



**EREA+**

FUNDACIÓN  
**ARAGÓN  
EMPRENDE**

**EREA+**

**HERRAMIENTAS DIGITALES**

**Creación de campañas de  
email marketing en el  
contexto de iniciativas rurales**

 **GOBIERNO  
DE ARAGON**

 **GOBIERNO  
DE ESPAÑA**  
VICEPRESIDENCIA  
TERCERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA  
Y EL RETO DEMOGRÁFICO

 **R** 

Secretaría  
General  
para el Reto  
Demográfico

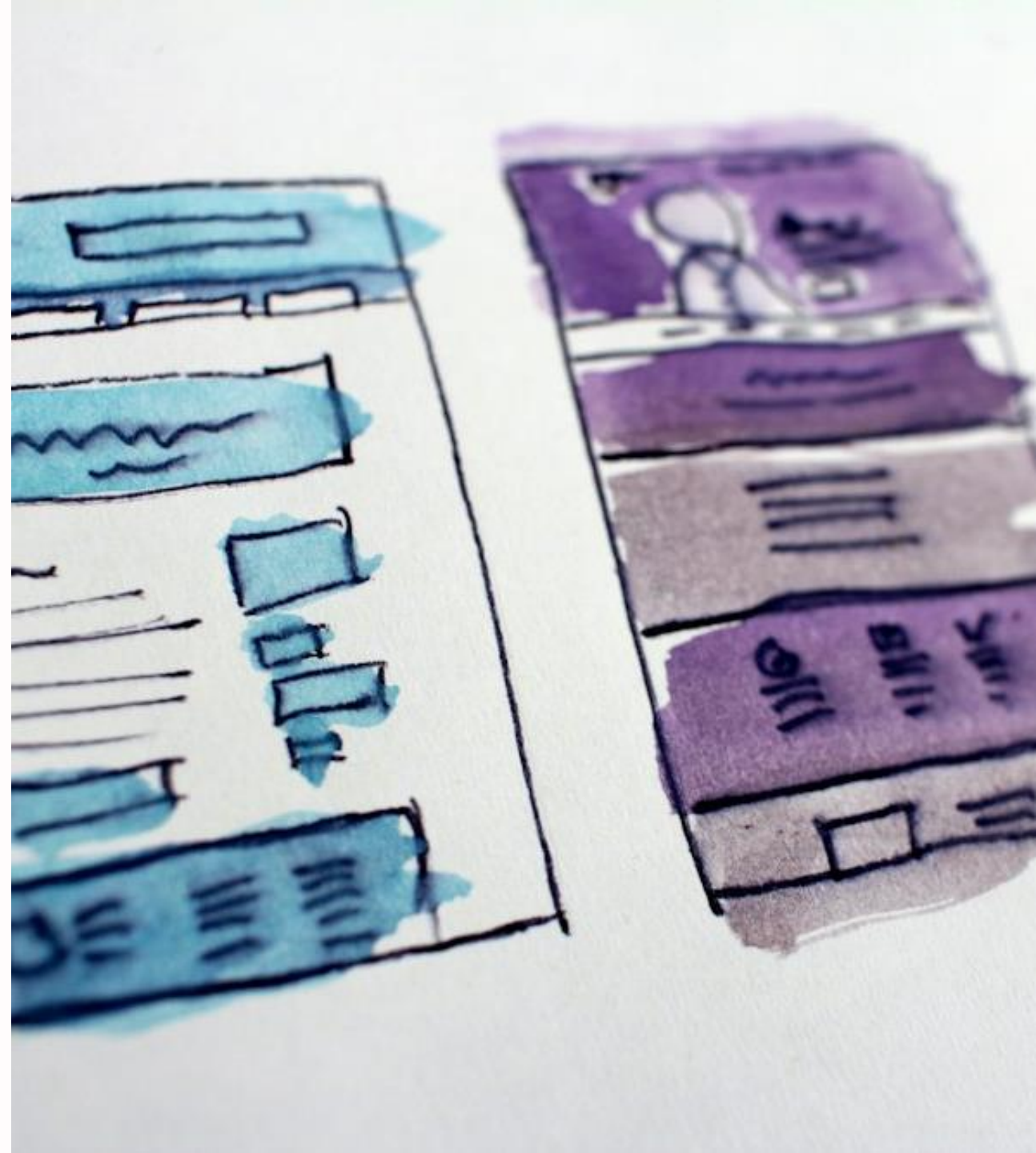
FASES DE CARA A CREAR UNA CAMPAÑA

# Campañas de email marketing

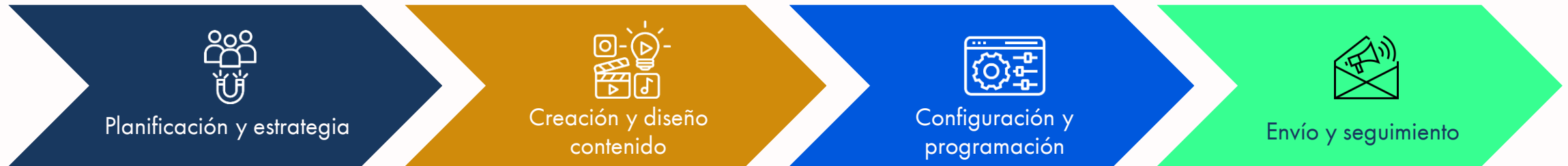


# ¿Qué entendemos por campaña de email marketing?

- Correo o cadena de correos
- enviados durante un **periodo de tiempo definido**
- dirigidos a una **audiencia determinada**
- encaminados a lograr un objetivo o serie de **objetivos concretos**



# Fases de una campaña de email marketing



1. Objetivos de la campaña
2. Público objetivo
3. Estrategia de contenidos

1. Desarrollo de contenido
2. Personalización
3. Incluir imágenes y gráficas

1. Selección de plataforma
2. Configuración de audiencias
3. Programación del envío

1. Selección de plataforma
2. Configuración de audiencias
3. Programación del envío

# 1. Planificación y estrategia

01

## Definir objetivos de la campaña

¿Qué quieres lograr con la campaña?  
¿Cómo vas a medir los resultados?

02

## Identificar quien es tu público objetivo

¿Quiénes son los destinatarios objetivo de tu campaña?

03

## Desarrollar una estrategia de contenidos

¿Qué tipo y formato de contenido enviaras teniendo en cuenta que buscas y a quien te diriges?





# 1. Objetivos de la campaña

Han de ser lo más cuantitativos posibles en base al concepto de objetivo "SMART"

**Específico | medible | alcanzable | relevante | a tiempo**

## Ejemplo alojamiento rural

- **Específico:** Aumentar las reservas directas de habitaciones en un 20% durante la temporada baja en comparación con el año anterior.
- **Medible:** Seguimiento de las reservas directas recibidas a través de la campaña de email marketing
- **Alcanzable:** Basado en el análisis del histórico de reservas en temporada baja
- **Relevante:** ayudará a optimizar la ocupación y los ingresos del alojamiento rural
- **Limitado en el Tiempo:** El objetivo se establece durante la temporada baja anual



## 2. Público objetivo

Audiencia a la que va dirigida nuestra campaña

alimentar las listas con diferentes acciones y formulas tanto online como offline (LEADS)

### Ejemplo alojamiento rural

- **Formularios de registro en la web** o widgets flotantes que invitan a registrarte y estar al tanto de noticias
- **Ofertas especiales o descuentos** 10% de descuento por suscripción a noticias para la próxima reserva
- **Contenido descargable de valor** gratuito con una guía turística o un dossier informativo sobre que ofrece el alojamiento
- **Sorteos y concursos** De estancias gratuitas en temporada baja por registrarte
- **Incentivos para referencias y recomendaciones** de amigos, redes o influencers a los que ofreces estancias gratuitas.



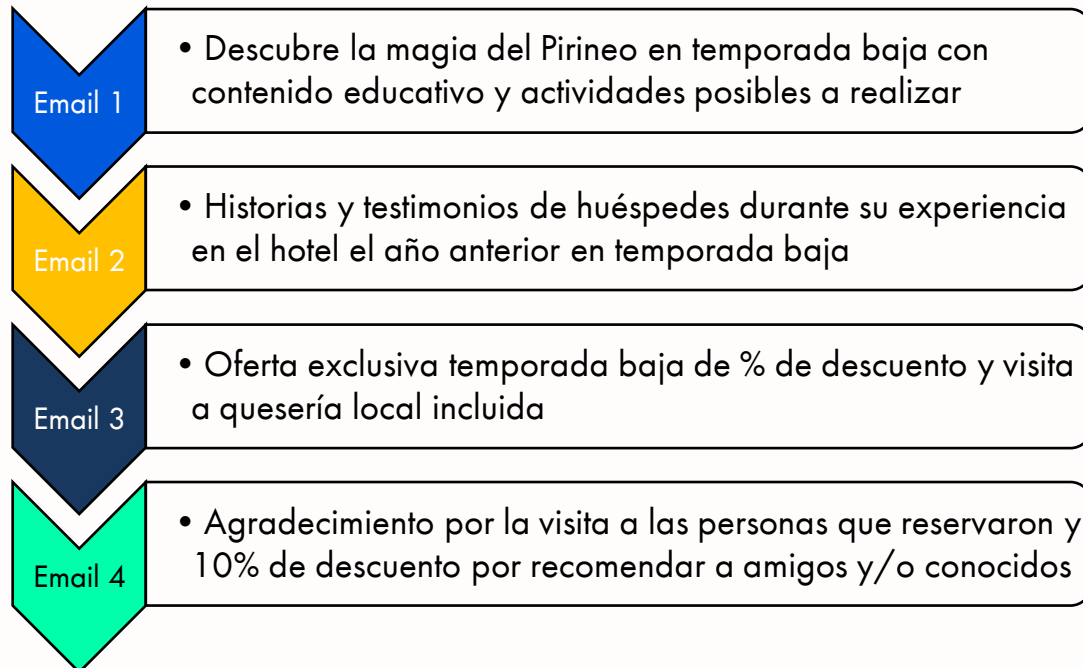


# 3. Estrategia de contenidos

Una campaña consta de cadenas de emails personalizados en base a los perfiles, objetivos

## Ejemplo alojamiento rural

**Aumentar las reservas directas de habitaciones en un 20% durante la temporada baja en comparación con el año anterior.**





## 2. Creación de contenido y diseño

01

### Desarrollar el contenido del correo

Titular, cuerpo y llamadas a la acción

02

### Personalización del contenido

A partir de datos del cliente, intereses o comportamientos

03

### Incluir imágenes y gráficos

Elementos visuales atractivos



Planificación y estrategia



Creación y diseño  
contenido



Configuración y  
programación



Envío y seguimiento

# 1. Desarrollar el contenido del correo

## Titulares

Debe de **generar interés** y usar un **tono cercano**. Ofreciendo una **promesa** que cumple con lo que el destinatario se encontrará al abrir el correo.

Se pueden usar **MAYUSCULAS** o **emojiconos** 😊 de cara a resaltar sobre el resto de los emails de la bandeja de entrada de correo

## Ejemplo alojamiento rural

☀️ Correo Electrónico 1: Descubre la Magia de la Temporada Baja en [Nombre del Hotel Rural] 🍁

🌲 Correo Electrónico 3: ¡RESERVA AHORA y Disfruta de un 10% de descuento hasta el 15 de septiembre en el [Nombre del Hotel Rural]! 🌄

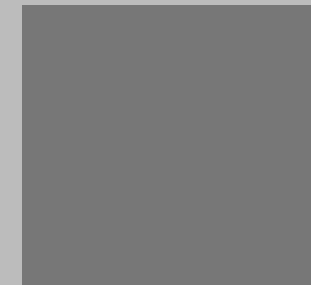
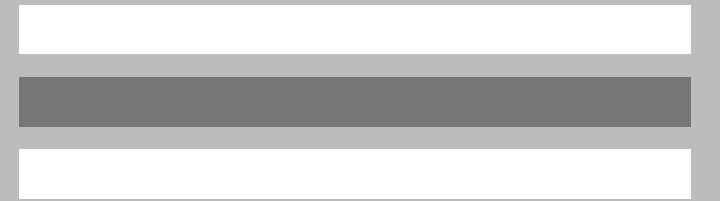
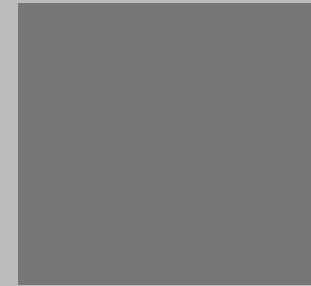


# 1. Desarrollar el contenido del correo

## Cuerpo del mensaje

Debemos jugar con los **pesos de la tipografía** para dividir la información y facilitar la lectura y comprensión del correo. (Titulo, subtítulo, texto...)

Es imprescindible incluir al final del cuerpo o de las diferentes secciones botones con **“Llamadas a la acción”** (en base a objetivos de la campaña)





## 2. Personalización del contenido

Las herramientas de email marketing nos permiten **adaptar los contenidos de los mensajes de forma personalizada** a partir de **[etiquetas]** recogidos en los campos de la base de datos de audiencia o clientes.

Esto **incrementa las tasas de apertura, clics y conversiones**. (nombre del destinatario, ubicación, intereses, condiciones, comportamiento previo...)

### Ejemplo alojamiento rural

¡Hola **[Nombre del Cliente]**! Descubre las Experiencias Únicas que te Esperan 🌳

Hemos preparado una oferta especial solo para ti:  
¡reserva ahora y recibe un **[Porcentaje]**%



# 3. Incluir imágenes y gráficos

Los correos han de ser más visuales que textuales

Ejemplo alojamiento rural



# 3. Configuración y programación

01

## Seleccionar la plataforma de email marketing

Elegir la herramienta que mejor se adapte a tus necesidades y te permite automatizar y realizar seguimiento

02

## Configurar las listas o audiencias

Importar y segmentar tus listas de correos

03

## Programar el envío

Programar y realizar el envío en las horas y fechas óptimas en base a quien te diriges y monitorizar los resultados durante el horizonte de la campaña



Planificación y estrategia



Creación y diseño  
contenido



Configuración y  
programación



Envío y seguimiento



# 1. Seleccionar la plataforma de email marketing

Múltiples alternativas existentes en el mercado actualmente



# ¿Qué ofrece la versión gratuita de MailChimp?

- **Versión App y online** (muy intuitiva)
- Hasta **1000 envíos mensuales** de correo electrónico
- Puesto para **1 usuario y 1 acceso** público
- **Soporte** los 30 primeros días
- **Plantillas** básicas (suficientes)
- **Integración y compatibilidad** alta CMS
- Opción de crear **páginas de aterrizaje y formularios** de contacto
- Uso limitado de un **agente creativo**



## 2. Configuración de audiencias

Existe la posibilidad de **importar tus contactos de base de datos externas (consentimiento)**

También puedes **filtrar y segmentar por criterios relevantes** de cara a campañas personalizadas (Ubicación, historial de compras, intereses...)

Las audiencias dinámicas, permiten actualizarse solas según comportamiento

### Ejemplos alojamiento rural

Campaña especial puente “cincomarzada” solo para los residentes en la provincia de Zaragoza.

Crear audiencia con aquellos suscriptores que hayan interactuado con contenidos gastro para futuras campañas





# 3. Programación del envío

## Algunos consejos útiles:

- **Experimenta con distintos días y horarios:**  
Valora qué envías y cuando lo envías...  
Los lunes mal día...Miércoles y jueves de 12:00 a 16:00
- **Ten en cuenta eventos y ocasiones especiales**  
Cumpleaños o aniversario de visitas.  
Eventos o fiestas populares con capacidad de atracción
- **Mantén la consistencia en la periodicidad**  
Menos en más (depende de la ocasión 1x semana o >)



# 4 Seguimiento



01

## Monitorizar el rendimiento

Seguir de cerca las métricas de rendimiento durante la duración de la campaña

02

## Realizar ajustes necesarios

Analizar los datos y reajustar el contenido, diseño y la estrategia en caso de desviaciones vs lo esperado

# 1. Monitorización y seguimiento

Contamos con una serie de métricas de cara a analizar los resultados de nuestras campañas:

## Métricas de listas

- Aumento de suscriptores
- Tasa de bajas

## Métricas de envíos de newsletter

- Tasa de apertura
- Clics en enlaces
- Bajas por envío

## Métricas de conversión

- N.º de suscritos que hacen la acción esperada





# EREA+

Ecosistemas de Emprendimiento e  
Innovación en el Medio Rural de Aragón



FUNDACIÓN  
**ARAGÓN  
EMPRENDE**



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA  
TERCERA DEL GOBIERNO  
MINISTERIO  
PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA  
Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Secretaría  
General  
para el Reto  
Demográfico



**GOBIERNO  
DE ARAGON**