

Email Preview para Mejores Newsletters



El email preview o GetInBox, es una funcionalidad que te permite inspeccionar y validar tus newsletters antes de ser enviadas a tus contactos.

A veces algunos elementos se ven de manera distinta entre uno y otro buzón. Con esta extensión puedes previsualizar tus newsletters o boletines informativos y hacer que luzcan de manera perfecta antes de enviarlo a tus lectores.

Cómo hacer una newsletter y cómo usar el email preview

Para hacer una newsletter necesitas:

- Un objetivo comunicacional: promocional, fidelización, imagen de marca, etc.
- Una lista de contactos: de calidad y propia.

- Un software de email marketing profesional para el envío de newsletters con editor intuitivo (sistema drag&drop), etc.

Seguramente has recibido muchas newsletters de tus marcas favoritas, ¿verdad? Todas estas tienen un asunto, preheader y al darle clic, un mensaje. ¿Qué es lo que caracteriza a cada una de ellos?

- **Asunto:** Corto y directo. Entre 30- 40 caracteres. Creativo, que invite a abrir el correo
- **Preheader:** Es una especie de segundo asunto, debe ser también corto y complementar al asunto.
- **Mensaje:** Tienes el objetivo comunicacional, una buena lista de contactos y un software de email marketing pero, ¿no tienes idea de cómo hacer una newsletter? Si tu respuesta es un rotundo: Sí. A continuación te presento una estructura de cómo debe ser una newsletter, de los puntos que debes considerar al momento de crearla.

Título 1

Form field with two horizontal lines.

2



3

Form field.

4

Form field.

5

Form field.

6

Form field.

Form field.

Form field.

7

Form field.

8

Presentación (1): al inicio de la newsletter es importante que aparezca el nombre de quien la envía, que el destinatario identifique rápidamente quién le habla.

Título (2): el título reflejará el objetivo de la campaña. Debe ser claro, sencillo y atractivo.

Lead (3): resumen de dos o tres líneas que amplía información del título.

Imágenes (4) (6): éstas deben estar relacionadas con el propósito de la campaña. Deben despertar el deseo de adquirir el producto o servicio. Serán la única referencia que tiene el destinatario de nuestro producto.

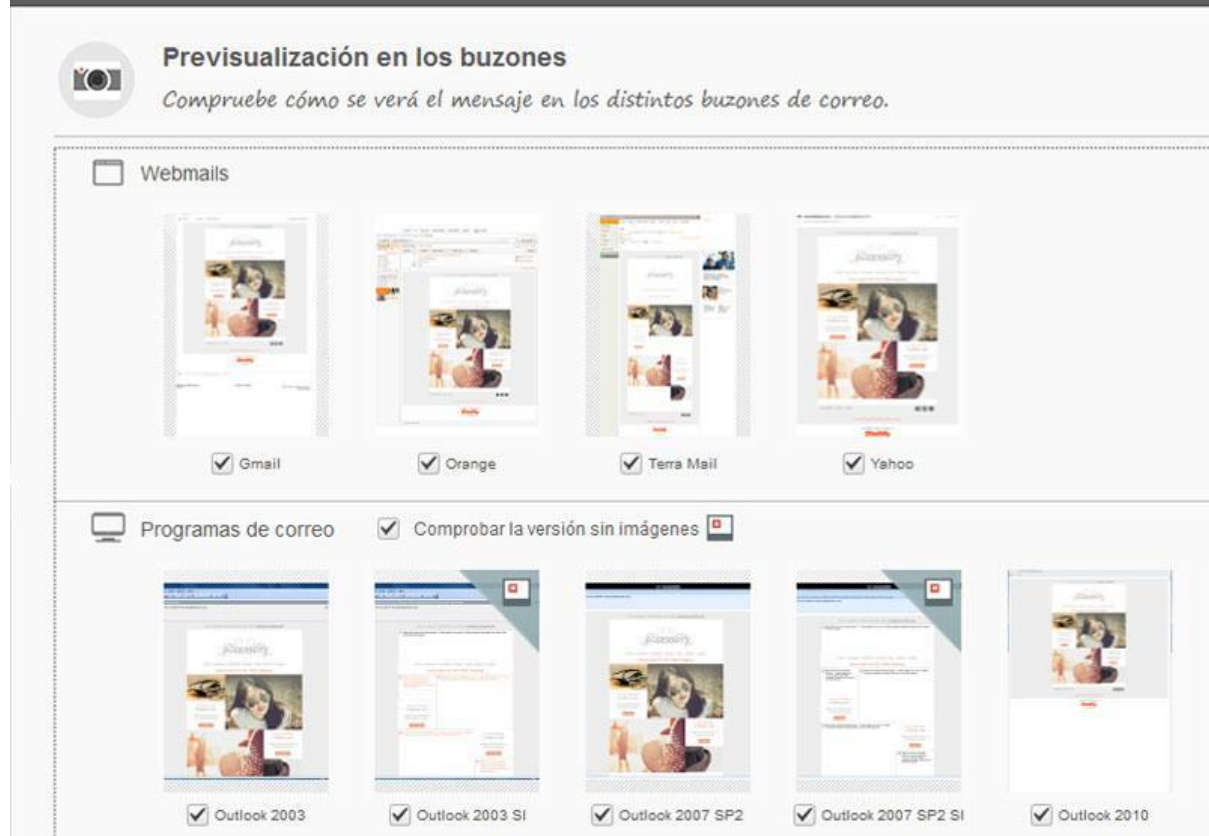
Llamadas a la acción (5) (7): son las encargadas de generar tráfico a nuestra web. Deben dirigirse al sitio concreto que se expone en la campaña para facilitar la venta.

Los CTAs son importantes si lo que queremos es que los usuarios contacten con nosotros. Tienen que ser atractivos, diseño y copy (contenido) deben ir de la mano. Ejemplos: Lo quiero, me apunto, comprar ahora, etc.

Botones redes sociales (8): integrar los distintos canales de comunicación aumentará nuestra efectividad. De esta manera potenciamos nuestra estrategia de comunicación.

Enlace de baja (9): es un detalle esencial ya que sin él la campaña no puede enviarse porque es obligatorio por ley su incorporación. Este debe ser visible y claramente distinguible, no debe crear confusión. Si el lector no puede localizar el enlace para darse de baja en pocos segundos, es muy probable que marque tu emailing como spam.

Email Preview y Newsletters



Tus lectores se merecen lo mejor. Merecen poder ver tu newsletter de forma perfecta. El email preview te ayudará con esta labor.

Una vez lista tu newsletter, lo siguiente es previsualizarla con email preview. Usarla te permitirá observarla en diversos **Webmails y Programas de Correo**, entre los más importantes destacan: Outlook, Windows Live, Yahoo, etc.

Muchas herramientas de email marketing disponen de esta funcionalidad. Si quieres saber cómo configurarla puedes ver el siguiente artículo:

[Inspecciona tu mailing masivo antes de enviarlo con email preview](#)

Para concluir podemos decir que para la efectividad de una newsletter, debemos recaer en tener cuidado tanto en fondo como forma. Para este último, lo ideal es usar email preview, solo así tendrás la seguridad de tener un boletín informativo realmente funcional y que convierta.

Autor: Cindy Chávez.