

¿Por qué debes hacer mailing masivo?



“Poca inversión, grandes beneficios”, si tenemos que mencionar el gran beneficio de hacer mailing masivo, es ese. Sabemos que los grandes anunciantes buscan atacar por todos los frentes, pero... ¿qué pasa con las pequeñas empresas? ¿Qué pasa con las pymes que no se pueden dar el lujo de invertir tanto en marketing o publicidad? Pues, muchas se limitan a pensar y pensar... si será bueno darse el lujo de invertir o de no realizar ningún tipo de acción de marketing. Piensan y pueden pasarse meses haciéndolo, sin llevar a cabo ninguna acción de marketing, algo que le puede estar costando un aumento significativo de las ventas. Lo que muchas veces falta en estas empresas, es proactividad, ganas de “querer más”, de investigar y buscar entre todas estas posibilidades aquella que permita visibilidad a un bajo coste. **¿Sabías que el emailing es una herramienta de comunicación de bajo presupuesto y alta efectividad?** ¿No? En este artículo te hablaremos de ella y sus grandes ventajas frente a otras de elevado presupuesto.

Beneficios de [hacer mailing masivo](#)

1) Pequeño presupuesto, grandes beneficios

El **e-mail marketing** es una herramienta de **bajo presupuesto y alta rentabilidad** ¿Sabías que con una buena **campana de email marketing** puedes ganar hasta 43 pesos por cada

peso invertido? ¡Rentabilidad por donde se mire! Quienes te dieron espontáneamente su email para recibir tu newsletter, tienen una tolerancia alta a recibir información comercial y si esta es de calidad, de seguro que se traducirá en una venta. La permanencia de una empresa en el mercado está dada de acuerdo a la rentabilidad. Tenemos que buscar herramientas que permitan optimizar ésta, sin que esto signifique que debamos invertir más. Una buena **campana de mailing puede atraer a más clientes** y lo mejor, sin descuidar a nuestro grueso, nuestros clientes ya fidelizados.

2) Interactividad

El objetivo de todas las empresas es que los clientes se transformen en brand lovers. Frente a una alta tasa de competitividad, hablar de fidelización es de suma importancia. **Un cliente fidelizado siempre vuelve a comprar nuestros productos.** ¿Cómo fidelizamos? Hablándoles directo. Personalizando nuestro mensaje, escuchándolos. A través del correo masivo podemos llegar a ellos, lo primero es tener un objetivo de comunicación, ver en esta herramienta no sólo un componente comercial sino también **una herramienta interactiva**, creada con la misión de estar más cerca del consumidor. La interactividad “emocional” permite que el cliente se sienta parte de nosotros y pase de ser un cliente a un embajador de la marca. Si hablamos en términos comerciales, la interactividad se refleja cuando un cliente recibe una oferta, va directamente hacia nuestra página web y realiza en cuestión de minutos una compra. Cabe mencionar que al visitar nuestra web el cliente también nos genera tráfico el cual se traduce en mejorar de sobremanera nuestro posicionamiento SEO. Más tráfico, más escala en buscadores web.

3) Mensaje Personalizado

A diferencia de la publicidad televisiva por ejemplo, en el que no se sabe al 100% si el target recibió el mensaje. Una campaña de **e-mail marketing va directo** al target. Nombre, apellido, fecha de nacimiento, ubicación, etc. El e-mail marketing permite tener información sobre los clientes y clientes potenciales a los que les vas a enviar el mensaje. Podemos utilizar toda esta información para **personalizar nuestros mensajes**. Al personalizar conseguimos que el mensaje se adapte a cada público. Esta personalización va más allá de poner un asunto...un nombre, va por enviar información relevante que se ajuste a **las preferencias del target a fidelizar**. Otra de las grandes ventajas de la personalización, es que permite dar la idea de “exclusividad”, de ser únicos y por tanto que el mensaje está elaborado pensando totalmente en cada uno de ellos.

Autor : Cindy Chávez