



Los principales objetivos estratégicos de los clientes al utilizar el *email marketing* son, en casi igual medida: generar imagen de marca (15,9%), aumentar las ventas (15,8%), y retener clientes (14,8%). Así lo revela un estudio realizado por MasterBase, entre sus clientes en América Latina.

Email marketing:

EL RETO ESTÁ EN LOS CONTENIDOS

Una de las herramientas de mercadeo y comunicaciones más eficientes y efectivas es el *email marketing*. Aunque en teoría su funcionamiento es simple, es bien cierto que para llegar al logro de los resultados propuestos hay que establecer una estrategia integral de negocio que, a modo de faro, guíe las comunicaciones en función de unos objetivos de mercadeos viables, verificables y controlables. Una comunicación sin estrategia es como un ciego dando palazos en medio de la niebla.

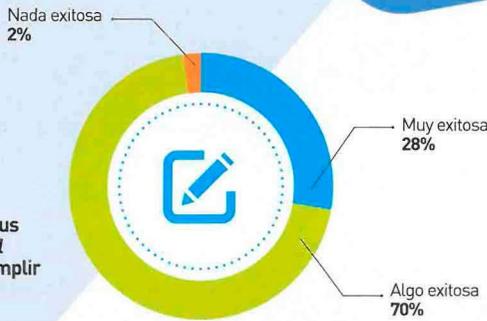
De tal modo, el *email marketing* es un arma estupenda y certera para alcanzar públicos de interés de las empresas; pero la eficiencia está dada por parámetros y variables que hay que entender para poder controlar.

FICHA TECNICA

ENCUESTA: ONLINE / 15 PREGUNTAS
MUESTRA: 443 CLIENTES DE MASTERBASE EN LATINOAMÉRICA
FECHA: NOVIEMBRE DE 2014

01

¿Cómo calificaría sus campañas de *email marketing* para cumplir con sus objetivos comerciales?



02

En general, ¿cómo ha evolucionado la efectividad de sus acciones de *email marketing* durante el 2014?



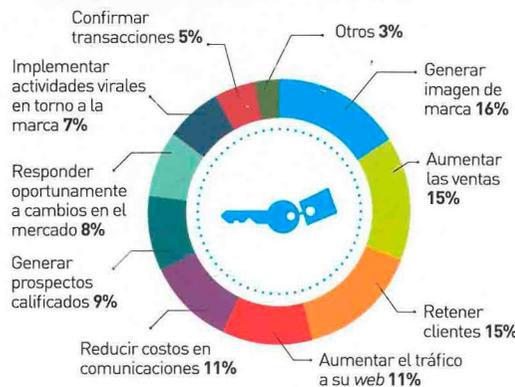
03

¿Cuáles son los 3 mayores obstáculos que enfrenta hoy para poder cumplir con sus objetivos de *email marketing*?



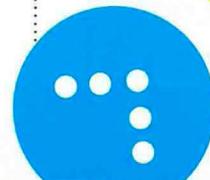
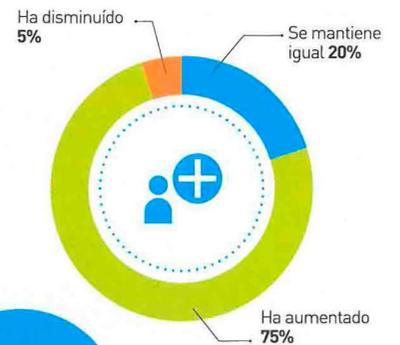
04

¿Cuáles son los 5 principales objetivos de la estrategia de *email marketing* de su empresa?

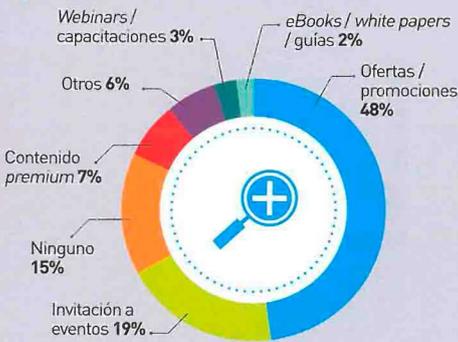


05

¿Cómo ha cambiado el tamaño de su lista de contactos en el último año?



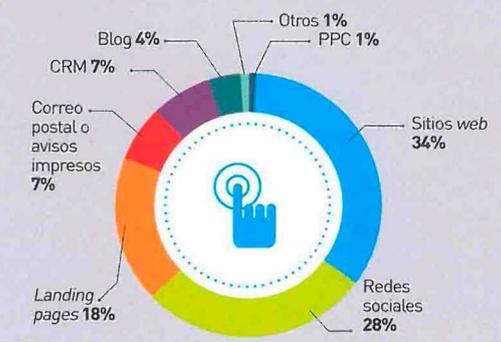
06 ¿Cuál ha sido la táctica más efectiva que ha utilizado para obtener nuevos suscriptores?



07 ¿Qué tipo de campañas de email marketing dirige usted a su lista de contactos?



08 ¿Qué canales de marketing está integrando más a menudo en sus campañas de email marketing?



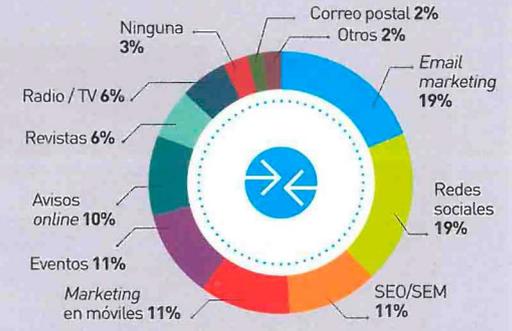
Al respecto del estado actual del *email marketing* en la región, MasterBase ha realizado un estudio con más de 400 de sus clientes con el fin de obtener un panorama claro y reciente sobre las prácticas y expectativas que esta práctica suscita.

Según el estudio, hoy los clientes perciben como principales retos para la consecución de sus objetivos de *email marketing*, generar contenidos relevantes (24%), hacer crecer su lista de contactos (22%), y segmentarla (18%). En otras palabras: una buena gestión de la lista de contactos y ser capaces de enriquecerla en cantidad y ca-

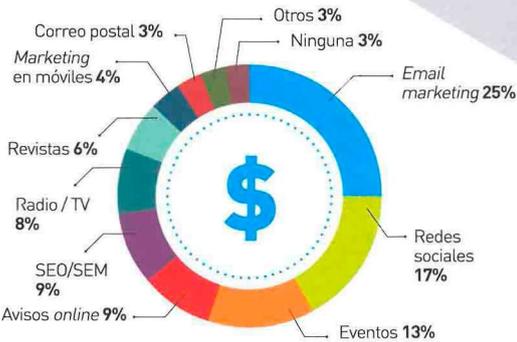
lidad, es considerado un gran desafío para lograr mejores resultados en sus campañas.

Como hallazgo general, el estudio revela que los principales objetivos estratégicos de los clientes al utilizar el *email marketing* son, más o menos en igual medida: generar imagen de marca (15,9%), aumentar las ventas (15,8%), y retener clientes (14,8%). Esto indica que, no solo se concentran en elaborar mensajes promocionales, sino que existe ya conciencia en torno a la importancia de mantener conformes a los clientes a través de esfuerzos de retención que buscan producir entre ellos *engagement* y recordación de marca. ■

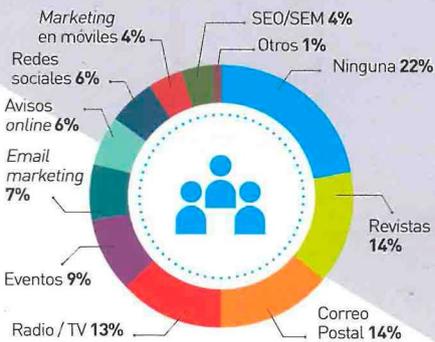
09 Señale las estrategias de marketing para las que aumentará el presupuesto y la asignación de recursos durante el 2015



10 ¿Cuáles son los 3 canales que presentan un mayor ROI (Retorno sobre la Inversión) para su empresa?



11 Señale las estrategias en que disminuirá el presupuesto y la asignación de recursos en 2015



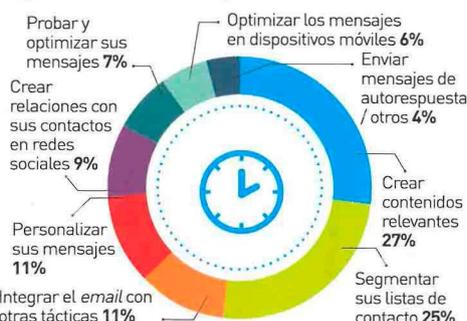
12 ¿Cuál de las siguientes tácticas de email marketing ha utilizado su empresa?



13 De las tácticas ya mencionadas, ¿cuál cree usted que es la más eficaz para el logro de sus objetivos comerciales?



14 De las tácticas de email marketing que usted utiliza, ¿cuál es la más difícil de ejecutar?



15 ¿Cuáles son los 3 atributos que más valora de un proveedor de email marketing?

