMOS DEPENDER TOTALMENTE DE LAS IMÁGENES DE FONDO

- Por defecto, la mayoría de programas de correo electrónico no permiten que las imágenes se cargan al principio. Esto tiende a hacer que su correo electrónico sea ilegible si no se formatea correctamente.
- En un correo electrónico, se debe suponer que la imagen de fondo no se cargará y el texto debe tener un contraste con el color de fondo para que se pueda leer.
- Se debe tener cuidado para asegurarse que la tabla de su imagen de fondo contiene el color de fondo especificado que hace que el texto sea legible si las imágenes no se cargan.



# LAS IMÁGENES DE FONDO NO CARGARON



# SIN MOSTRAR IMÁGENES – MOSTRANDO IMÁGENES

Having trouble viewing this email? [Click here](#)

[Special Offers](#), [New Products](#), [Email Exclusives](#) and [More!](#)

[Deal of the Week: OPS Anti-Fog & Cleaning Solution, \\$5.99!](#)

[NEW GEAR](#) available at OPSGEAR!

[FREE SHIPPING](#) on orders over \$49.99!

[Get your OPSGEAR catalog now!](#)

[Click to read this week's TACTalk article.](#) [Click to view this week's FREE Tactical Tip!](#) [Click to view today's Clearance Bin item!](#)

[Click to see our selection of!](#) [Click to see our selection of DVDs!](#) [Click to see our selection of patches!](#) [Click to see our selection of posters!](#) [Click to see our selection of targets!](#) [Click to see our selection of T shirts!](#)

[ASP](#) [AIMPOINT](#) [ALTACTICAL](#) [ATLANCO](#) [BENCHMADE KNIVES](#) [BLACKHAWK](#) [BUSHNELL](#)  
[CAA](#) [CAMELBAK](#) [CONDOR](#) [DANNER](#) [EO TECH](#) [EDGE EYEWEAR](#) [FIRST CHOICE ARMOR](#) [GERBER](#)  
[INOVA LEAPERS](#) [LEUPOLD](#) [MAGNUM BOOTS](#) [MAGPUL](#) [MAXPEDITION](#) [NCSTAR](#) [OPSGEAR](#)  
[ONTARIO KNIVES](#) [OPPOSING FORCE](#) [PELTOR](#) [QUIKLOT](#) [REVISION](#) [SAFARILAND](#) [SPYDERCO](#)  
[SUREFIRE](#) [TOPS KNIVES](#) [TAC FORCE](#) [TAGUA](#) [TAPCO](#) [TIPPMANN](#) [TRIJICON](#) [TRU-SPEC](#)  
[UNDER ARMOUR](#) [VOODOO TACTICAL](#) [WILEY-X](#)

FOLLOW US ON

[Follow us on Facebook!](#) [Follow us on Twitter!](#) [Subscribe to our channel on YouTube!](#)

[SUBSCRIBE](#) | [CHANGE MY PREFERENCES](#) | [FORWARD TO A FRIEND](#)

Copyright © 2010, OPSGEAR®, Inc. All Rights Reserved.



**OPSGEAR®**  
1-866-608-1543

**>> NEWSLETTER**

# DEAL OF THE WEEK

OPS ANTI-FOG CLEANING SOLUTION

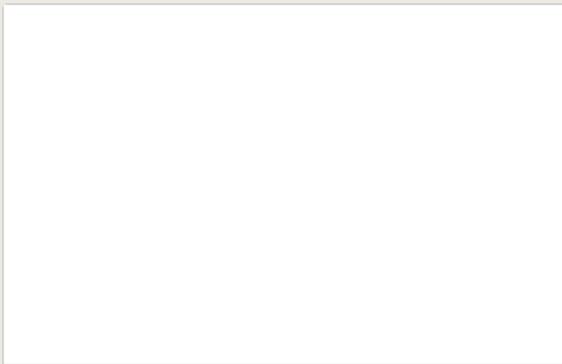
THIS WEEK: ONLY  
**\$5.99!** RETAIL PRICE: **\$11.99**

When you need to keep a clear view, look no further than the OPS Anti-Fog Cleaning Solution! This solution will clean and protect virtually any eyewear, from masks to goggles to helmet visors, simply spray on an even coating and wipe clean with a lint-free cloth. Apply extra coats for extra protection. Get this essential gear maintenance product.



# SIN MOSTRAR IMÁGENES – MOSTRANDO IMÁGENES

Images are not displayed. Display images below - Always display images from info@magisto.com



"Me"

PLAY MOVIE

You can also find the movie here:

magisto



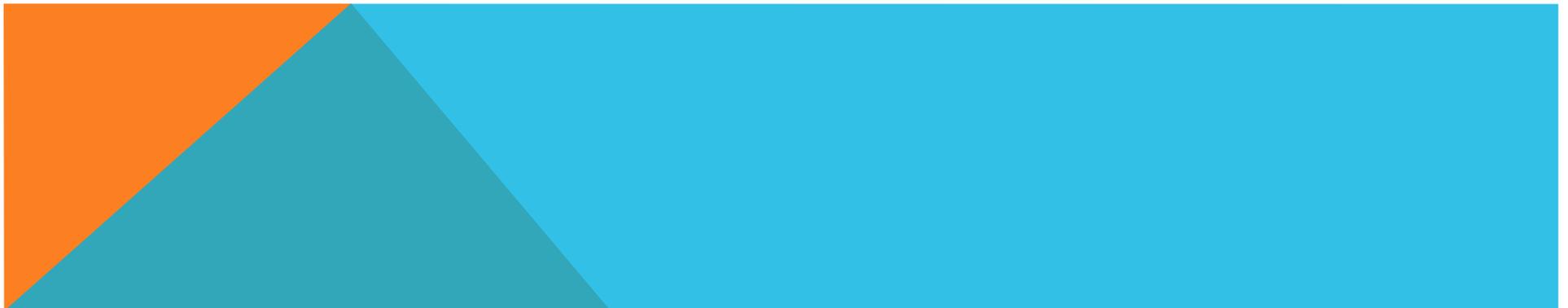
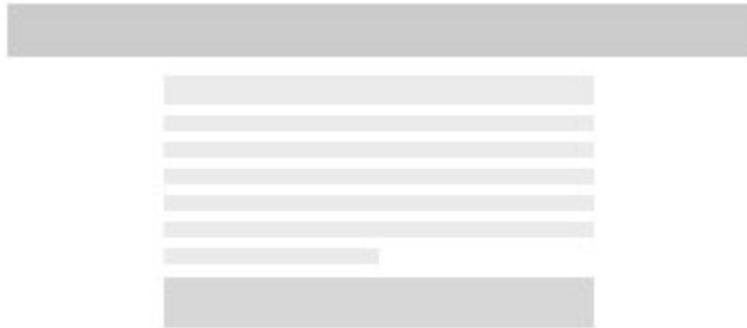
"Me"

PLAY MOVIE

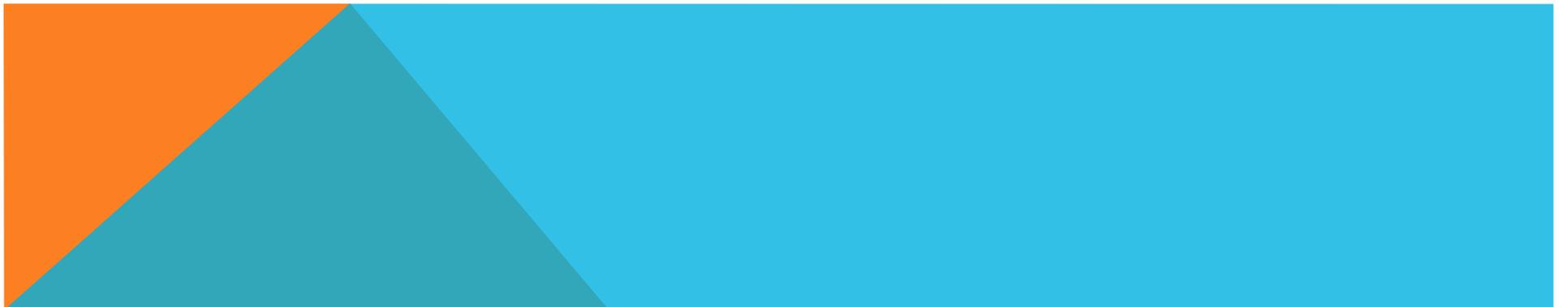
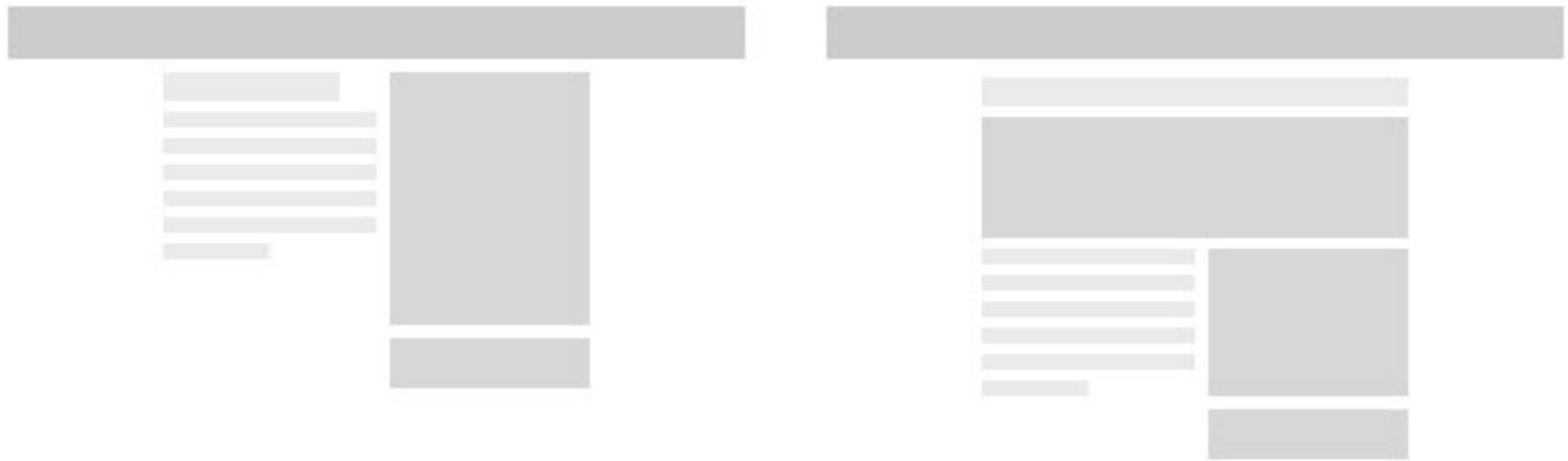
You can also find the movie here:

<http://www.magisto.com/video/KQNH0MFSmttRUZhCzE>

# LA IMPORTANCIA DE LA ESTRUCTURA (WIREFRAMES)

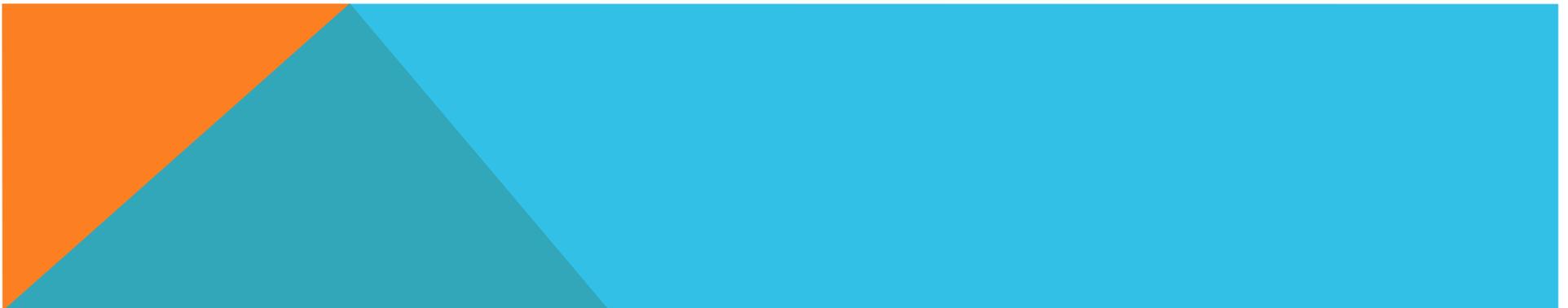


# LA IMPORTANCIA DE LA ESTRUCTURA (WIREFRAMES)



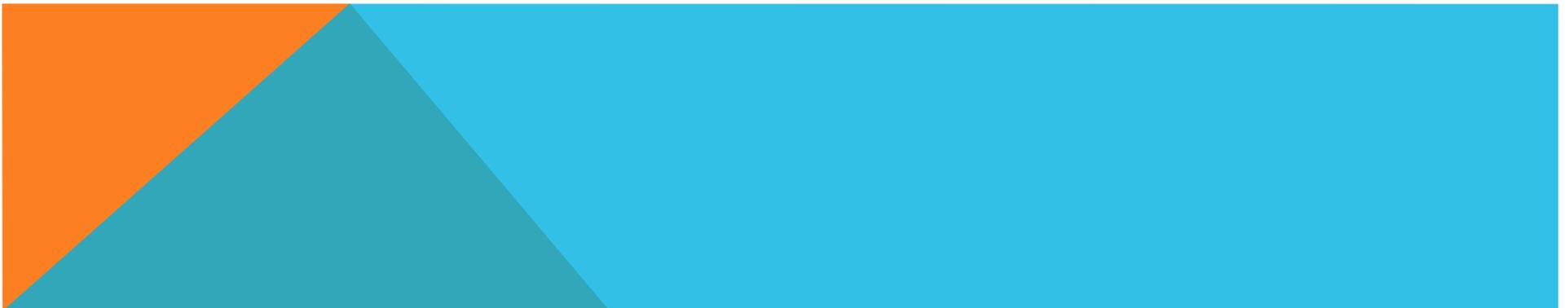
# NO UTILICES CUALQUIER TIPOGRAFÍA

- Sólo utiliza tipografías estándares que acepten la mayoría de sistema operativos, puede ser que al crear un Newsletter elijas una tipografía bonita que hay instalada en tu sistema, pero ¿La tendrá instalada el sistema de tu destinatario?
- A su vez no todos los gestores de correo web admiten todas las variedades de tipografías, con lo que utilizar las estándares siempre es la opción más segura.



## ALGUNAS DE LAS TIPOGRAFÍAS ESTÁNDARES MÁS SEGURAS SON ESTAS:

- Arial
- Tahoma
- Trebuchet MS
- Verdana
- Georgia
- Times New Roman
- Times
- Courier
- Andale mono
- Comic Sans MS



# EL USO DE GIF'S ANIMADOS

- La única forma de incluir movimiento en el cuerpo del correo es usando gif's animados. Los archivos de flash no son soportados.
- Tenga en cuenta que los Gif animados no son soportados por Outlook 2007/2010 (se ve el primer frame)
- No se olvide de la accesibilidad. Si utiliza imágenes animadas para contar una historia, garantizar todo el mundo tiene el mensaje. Considere la posibilidad de las personas con baja o nula visibilidad, conexiones lentas y los que pagan por kilobyte en sus dispositivos móviles.
- Aprender de la historia. Parpadeo, efecto estroboscópico o rayas de texto o gráficos aspirado en 1999 y aspira ahora, también. Deje las animaciones molestas atrás.
- El hecho de que se puede, no significa que usted debe. No digo más.
- Sea creativo. Al igual que cualquier herramienta de diseño de páginas web, podemos utilizar GIF animados para mejorar nuestro mensaje de una manera no invasiva.

<http://www.emailcenteruk.com/blog/2013/05/10-best-animated-gifs-in-email/>

# DESIGNED BY RYAN LASCANO & JUSTIN KUNTZ



Aquí está un gran ejemplo de cómo nuestras plantillas de diseño profesional libres pueden servir bien para la inspiración. Ryan Lascano y Justin Kuntz de Soapbox creativo tomaron señales de plantilla Natural de Newism, especialmente la gran tabla de una columna de la sección de contenido en lo alto, Entonces hicieron un diseño cálido y acogedor que es todo suyo.

<http://gallery.campaignmonitor.com/ViewEmail/r/D34983FC44CD9BED/>

# REI OUTLET

The screenshot shows the REI website header with the logo and navigation links: THE REI GIFT CENTER, REI, REI-OUTLET, STORES & EVENTS, and SALE. A promotional banner for the Denali Jacket features a large image of the jacket in orange and grey, with the text "DELIGHT COLOR YOUR HOLIDAYS HAPPY". Below the main image are smaller images of the jacket in different color combinations (grey/blue, orange/grey) and a "SHOP NOW" button. The text describes the jacket as a best-selling item from The North Face available in various colors for men, women, and kids. Below the banner are two promotional boxes: "WHAT'S NEW AT REI-OUTLET" with a link to "Shop Marmot" and "DEAL OF THE WEEK 7 DAYS TO SAVE" with a link to "Marmot Midweight Crew". At the bottom of the banner area, it says "HOLIDAY SHOPPING AT REI MAKES SPIRITS BRIGHT." and there are partial links to "The REI Gift Center", "REI Gift Cards", and "Our 100% Guarantee".

"Y aquí está un ejemplo de mercancía "retail" con varios colores de la chaqueta de REI."

Siempre siguiendo una estructura y una combinación textos e imágenes y colores de fondo que se asegura que el newsletter se pueda leer aún sin imágenes activadas.

<http://stylecampaign.com/blog/blogmails/rei/>

# WEBFIT



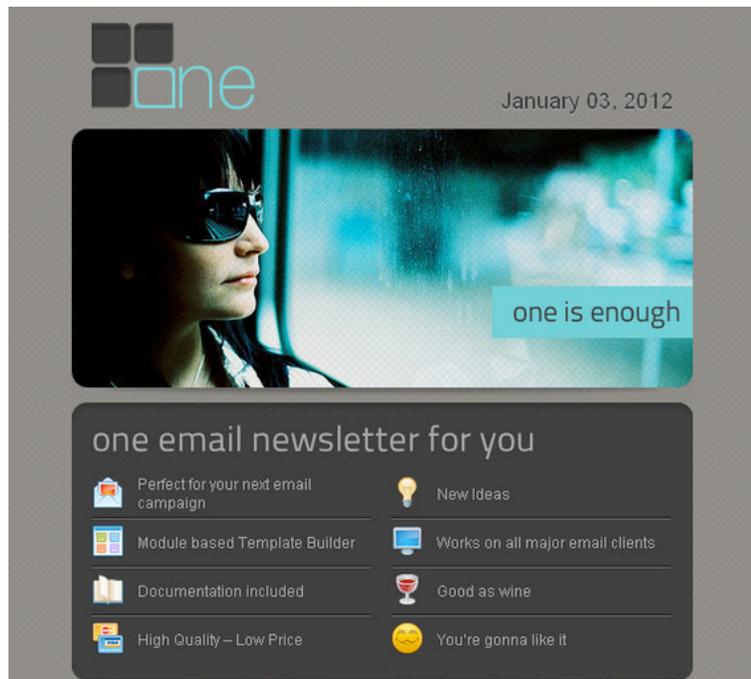
A pesar del amplio uso de imágenes de fondo de este caso el diseño de una columna se asegura de que es fácil de leer en los dispositivos móviles.



# ONE IS ENOUGH

El diseñador se aprovecha de la buena tipografía para dibujar la diferencia entre los diferentes elementos.

Todo está creado dentro de una estructura lógica y con un gran balance entre fotos y textos.



<http://revaxarts-themes.com/one/1/all.html?ref=themeforest.revaxarts.com>

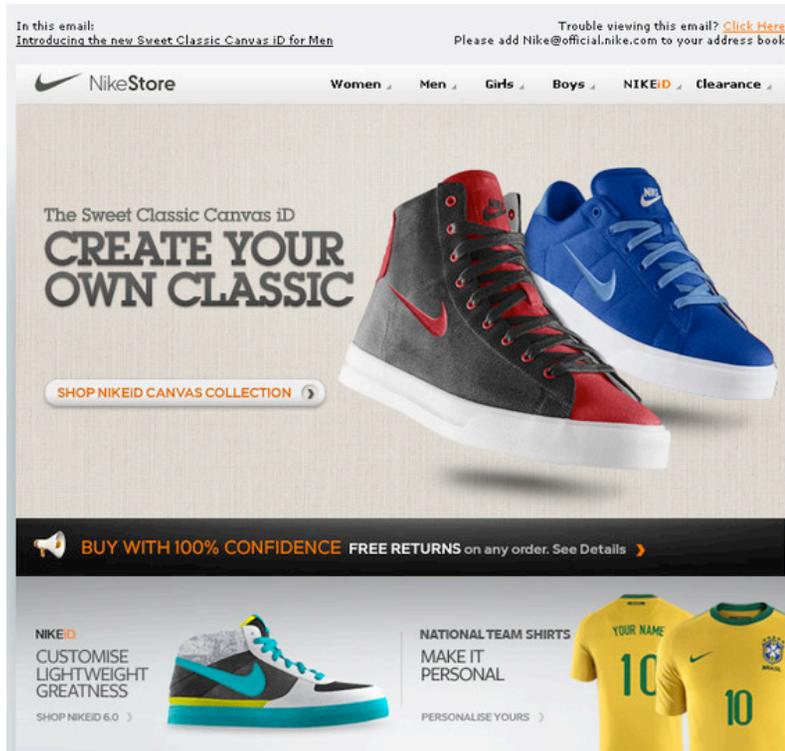
# CAFE DIARIO



Diseño tremendamente sencillo y fresco a un boletín sin componentes gráficos demasiado mullidos está en el diseño. El contenido de este boletín se presenta contra el fondo liso que le da un aspecto muy profesional.

[http://projects.leitforge.com/cafe-diario/Email\\_Templates/S/e-mail-ad/Email-ad1.html](http://projects.leitforge.com/cafe-diario/Email_Templates/S/e-mail-ad/Email-ad1.html)

# NIKE



Podemos definir la plantilla de newsletter de ser simple, sin desordenado y diseño de newsletter fresco con la combinación de color delicado y agradable.

Excelente presentación de un producto, un titular, una foto y un botón que invita a continuar la experiencia. Todo siguiendo una estructura lógica y funcional dentro del newsletter.

# SPLINTER CELL

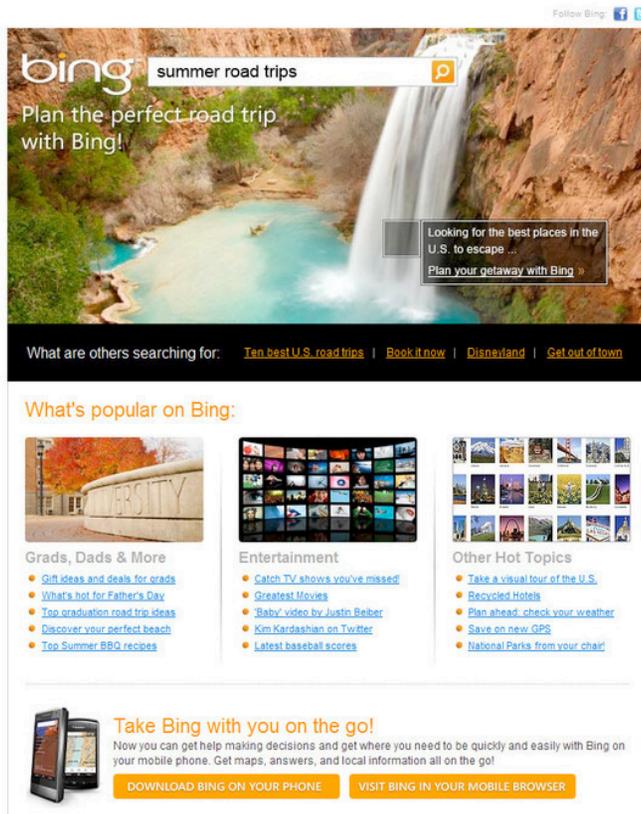


Aquí el diseño de newsletter es un poco más elegante en comparación con otros diseños boletín ordinarios. El uso de los colores blanco y negro es muy interesante y hace una distinción entre los diferentes segmentos.

Es un email más informativo y debe ser dirigido a la persona que se ha suscrito al servicio de newsletter.

<http://ccdagency.com/refs/newsletters/scc/>

# BING



The screenshot shows the Bing homepage with a search bar containing the text "summer road trips". Below the search bar, there is a large image of a waterfall with a pool of water. The text "Plan the perfect road trip with Bing!" is overlaid on the image. A small box on the image says "Looking for the best places in the U.S. to escape... Plan your getaway with Bing". Below the image, there is a navigation bar with links: "Ten best U.S. road trips", "Book it now", "Disneyland", and "Get out of town".

What are others searching for: [Ten best U.S. road trips](#) | [Book it now](#) | [Disneyland](#) | [Get out of town](#)

What's popular on Bing:

- Grads, Dads & More**
  - [Gift ideas and deals for grads](#)
  - [What's hot for Father's Day](#)
  - [Top graduation road trip ideas](#)
  - [Discover your perfect beach](#)
  - [Top Summer BBQ recipes](#)
- Entertainment**
  - [Catch TV shows you've missed](#)
  - [Greatest Movies](#)
  - ['Baby' video by Justin Reiber](#)
  - [Kim Kardashian on Twitter](#)
  - [Latest baseball scores](#)
- Other Hot Topics**
  - [Take a visual tour of the U.S.](#)
  - [Recycled Hotels](#)
  - [Plan ahead: check your weather](#)
  - [Save on new GPS](#)
  - [National Parks from your chair](#)

Take Bing with you on the go!  
Now you can get help making decisions and get where you need to be quickly and easily with Bing on your mobile phone. Get maps, answers, and local information all on the go!

[DOWNLOAD BING ON YOUR PHONE](#) [VISIT BING IN YOUR MOBILE BROWSER](#)

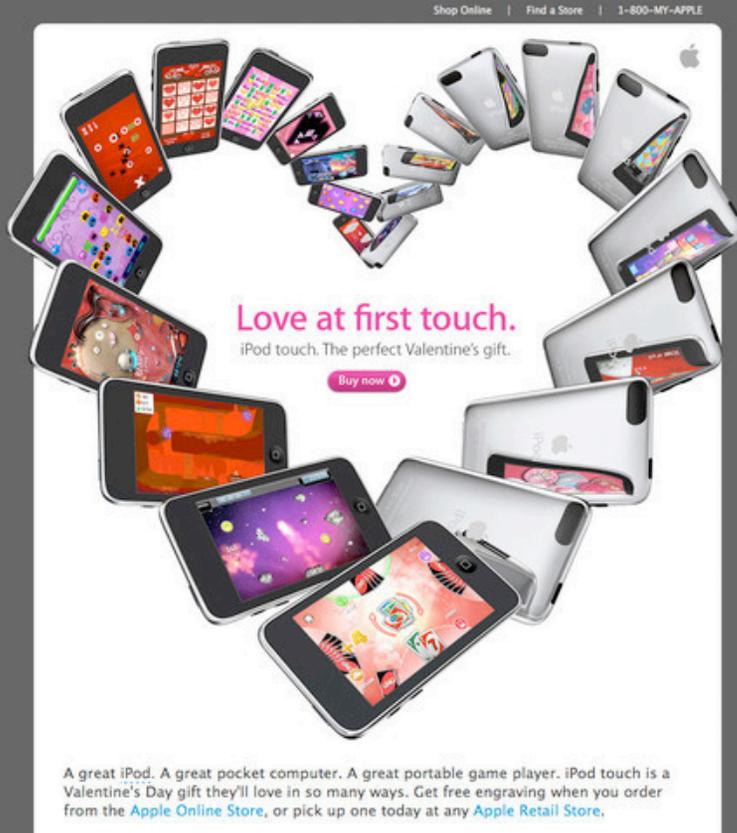
Este newsletter muestra lo que Bing ha introducido en el mundo de Internet.

Este newsletter invita a sus usuarios a descubrir lo que es popular en Bing.

Se puede ver el balance que hay entre la cantidad de imágenes y los textos organizados bajo una estructura.

# APPLE

Shop Online | Find a Store | 1-800-MY-APPLE



**Love at first touch.**  
iPod touch. The perfect Valentine's gift.

[Buy now](#)

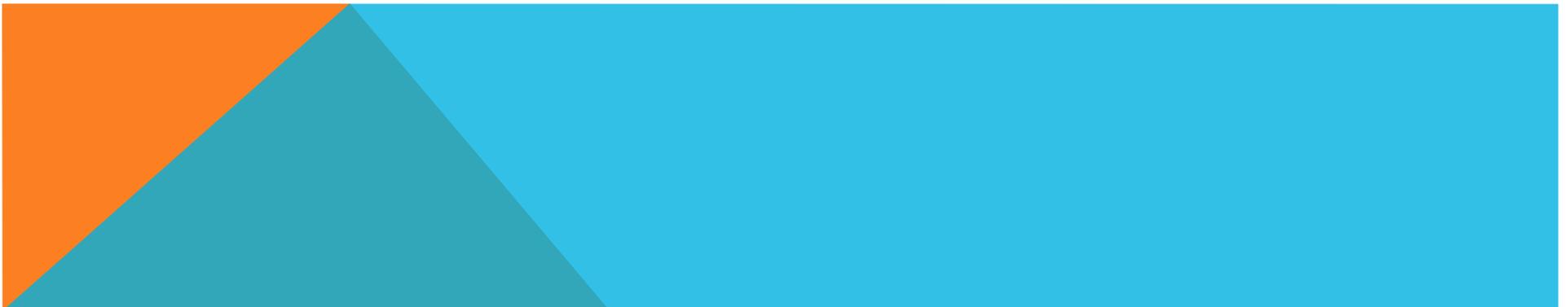
A great iPod. A great pocket computer. A great portable game player. iPod touch is a Valentine's Day gift they'll love in so many ways. Get free engraving when you order from the [Apple Online Store](#), or pick up one today at any [Apple Retail Store](#).

Este newsletter trae el uso imaginativo de hermosos gráficos en juego junto con muchos iPhones que se colocan en la forma de un corazón con el fin de encarnar el amor que todos tenemos para el dispositivo.

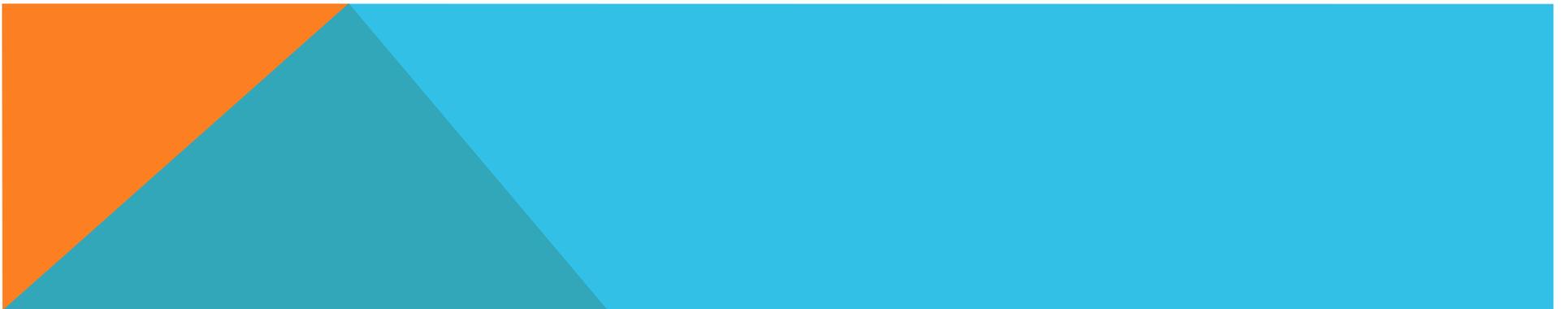
Podemos observar que en el centro tiene un titular con un “call to action” invitando a la persona a continuar la experiencia.

# RECURSOS

- <http://www.1stwebdesigner.com/inspiration/inspiring-newsletter-designs/>
- <http://kenmak.com/email.html>
- “Aumenta la apertura de tus campañas de email marketing.” Ipdea Land, 2013. iBooks.  
<https://itun.es/us/f6NNN.l>
- <http://templates.mailchimp.com/>
- <http://zurb.com/playground/responsive-email-templates>
- “Email Marketing Guide.” LianaTech, 2013. iBooks.  
<https://itunes.apple.com/us/book/email-marketing-guide/id647162010?mt=11>
- <http://blogs.constantcontact.com/email-marketing-101/>
- <http://mailchimp.com/resources/>
- <http://kb.mailchimp.com/article/avoiding-the-spam-filters>
- <http://www.newslettersoft.com/blog-email-marketing/evitar-ser-marcado-spam>
- <http://cssfontstack.com>
- <http://kenmak.com/email.html>



**¿PREGUNTAS?**



**KEEP  
CALM**

**AND**

**G O O G L E**

**IT!**