

2. El email marketing se adapta a cualquier negocio



Este beneficio es muy importante. Muchos negocios nos comentan si ellos también pueden utilizar nuestra herramienta a pesar de ser una pyme. Obvio que puedes; es más, si eres una pyme y aún no lo estás haciendo, te estás cerrando muchas opciones de crecer como negocio.

Para poder enviar newsletters **da igual el tipo de negocio que seas**. Siempre le podrán sacar más provecho aquellas empresas que se dediquen a vender un producto o servicio al público final, aunque las empresas B2B también lo pueden utilizar ya que hay plantillas de newsletters básicas para la comunicación intraempresarial.

También **da igual a lo que te dediques**, ya que hay aplicaciones especializadas de email marketing que tienen infinitas plantillas para newsletters y de todos los sectores: desde plantillas ideales para tiendas de ropa hasta para negocios dedicados a exterminar plagas, pasando por parques de atracciones o por restaurantes.

3. No te llevará mucho tiempo hacer newsletters

Son muy simples y rápidas de hacer, por lo que no te llevará mucho tiempo hacerlas. **Pasarán pocos minutos desde que empiezas a crear una campaña de mailing hasta que esté lista para enviársela a tus contactos.**

Otro beneficio de hacer mailing es que las apps para hacerlo son muy **intuitivas** y fáciles de utilizar y que cuentan con varias extensiones que ayudarán a coordinar tu estrategia de

marketing online y a ahorrar tiempo. Algunas extensiones disponibles son Wordpress, Prestashop, Magento, Google Analytics, etc.

Si quieres saber cuál es la mejor hora para hacer tus envíos de campañas de email marketing, te recomiendo que hagas clic [aquí](#).

4. Personalizar siempre es positivo



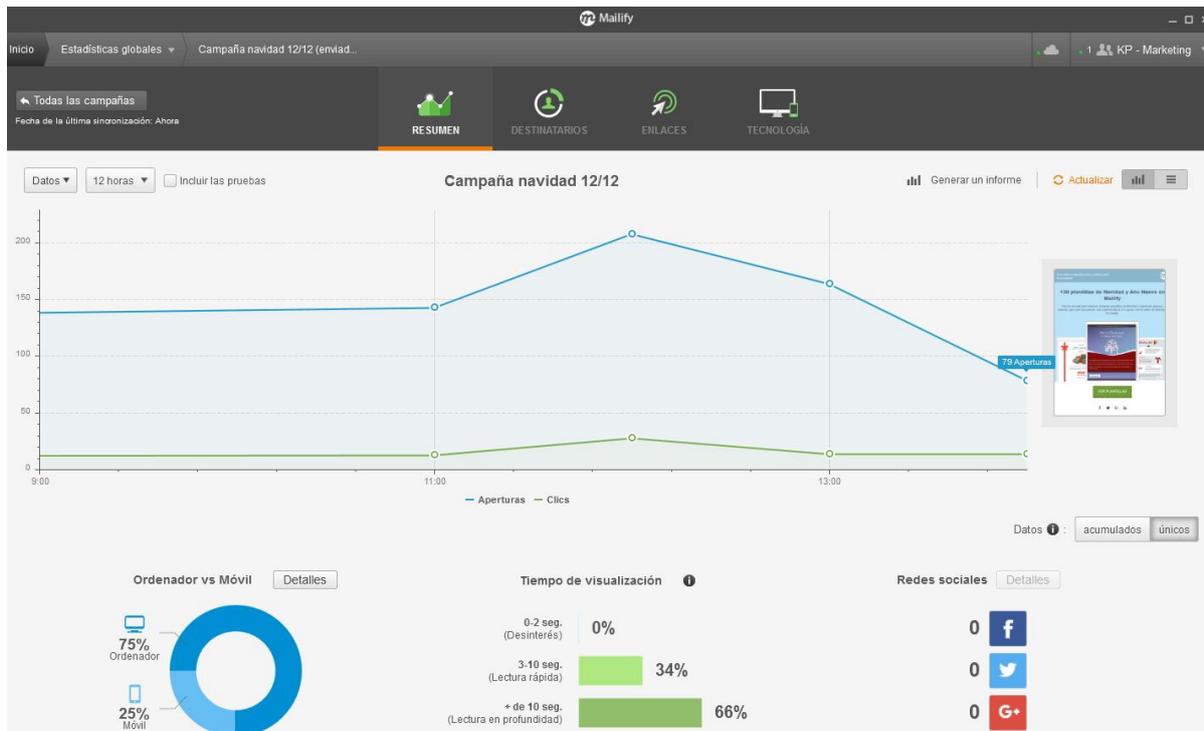
Uno de los beneficios más importantes y exclusivos que tiene el mailing es la capacidad de personalización. Si decides invertir tu dinero destinado de marketing y comunicación en otros medios como las redes sociales o anuncios televisivos o de radio, le enviarás el mismo mensaje a todos.

En cambio, **el email marketing permite seccionar y personalizar cada mensaje.** Personalizar te llevará pocos segundos; simplemente deberás añadir en tu base de datos una columna con el nombre del contacto y luego a la hora de enviarlo con la aplicación, únicamente deberás hacer clic a esa opción y ¡Listo!

También podrías personalizar el nombre del remitente siguiendo el mismo proceso que con el destinatario. Al editarlo, estaría bien que pusieras el nombre del comercial que suele atender a los contactos a los que dirijas la campaña.

Hay que decir que la personalización en el cuerpo del mensaje aumenta considerablemente tanto el ratio de apertura como el de conversión.

5. Podrás medir tus acciones



Muchas veces los problemas que tenemos en los negocios es que no podemos medir nuestros actos: no sabemos si el hacer o no una acción determinada nos ayudará y repercutirá en la empresa ya que no tenemos ninguna herramienta para medirlo, o es que es muy difícil de calcular su repercusión (como por ejemplo, con un cartel en una valla fija).

Este problema no lo encontramos en el email marketing; **podrás medir absolutamente todo si utilizas una aplicación especializada de email marketing**, ya que tienen herramientas analíticas propias que te dirá cuánta gente ha abierto tu correo, si han clicado en algún enlace, desde qué dispositivo lo han abierto, cuánto rato han estado leyéndolo, etc.

Aquí tenemos unos cuantos de los beneficios que nos proporciona una técnica de marketing tan potente como es el envío de newsletters. Barata, rápida, adaptable, permite la personalización y medible, pero sobre todo, eficaz.

Cindy Chávez
Content Manager Mailify España y Latinoamérica