

# ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE E-MAIL MARKETING

REF: K110

## OBJETIVOS

- Aprender a planificar una campaña de email marketing integrada dentro de su estrategia de Marketing Online.
- Conocer los factores clave para diseñar emails totalmente efectivos y analizar los resultados obtenidos en cada envío.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### 1. E-MAIL MARKETING

- 1.1. EL E-MAIL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE.
  - Estrategias de Marketing Online
  - Marketing relacional
- 1.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL E-MAIL MARKETING
- 1.3. RECOPIACIÓN DE E-MAILS
  - Crear una lista
  - Explotar una lista interna o propia, con tecnología de un tercero
  - Contratar una lista externa
- 1.4. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE E-MAIL MARKETING
  - Antes de empezar
  - Fases de una campaña de e-mail marketing
  - Objetivo de la campaña
  - Antes de la campaña
  - Elección de la lista
  - Segmentación
  - Personalización
  - Formato, Remitente y Asunto
  - Viralidad
  - Los resultados
- 1.5. PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN E-MAIL EFECTIVO
  - Introducción
  - Frecuencia de los envíos
  - Aspectos a tener en cuenta
  - Diseño del Email
  - Partes del mensaje de correo electrónico
- 1.6. PROTECCIÓN DE DATOS POR INTERNET
  - Normativa relativa a la recopilación de e-mails
  - Política de Privacidad
  - Responsabilidad de las listas de Datos Personales: listas internas y listas externas.
  - Sanciones
- 1.7. EL FORMATO HTML
  - Introducción
  - Estructura básica de un documento HTML
  - Comandos básicos de HTML

- Editores HTML gráficos

#### 1.8. SPAM, LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS DEL E-MAIL MARKETING

- Introducción
- Directiva 2002/58, de 12 de julio de 2002, sobre privacidad y las comunicaciones electrónicas
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico (LSSICE)
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD)
- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)

#### 1.9. ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL E-MAIL MARKETING

- Introducción
- Conceptos básicos

#### 1.10. DIFERENTES HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS ONLINE PARA GESTIONAR CAMPAÑAS DE E-MAIL MARKETING

- Qué ofrecen
- Algunos ejemplos