

Cómo crear emails atractivos usando el Storytelling con Mailrelay

[24 julio, 2015](#)

[Marketing](#)



Compártelo en tus redes, padawan. 

Muy buenas padawan! Esta semana vamos con un poco de email marketing. Seguro que sabes que el email marketing es importantísimo en tu estrategia de marketing online, por lo que escribir emails atractivos debe ser una prioridad.

Voy a explicarte un poco cómo crear emails atractivos usando el storytelling con Mailrelay. Atento porque estoy empieza ya. 😊

Consejos para crear un email atractivo.

Digamos que estás delante de tu ordenador, tienes en mente tu súper campaña de email marketing, tienes unos productos que son la caña, y tu base de datos está trabajada, (porque lo está ¿verdad?) ahora sólo tienes que crear el email perfecto, un email que enganche, que llame la atención y que, sobre todo, conecte con el lector.

¿Y cómo lo hago? Te estarás preguntando (y si no te lo preguntas, mal, porque es una muy buena pregunta jaja)

Pues te daré unos **consejos muy sencillos que te ayudarán a conseguir tus objetivos** de la campaña.

1. Define tus objetivos.

Es algo fundamental. Si no tienes unos objetivos muy definidos... Jamás podrás saber si lo estás haciendo bien, si estás creciendo, o simplemente irás dando palos de ciego.

Como he explicado en varios artículos previos, para definir unos buenos objetivos, **debes de usar el sistema SMART de fijación de objetivos.**

No vale cualquier objetivo, no puedes decir... Mi objetivo es vender todos los productos de la tienda gracias a la campaña de email. Es inviable. Tampoco puedes decir... Mi objetivo es mi objetivo es alcanzar una tasa de apertura del 100%, es poco realista.

Un objetivo bueno sería conseguir una tasa de apertura del 20% y una tasa de conversión del 5% en el primer mes de la campaña.

2. Motiva a tus lectores.

Da seguridad, evita los miedos, haz que su confianza en ellos y en tus productos aumente, haz que realizar la compra merezca la pena, evita el rechazo a tus productos.

Procura evitar su arrepentimiento. Haz que cuando reciban el producto piensen... Ha merecido la pena comprar este producto en esta tienda, volveré a hacerlo.

Haz que sea una experiencia lo más inolvidable posible. Motiva a los lectores para que realicen la acción que quieras.

3. Sé simple.

Lo simple gusta, lo complicado espanta. **Simplifica todo lo que puedas las acciones que tienen que realizar tus lectores.** Cuantos menos pasos tengan que dar mejor, cuantos menos factores importantes tengan que analizar mejor. Facilítales las cosas, sé lo más claro que puedas, evitarás que el lector piense... ¿Qué quieres que haga?

Lo simple atrae y gusta. Repasa el email veinte veces, envíaselo a todas las personas de confianza que tengas alrededor, todas tienen que notar esa facilidad a la hora de su lectura y comprensión. Usa un lenguaje fácil de entender, pero no los trates como si fueran tontos.

4. Recompénsales.

Incentiva las acciones que quieres que hagan con algo a cambio. Si puedes hazles un descuento si compran desde el email. Dale un regalo de cortesía. Hazle un descuento para su siguiente compra.

A mí una de las últimas compras que hice por internet, me vino con un abridor de latas, parece una tontería, pero me gustó mucho el detalle, y todavía lo uso. Hace que la experiencia de compra sea mejor

5. Pide que realicen las acciones.

Tu cliente no tiene por qué ser adivino, y no tiene por qué saber qué es lo que quieres que realicen. ¿Que entren en la web? ¿Que compartan en rr.ss? ¿Que compren tu producto? ¿Que se apunten a un curso? ¿Que se descarguen un documento?...

Diles qué quieres que hagan claramente, para eso utiliza los “call to action” que se llaman o “llamadas a la acción”, que son unos botones que destacan sobre el resto, que llevan un enlace insertado y que son ideales para que los clientes realicen alguna acción en concreto.



Conecta con tus clientes para conseguir tus objetivos.

[Fuente: Mailrelay](#)

Estos son algunos consejos para que tu estrategia de email marketing sea atractiva.

Si quieres **más información**, te invito a que leas el blog de Mailrelay, concretamente el artículo [“¿Cómo enviar correos masivos que creen adicción?”](#)

Cómo usar el Storytelling en tu campaña de email marketing.

Seguro que eres una persona curiosa, y seguro que habrás oído o leído por ahí eso del storytelling, cómo aplicar el storytelling en tu marketing de contenidos, en tus newsletters, en tu blog, etc...

El storytelling es, a grandes rasgos, **el arte (yo lo llamaría arte) de contar historias que conecten con las emociones de los lectores.**

No es que tengamos que ser ahora escritores profesionales (aunque en cierta manera lo seamos) sino de **contarte una historia con la cual te identifiques y que te conecte con la marca** o la persona que la cuenta, y que además tenga interés.

Hace tiempo escribí un artículo para espaciosblog.com en el que utilicé el storytelling para contar una historia sobre marketing. Aquí está el enlace a mi historia, no tiene desperdicio os lo aseguro jaja. [“El hombre que ofreció comida en vez de dinero a un CM”](#).

Ahora que sabes más o menos qué es eso del storytelling, debes saber que **es la manera más efectiva de conectar con tu audiencia o clientes**, de captar su atención y además de fidelizarlos, ya que si logras conectar con ellos, habrás conseguido lo más importante y difícil en el marketing y la vida en general, conectar con las personas. Que al final y al cabo es de lo que va todo esto.

Pues yo te voy a dar unos **consejos de cómo aplicar el storytelling** en esto del email marketing, para que te ayude a conectar con tu audiencia. Vamos allá

1. Usa storytelling en el título.

Un título que enganche es importante, es posible que no hubieras entrado en este artículo si no fuera por el título, será porque quieres crear emails más atractivos y que enganchen más, será porque te ha llamado la atención.

El título es una parte muy importante del storytelling y debes trabajarlo más de lo que parece, ya que toda historia tiene un principio, tu principio en esta historia es el título.

2. Desarrolla el storytelling en el primer párrafo.

Esto es como las pelis, las series y los libros... Si no te enganchan al principio... luego es muy difícil que lo hagan, y lo único que haces es darle oportunidades a ver si la cosa mejora ¿Verdad? Pero no te engañes, la serie será un truño de todas maneras jaja

Pues con el storytelling y tu público pasa algo parecido, y en menos tiempo, si no lo enganchas rápido desde el principio... Lo que van a hacer es leerlo todo por encima a ver si mejora la cosa. **Usa el storytelling para mejorar la experiencia del usuario.**

3. Usa el storytelling en tu Newsletter.

Seguro que te llegan correos a tu bandeja de entrada que dices... ¿Y esto? ¿De dónde viene? ¿Esto qué es? ¿Esta gente cómo tiene mis datos? Y una cantidad de SPAM aburrido y todos iguales que no se puede aguantar... ¿Quieres ser uno de esos? ¡Seguro que no padawan!

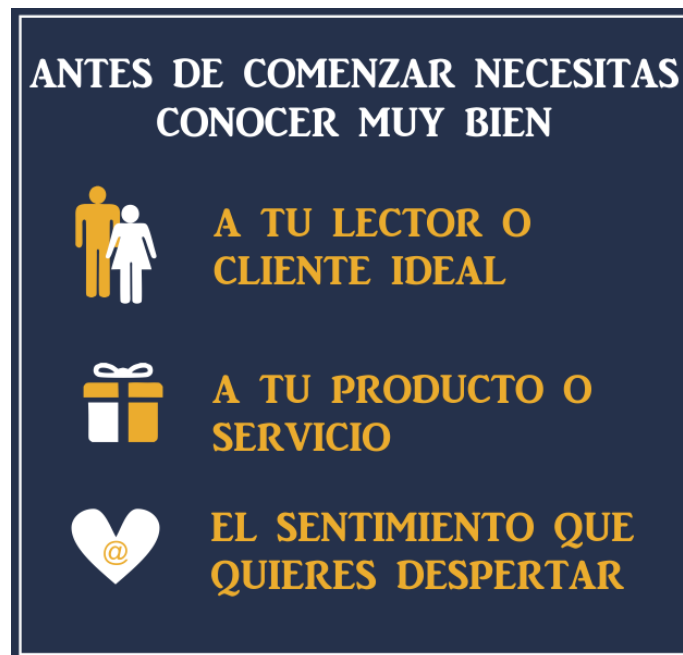
¡Pues **desmárcate del resto!** Empieza por el asunto del email, y luego el contenido del mismo.

No es lo mismo empezar con... “Aquí tienes el nuevo boletín/correo de “el nombre de tu empresa/tú mismo”” que decir... “Esta es la historia de la persona que abrió un email y empezó a cambiar su día”. Yo que quieres que te diga, a mí me daría curiosidad por ver cómo sigue.

4. En imágenes.

El contenido multimedia cada vez está siendo más consumido y cada vez está siendo más utilizado, ya que consigue sintetizar de una manera muy visual toda la información importante de los artículos. De hecho, el uso de las infografías cada vez se está extendiendo más (nota mental: Empezar a insertar cada vez más contenido multimedia como infografías) y son muy usadas por muchos bloggers en sus blogs y en sus newsletters.

Ya se sabe, **una imagen vale más que mil palabras**, y dicho esto, yo ya me he pasado de las 1.000 de sobra, a lo mejor me tendría que haber ahorrado todo esto y haber puesto una imagen jaja



Antes de realizar tu estrategia y llevar a cabo el storytelling, ten en cuenta estos consejos.

[Fuente: Mailrelay](#)

Si quieres **más información sobre el storytelling** y el email marketing y cómo usarlo, te aconsejo que visites el artículo de Mailrelay **[“Storytelling para tu estrategia de email marketing”](#)**.

Ahora os dejo un **[vídeo con la herramienta de email marketing Mailrelay](#)**, que en mi opinión tiene una relación calidad precio... Difícilmente comparable, más que nada porque su versión gratis es súper completa y puedes realizar todo tipo de acciones de email marketing con ella. Aconsejado.

¡No dudes ni por un segundo ponerte en contacto conmigo! Si tienes una duda sobre el artículo, quieres comentarme cualquier tipo de cosa o quieres proponerme algo, pincha en el botón de aquí abajo y escíbeme tu consulta. A mí también me gusta estar en contacto contigo. Venga, ámate. 😊

Quiero poneme en
contacto contigo

Ha sido un honor estar en tu cabeza y escribir este post para explicarte cómo realizar un mapa de público objetivo. **Te pido por favor que me dejes un comentario con tu opinión sobre el artículo y que lo compartas si crees que te ha parecido lo suficientemente interesante.**

¿Qué te ha parecido el artículo?

¿Has aprendido algo nuevo con el artículo?

¿Qué pasos añadirías?

¿Estarías planteándote realizar una estrategia de email marketing?

¡Cuéntamelo todo! ¡Hasta pronto padawan!

