

## Rentabilizando tu pyme con un newsletter



Hablar de pymes, es hablar de emprendimiento. De trabajo sin descanso en pos del éxito. Quien emprende una pyme, sabe que de alguna forma se juega la vida. Ahorros, préstamos hipotecas, etc. Todo con el único objetivo de ser sus propios: Jefes.

El **emprendimiento**, es la respuesta a una época de crisis en la que todos los involucrados luchan por para sacar adelante **un proyecto, un sueño**. Una de las características innatas de la pyme es su mayor acercamiento al cliente, su relación directa con él. ¿Pero cómo rentabilizamos nuestra pyme de manera efectiva? La respuesta, utilizando uno de las herramientas de comunicación más rentables y de bajo costo del mercado: **La newsletter**

### Rentabiliza tu pyme con una newsletter

Las pymes y medianas empresas tienen la tarea de “sobrevivir” a tiempos en los cuales se necesita invertir mucho más en fidelización, en la mejora de tecnologías de comunicación e internamente, en tener un mayor control de gastos y compras. ¿Qué hacer para rentabilizar un negocio?

#### Fidelización a través de la newsletter

Siempre es más fácil retener a un cliente que atraer a uno nuevo. Hay que recordar que **el 20% de nuestros clientes nos proporcionan el 80% de nuestros ingresos** (Ley de Pareto). Sobre fidelización se habla mucho. El emailing es una de las herramientas de comunicación más versátiles del mercado. Te permite comunicar y fidelizar de manera sorprendente. **Un cliente fidelizado siempre vuelve a comprar nuestros productos**. A

ese cliente le gustamos, nos recomendará de forma espontánea y siempre hablará bien de nuestra marca. Pero, ¿cómo pasar de clientes a embajadores de marca? A partir de un trabajo exhaustivo, dándole lo que busca y creando lazos emocionales. A través del e-mail marketing podemos llegar a ellos, lo primero es **tener un objetivo claro de comunicación**, y ver en esta herramienta un **componente no sólo comercial sino también de engagement**.

### **Personalización como clave de venta directa**

**Con tu plataforma de emailing puedes tener información sobre tus clientes.** Además de conocer datos básicos tipo: Nombre, apellido, fecha de nacimiento o ubicación. Puedes saber exactamente qué parte de tu newsletter llamó más la atención y usar esos datos para mandar emails personalizados. ¿Qué conseguiremos con esto? Lograr que tu promoción se transforme en una venta directa. Lo importante es **tener un call to action** que permita al cliente acceder a tu tienda de forma clara y directa.

### **¿Qué beneficios tengo al implementar un newsletter a mi estrategia de comunicación?**

#### **Bajo presupuesto, múltiples ventajas**

**La newsletter es una herramienta de bajo presupuesto y alta rentabilidad** ¿Sabías que con una campaña de email marketing puedes ganar hasta 43 dólares por cada dólar invertido? Quienes se suscribieron espontáneamente a tu base de datos para recibir tu newsletter, tienen una tolerancia alta a recibir información comercial y si ésta es de calidad, de seguro que se traducirá en una venta. Una empresa puede vender “mucho” pero su permanencia a largo plazo en el mercado, esta medida por la rentabilidad, la capacidad de crear beneficio. Hablamos de versatilidad, **el e-mail marketing te permite hacer campañas distintas**; desde una promoción de ventas hasta un trabajo más concienzudo cómo es el caso del posicionamiento.

Para **enviar una newsletter** necesitas una base de datos de calidad, un poco de tiempo para crear mensajes que se ajusten a tu target y muchas ganas de hacer algo distinto, algo que si lo haces de forma permanente te puede dar grandes resultados.

Cindy Chávez  
Content Manager Mailify