

EMAILS PARA APORTAR VALOR

CON LISTADOS

Crear una lista de libros, herramientas, recursos o cualquier otra cosa que pueda ayudar a tus suscriptores. Los listados y los números funcionan muy bien porque resumen perfectamente lo que vamos a leer.

COMO HACER ALGO

Describir paso a paso cómo ejecutar una idea, cómo conseguir un objetivo... hace mucho más fácil que tus suscriptor actúe y obtenga un beneficio de ese email.

CASOS DE ESTUDIO

Emails en los que se analiza un caso real y los pasos que se siguieron para conseguir objetivos similares a los de tu cliente.

PROBLEMA/SOLUCIÓN

La estructura de estos emails es muy sencilla:

- Define un problema
- Presenta una solución

PREGUNTAS FRECUENTES

El objetivo de cada uno de estos emails es responder a preguntas que los suscriptores te hacen

ASÍ HACEMOS LAS COSAS

Si en tu empresa hacéis proyectos importantes puedes contar los avances y el paso a paso de cómo lo estás haciendo en tus correos. Es una buena manera de generar autoridad.

CON CHECKLIST

Los emails con checklist son más fáciles de asimilar. Además es más probable que tu suscriptor actúe cuando acabe de leerlo.

EDUCACIONAL

Este email es válido si lo que haces y/o vendes necesita explicación al ser muy novedoso en el mercado.

POR PARTES

Cuando un tema de interés para tus suscriptores puedes descomponerlo en varios emails

VIDEO EMAIL

Email con muy poco texto, una fotografía del video con un enlace a youtube y/o vimeo. Por supuesto el video ha de tener contenido de valor para el suscriptor

GENEROSO

En este correo compartes contenido muuuuuuy útil para tu suscriptor, aunque sea de otras webs. De esta forma no hay ninguna duda de que tu objetivo es ayudar a que consigan tus objetivos.

CON ENTREVISTA

Email en el que entrevistas a alguien que puede contar cosas útiles para tu audiencia. Además si esa persona es alguien reconocido en el sector tu autoridad aumenta.

EMAIL CON HISTORIA

Siempre que puedas utiliza las historias en tus emails. Es la forma en que los humanos nos hemos comunicado desde hace miles de años. Es la manera más efectiva de que tus suscriptores interioricen lo que quieres contarles

EMAIL REVIEW

Una review es un análisis o crítica de un producto, evento o lo que sea a lo que tengas acceso y sea importante para tus suscriptores:

EMAIL REPORTERO

En este correo resumes un evento, charla o conferencia a la que has asistido y que es importante para tu suscriptor.

EMAIL PREDICTIVO

Con este tipo de email, explicas lo que crees que va a pasar en el mercado, las tendencias, las novedades....

EMAILS PARA CREAR RELACIONES

EMAIL INSPIRACIONAL

Este tipo de correos te ayudan a crear un vínculo de confianza con tu suscriptor. Es tan efectivo como el contenido de valor.

EMAIL CON TU HISTORIA

Siempre que puedas utiliza tu experiencia, tus vivencias en tus emails. Uno de tus principales objetivos es que tus suscriptores te conozcan.. Recuerda que tus clientes primero te compran a ti, luego compran lo que vendes.

EMAIL CON TUS VALORES

O con los de tu empresa. Es un tipo de email que te va servir para cribar. Habrá personas que no estén de acuerdo con tu forma de hacer las cosas y se darán de baja de tu lista. Pero con los que se queden estarás mucho más conectado.

"YO TAMBIÉN FALLO"

Este correo es fantástico para aumentar la confianza de tus suscriptores en ti y en tu empresa. Tus clientes son personas normales, con virtudes y defectos. Quieren a alguien como ellos, a alguien "humano"

EMAIL "NO SÓLO TRABAJO"

Contar tus aficiones, los deportes que practicas.. tus hobbies te será de gran ayuda para enseñar más sobre ti para conectar más con las personas de tu lista. Y si ya lo unes con alguna conclusión o enseñanza de valor, lo bordas.

"ESTOY MUY CONTENTO"

Mostrar tus emociones o enseñar las cosas de tu vida personal que te alegran, te acerca un poco más a tus suscriptores. Cuenta aquello con lo que te sientas cómodo.

EMAIL DIVERTIDO

"Provoca una sonrisa y habrás hecho el trabajo del día". Esta frase la descubrí hace mucho tiempo, y no podía tener más razón. El humor es una de las mejores herramientas para conectar con tus suscriptores.

EMAIL DE FELICITACIÓN

En vacaciones, Navidades, cumpleaños... cualquier fecha "especial" es buena para felicitar a tus suscriptores. Es una forma de demostrar que no sólo quieres vender.

"ENTRE BAMBALINAS"

Contar cómo has creado tu último curso, cómo envuelves tus pedidos... Todo lo que no se ve de tu empresa o que normalmente no cuentas es gran contenido para conectar.

EMAIL "OFF TOPIC"

Sorprende a tu suscriptores de vez en cuando con un email que no tenga nada que ver con los temas que habitualmente envías. Con estos emails conseguirás mucha interacción.

EMAIL DE "ENFADO"

En este email muestras tu enfado y rabia con algún tema que es importante para tu audiencia.. Estos correos son ideales para conectar con tu suscriptor

EMAIL "ENEMIGO COMÚN"

¡Utilizar con mucho cuidado! Al "atacar" a una empresa, estrategia o persona vas a hacer que tus suscriptores tengan que posicionarse. El éxito de este email reside en elegir bien el blanco

EMAIL "RESURRECCIÓN"

Este email O serie de emails) se utiliza para rescatar a aquellas personas que no abren tus emails, o para darles de baja definitivamente Es un tipo de email que necesita respuesta. Al interactuar con las personas de tu lista, fortaleces tu vínculo con ellas.

EMAIL CONCURSO

Muy bueno para fomentar la interacción con tu lista. Simplemente creas un concurso con premio final y animas a tus suscriptores a participar.

EMAIL ENCUESTA

Este email es clave dentro de tu negocio. Cada seis meses es recomendable que envíes un email a tu lista con una encuesta cuyo objetivo es detectar las necesidades de tu mercado.

"PRINCIPAL DIFICULTAD"

Este email es clave dentro de tu estrategia de Email Marketing porque te ayuda a cumplir varios objetivos:

- Interactuar con tus suscriptores
- Habituarles a que actúen cuando se lo pides.
- Obtener información para futuros productos y servicios.

EMAIL A QUIÉN ADMIRO

Cuenta a quién admiras, quiénes son tu fuente de inspiración.

PEDIR TESTIMONIOS

La prueba social es fundamental para tu estrategia de venta en internet. Y nada mejor que pedirle testimonio a las personas más interesadas en tu empresa: tus suscriptores

EMAIL "DEBATE"

En este email pides a tus suscriptores que se posicionen a un lado a otro de un argumento. Lo ideal para generar más conexión es pedir que contesten el email y hacer un email resumen con las respuestas

EMAILS PARA VENDER

EMAIL DE VENTA

El email cuyo objetivo final es vender. Está creado y diseñado para que tus suscriptores vayan a la página de venta convencidos de que quieren comprar lo que vendes.

Puedes usar cualquiera de los tipos de email anteriores (contenido de valor, historias sobre ti...) siempre y cuando sirvan para vender.

PORQUE NO COMPRAS

Este email tipo de email te sirve para comprobar los verdaderos motivos por los que la gente no compra tus productos y servicios. Es la forma de mejorarlos en el futuro.

PARA SEGMENTAR

Con este tipo de email agrupas a tus suscriptores en función de sus grupos e intereses para enviarles después las ofertas de venta adecuadas a sus necesidades.

SECUENCIA DE LANZAM.

Serie de emails que envías estratégicamente para lanzar tu nuevo servicio o producto a tu lista.

De la calidad de esos emails va a depender el número de ventas que hagas

ANUNCIAR UN WEBINAR:

Un webinar es una magnífica manera de vender tu producto o servicio. Si envías los emails adecuados las inscripciones al webinar aumentarán.

PRELANZAMIENTO

El email de prelanzamiento se envía antes del lanzamiento y es muy útil para saber qué necesita tu mercado para poder hacer cambios en tu oferta.

Otro de sus objetivos es "despertar a tu lista" para avisarles de que vas a hacer un lanzamiento