



# Taller pràctic de creació de butlletins

Prof. Montserrat Peñarroya

*Març 2015*



Generalitat de Catalunya  
**Departament de Cultura**

Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial

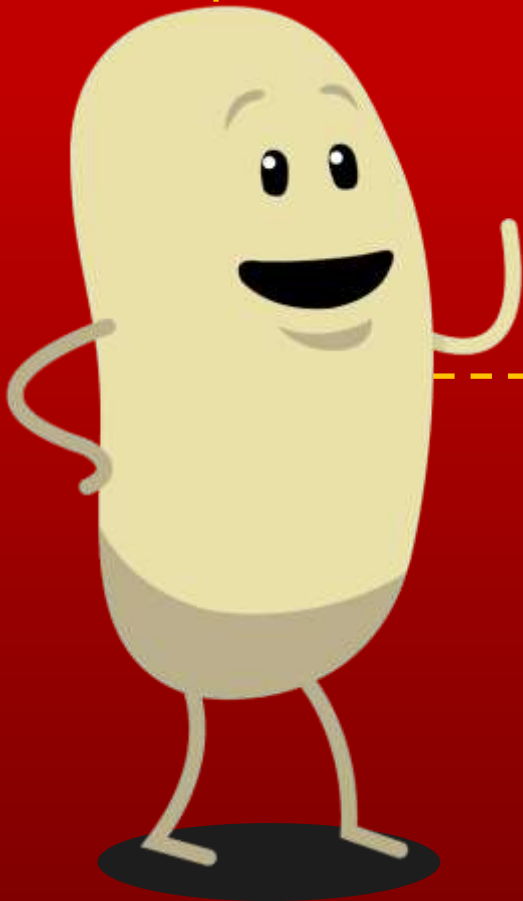
**sde**



# Què veurem a classe

- Estratègia: objectiu, públic
- Les bases de dades: creació de bases de dades i segmentació
- La maquetació del butlletí: html i text, les plantilles.
- Els marcadors de control
- L'Enviament
- El control de recepció

# **OBJECTIU I PÚBLIC**





# Què volem aconseguir?

- Visites al lloc web?
- Sol·licituds d'informació sobre un producte?
- Vendes al ecommerce?
- Interaccions a les xarxes socials?

**Cal fixar un objectiu**



# El públic objectiu

- A qui dirigim l'email?
  - A contactes comercials.
  - A clients que volem desenvolupar.
  - A gent que no coneixem de res.



# Quina és la proposta de valor de la nostra empresa

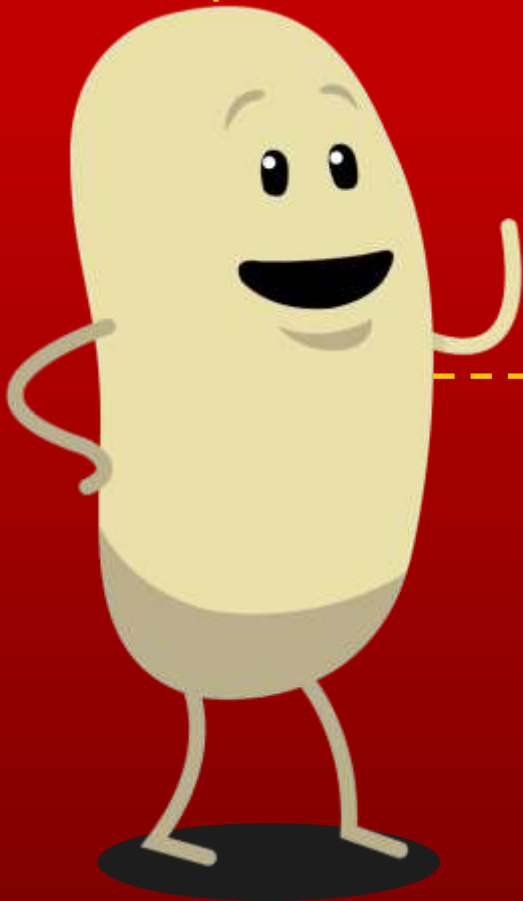
- Quina és la nostra proposta de valor especialment pensada per a ells?
  - Som més barats.
  - Oferim finançament a mida.
  - El nostre producte/servei és únic.
  - Les característiques del nostre producte el fan molt superior a la competència.



# Quin és el “ganxo”?

- Com aconseguirem que provin el producte o el servei? Per què aquest mail ho aconseguirà?
  - Enviem una mostra gratuïtament.
  - Realitzem una oferta.
  - Els incentivem amb un concurs...

# LES BASES DE DADES







## 3 tipus de bases de dades

- La nostra de clients.
- La nostra de contactes comercials.
- Bases de dades de tercers.
  - Poden ser empreses
  - Poden ser particulars



# La BBDD de Clients

- És la de clients que ja tenim.
- Hauríem de tenir com a mínim els següents camps:
  - email
  - Nom, cognom, idioma.
  - Empresa, adreça
  - Sector
  - Tipus de producte que compra.
  - Origen del client.



# La BBDD de contactes

- Hauríem de tenir com a mínim els següents camps:
  - **email**
  - Nom, cognom, idioma.
  - Empresa, adreça
  - Sector
  - Tipus de producte en el que està interessat.
- La BBDD del butlletí seria un començament.



# **Veure exemple de Marketing Sherpa .com**

# Altres BBDD



Cree sus Listados de Empresas entre más de 3 millones de agentes económicos

**Presupuestos, segmentaciones y muestras gratis hechas a su medida**

- Más de 50 criterios de segmentación.
- Evaluación, identificación y cuantificación de mercados por segmento.
- Filtro especial para eliminar empresas con alta probabilidad de impago.

**Regístrese y obtenga gratis presupuestos de listados a medida**

**Listados de Empresas**

Busque ahora los datos de contacto más fiables y actualizados de casi 2,5 millones de ejecutivos y administradores en Prospecta: La Base de Datos de Marketing B2B nacional más completa y actualizada donde puede usted eliminar a las empresas con mayor probabilidad de impago.

¿Alguna duda? Contacte con nosotros:  
Tlf. 900 10 30 20

Regístrese y obtenga gratis presupuestos de listados a medida

Nombre

Apellidos

NIF/CIF

Teléfono

Email

He leído y acepto las [Condiciones Generales](#) y [Política de Privacidad](#)

**Acceder Ahora**

Deseo recibir ofertas promocionales por email de einforma o de los sectores indicados en la cláusula 16 de las Condiciones



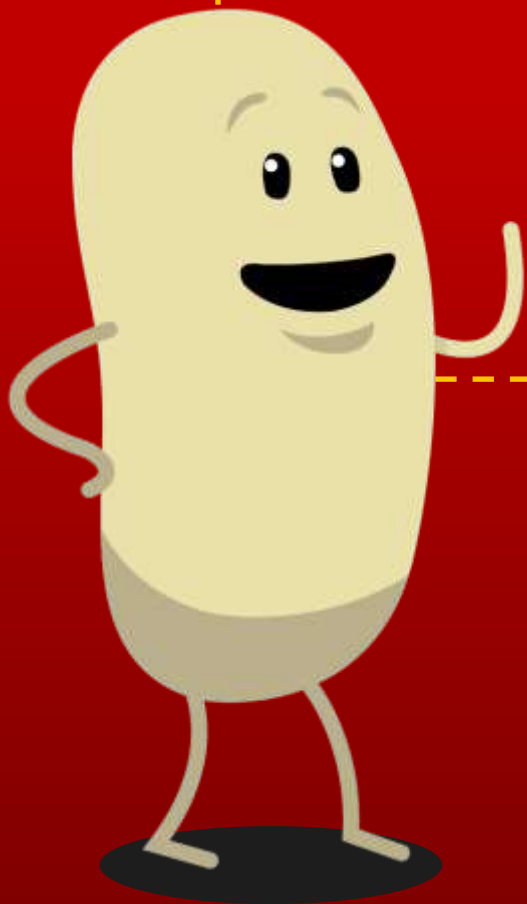
# Altres maneres d'aconseguir més BBDD

- Fer-la a ma.
- Aconseguir alta conjunta amb algun lloc web.
- Intercanviar missatges amb algun altre negoci.



# La segmentació

- La BBDD ha de tenir prou camps com per poder segmentar bé.



**L'SPAM**





# Què és

- És l'enviament **no autoritzat** d'emails automatitzats i periòdics a persones amb les que no tenim una relació comercials.
- Transmet molt mala imatge de l'empresa.
- La llei espanyola el prohibeix.



# La LISI o Llei de Comerç Electrònic

- *“Queda prohibido el envío de comunicaciones comerciales o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente **no hubieran sido solicitadas** o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.”*



# Els filtres antispam

- Els filtres funcionen per puntuació.

## Filtre tècnic:

- Que el domini no surti a les llistes d'spam.
- Que la IP no surti a les llistes d'spam

## Filtre de contingut:

- Qualitat en el nom del remitent.
- Qualitat en el “asunto”
- Codi HTML correcte.
- Imatges ben estructurades



# Spam a l'Assumpte

- No pot estar tot en majúscules.
- No pot incloure caràcters especials (!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!)
- Ha d'estar en l'idioma d'enviament.
- No pot incloure un email
- Millor si no inclou números.
- Millor si no inclou paraules prohibides (gratis, free, viagra, etc.)

# En el cos del missatge

## Evitar

Solo una imagen o una imagen demasiado grande.

Demasiadas imágenes comparado con el texto.

Demasiadas líneas vacías o comentarios en el código.

Video, Flash, Javascript, Iframe y formularios.

Los `<style>` en el email.

Los background

Un código HTML demasiado corto o demasiado largo.

Texto demasiado pequeño o demasiado grande.

## Consejo

`< 200px` de lado.

Equilibrio al 50% de texto y de imagen.

HTML todo junto sin nada que no sea útil.

Un gif animado o una landing page.

Utilizar `<font>`.

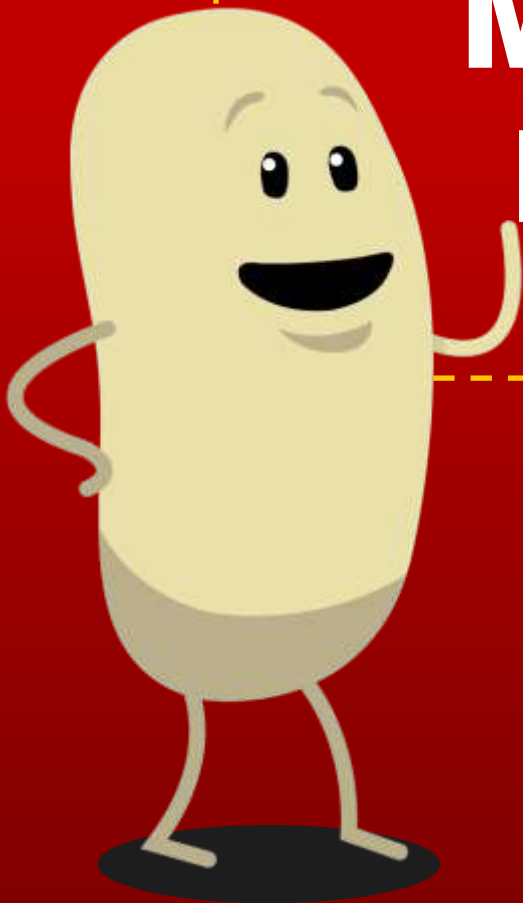
Utilizar imágenes básicas (`img src`), no fondos.

Mínimo de 10 líneas.

Y como máximo `< 30ko` sin las imágenes.

Sobre todo evitar que las primeras palabras estén en negrita o con un gran tamaño.

# EMAIL MARKETING I LEGISLACIÓ





# La LOPD

- La més que coneguda i comentada *Llei Orgànica de Protecció de Dades* (LOPD), és una llei que tothom coneix, tothom respecta i tothom tem, però curiosament gairebé ningú compleix al 100% i gairebé ningú pensa que és per a ells
  - Estableix que cal declarar els fitxers de dades.
  - Estableix els nivells de seguretat de les dades.



# Al sol·licitar els emails cal tenir en compte:

- Cal identificar clarament l'empresa que serà propietària de les dades.
- Indicar als usuaris que poden exercir els seus drets ARCO (dret a modificació de les dades i desubscripció).
- El fitxer ha d'estar donat l'alta a l'Agència de Protecció de Dades.





# La declaració de fitxers

- Aquelles bases de dades que tinguem amb dades de caràcter personal, vinculades a la gestió comercial o operativa del nostre negoci, cal declarar-les a **l'Agència de Protecció de Dades** [www.aqpd.es](http://www.aqpd.es) .
- Aquestes bases de dades han de tenir exclusivament dades recaptades dins el **marc legislatiu correcte** i amb **l'autorització de cada titular**.
- El personal de l'empresa amb accés a aquestes dades ha d'estar registrat, declarat i ha de tenir un compromís de confidencialitat signat amb l'empresa.



# Els nivells de seguretat

- Hi ha diferents nivells d'exigència en seguretat i aquest nivells vénen determinats pel tipus de dades que es recapten.
  - **Nivell baix:** les dades corrents.
  - **Nivell mig:** infraccions, informacions relacionades amb capacitat financera, etc.
  - **Nivell alt:** relacionades amb la salut, la raça, etc.

# Nivell bàsic

	NIVEL BÁSICO
TIPO DE DATOS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre</li><li>• Apellidos</li><li>• Direcciones de contacto (tanto físicas como electrónicas)</li><li>• Teléfono (tanto fijo como móvil)</li><li>• Otros</li></ul>
MEDIDAS DE SEGURIDAD OBLIGATORIAS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Documento de seguridad</li><li>• Régimen de funciones y obligaciones del personal</li><li>• Registro de incidencias</li><li>• Identificación y autenticación de usuarios</li><li>• Control de acceso</li><li>• Gestión de soportes</li><li>• Copias de respaldo y recuperación</li></ul>

# Nivell mig

	NIVEL MEDIO
TIPO DE DATOS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comisión infracciones penales</li><li>• Comisión infracciones administrativas</li><li>• Información de Hacienda Pública</li><li>• Información de servicios financieros</li></ul>
MEDIDAS DE SEGURIDAD OBLIGATORIAS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Medidas de seguridad de nivel básico</li><li>• Responsable de Seguridad</li><li>• Auditoría bianual</li><li>• Medidas adicionales de Identificación y autenticación de usuarios</li><li>• Control de acceso físico</li></ul>

# Nivell alt

	NIVEL ALTO
TIPO DE DATOS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ideología</li><li>• Religión</li><li>• Creencias</li><li>• Origen racial</li><li>• Salud</li><li>• Vida</li></ul>
MEDIDAS DE SEGURIDAD OBLIGATORIAS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Medidas de seguridad de nivel básico y medio</li><li>• Seguridad en la distribución de soportes</li><li>• Registro de accesos</li><li>• Medidas adicionales de copias de respaldo</li><li>• Cifrado de telecomunicaciones</li></ul>



# Sancions en cas d'infracció

	SANCIONES
LEVES	Multa de 601,01 € a 60.101,21 € (100.000 a 10.000.000 de pesetas)
GRAVES	Multa de 60.101,21 € a 300.506,05 € (10.000.000 a 50.000.000 pesetas)
MUY GRAVES	Multa de 300.506,05 € a 601.012,10 € (50.000.000 a 100.000.000 de pesetas)

## Bibliografia:

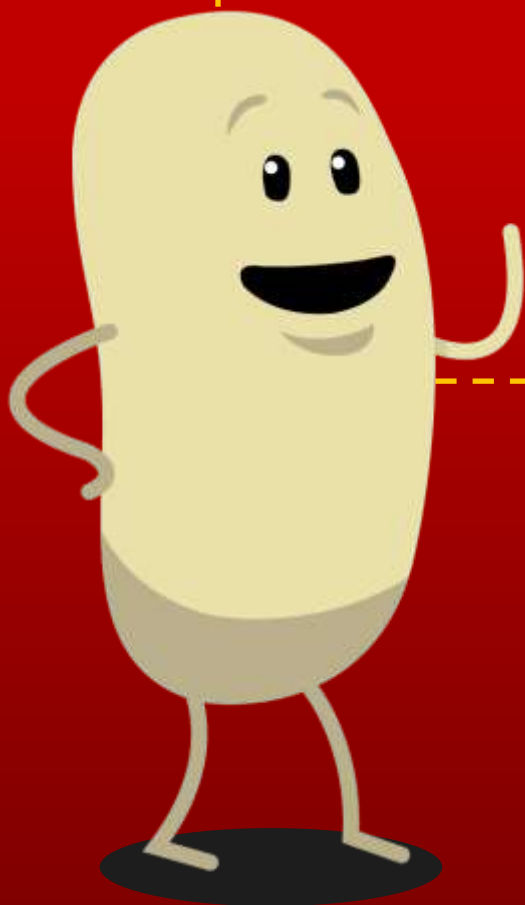
- Agència Catalana de Protecció de dades: <http://www.apdcat.net/>
- <http://www.portaley.com/protecciondatos/>



# Guia de Seguretat

- [https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/GUIA\\_SEGURIDAD\\_2010.pdf](https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/GUIA_SEGURIDAD_2010.pdf)

# CREACIÓ D'UN BUTLLETÍ







# El contingut del butlletí

- Pensar què volem enviar.
  - Introducció.
  - Oferta
  - Article de fons

(pensar sempre què interessarà a l'usuari)



# Maqueta

- Abans de començar és interessant fer dues coses:
  - Mirar molts butlletins.
  - Mirar els butlletins de la competència.



# Llocs on mirar plantilles

- [http://themeforest.net/item/bluereport-responsive-email-with-build/7843974?WT.ac=category\\_item&WT.z\\_author=digith](http://themeforest.net/item/bluereport-responsive-email-with-build/7843974?WT.ac=category_item&WT.z_author=digith)



# Consells per la maquetació

- Capçaleres que no siguin súper amples.
- Personalitzar al màxim el missatge.
- Fer una petita intro.
- Anar directe al gra mostrant el ganxo.



# Exercici 1

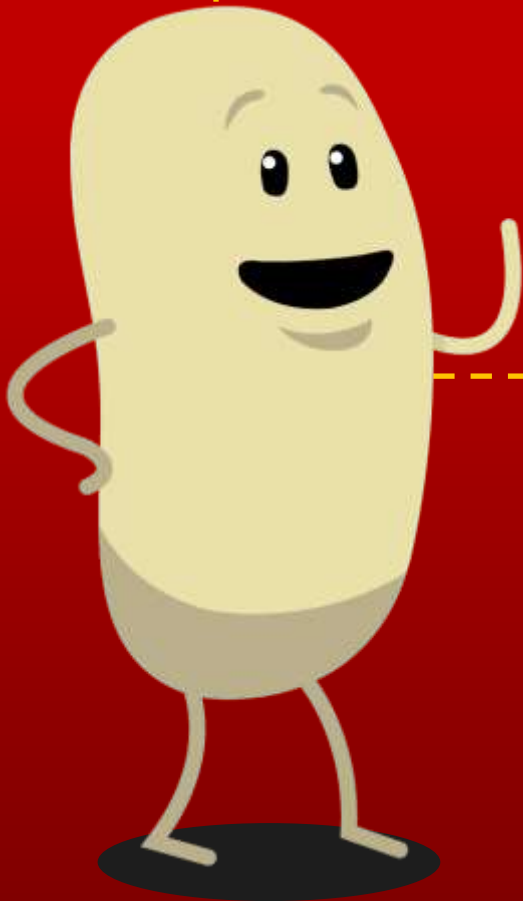
- Agafar paper i llàpis (o un doc Word) i maquetar un esquema sobre les seccions que volem que tingui el butlletí.



## Exercici 2

- Crear un base de dades en Excel amb tots els alumnes del curs.
- Camps:
  - Email
  - Nom
  - Cognom
  - Empresa
  - Ciutat

# LES EINES PER MAQUETAR





# Mail Chimp

- Per què?
  - 3,5 milions d'usuaris que envien més de 4 milions de correus electrònics al mes a través del servei.
  - Es tracta d'una aplicació web, encara que les dades es poden descarregar.
  - L'opció més bàsica ens permet enviar fins a 12.000 newsletter a 2.000 comptes de correu de manera totalment **gratuïta**.



# Creació d'un compte a MailChimp



## Account

MontsePenarroya

[Account settings](#) ▾ [Billing](#) ▾ [Extras](#) ▾ [Rewards](#) ▾

## Account plan: Forever Free

Subscribers

669 of 2,000

Plans & Credits

## Account status



MontsePen..

2



Campaigns



Templates



Lists



Reports



Autoresponders




## Exercici 3

- Creem un compte i pugem la BBDD d'alumnes de la classe.

# Exercici 4

- Anem a crear una plantilla




**WORN**

PROJEKTPINK


Boutique  
Drag and drop

Select




Color Box  
Drag and drop

Select




Contrast  
Drag and drop

Select




Hero Card  
Drag and drop

Select



Hero Image  
Drag and drop

Select



\$10 off

Monochromic  
Drag and drop

Select



**Per incentivar la creativitat,  
donarem un premi al mail  
més original i a la plantilla  
més bonica.**




Generalitat de Catalunya  
**Departament de Cultura**

Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial

**sde**

# Personalitzem la plantilla



← Page Design

Heading 1

Text Color

Font Family

Georgia

Font Size

48px

Font Weight

Normal

Save [Cancel](#)



# Personalitzem el missatge

- Utilitzem personalitzacions per als camps:
  - Nom → Hola #name



## Exercici 6

- Creem una campanya
  - Seleccionem una base de dades

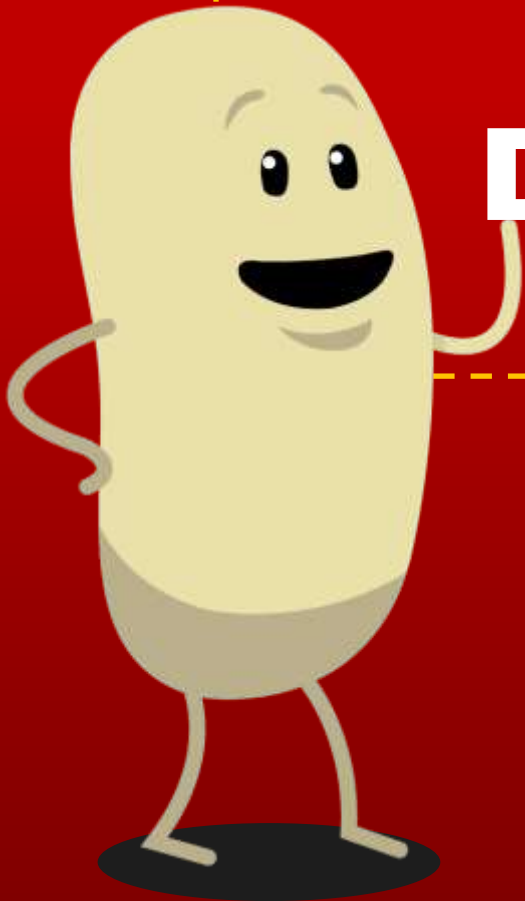


## Exercici 7

- Programem l'enviament del mailing i esperem els resultats.



# MILLORAR EL RATI D'OBERTURA





# Rati d'obertura

- Es el número d'emails oberts dividit pels emails enviats.
- Depèn de molts factors (els veurem a continuació).
- Hauria de ser d'entre un 30% i un 100%



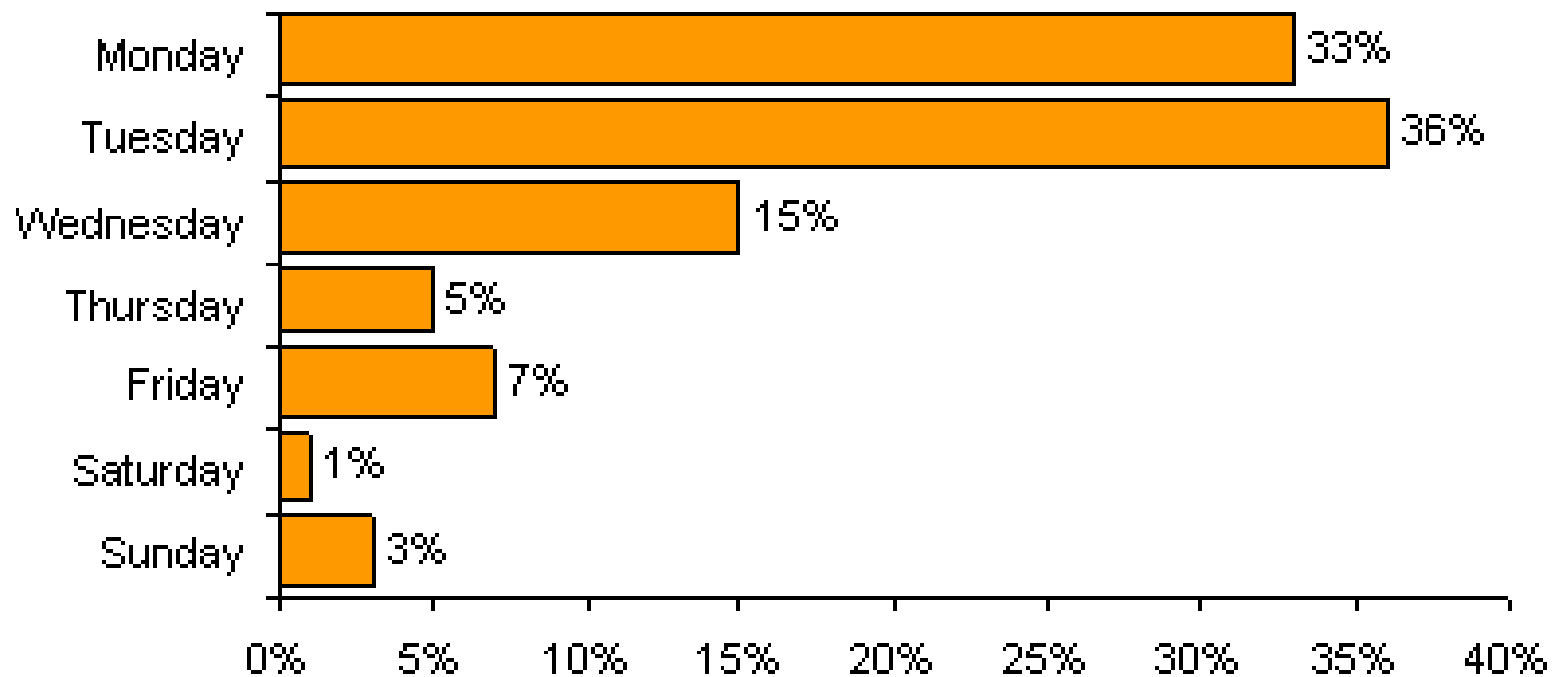
# Factors que afecten al rati d'obertura

- El dia i l'hora de setmana en el que s'envia un email.
- En l' "assumpte" del missatge.
- Depèn de qui sigui el remitent
- Depèn de si aconseguim passar o no els filtres antispam.



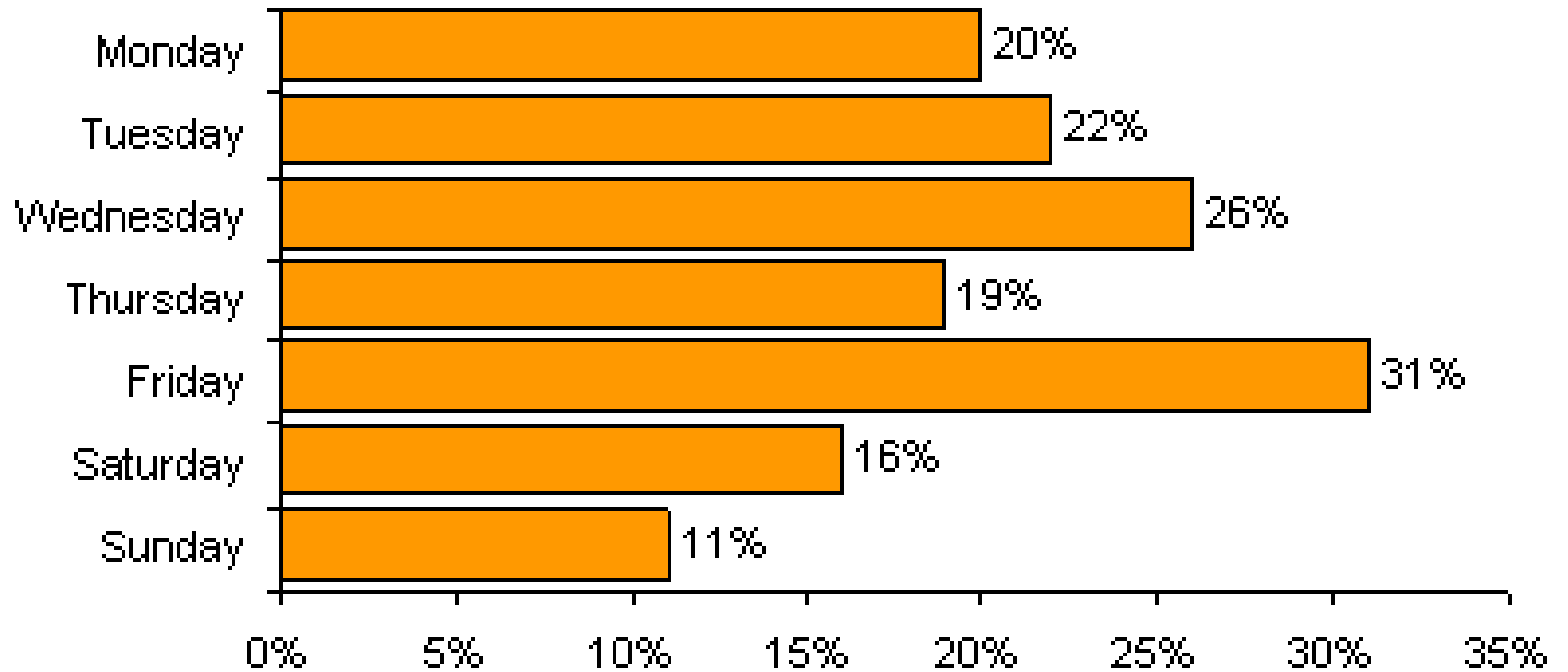
## Preferred Sending Day for B2B and B2C Marketing E-Mail

### Preferred day for B2B marketing email





### Preferred day for B2C marketing email



Font:

[http://www.clickz.com/img/preferred\\_sending\\_day\\_for\\_B2B.html](http://www.clickz.com/img/preferred_sending_day_for_B2B.html)



# El títol del mail (“asunto”)

- Cal triar bé el tema.
- Fer una llista de les coses que interessin als nostres clients/subscriptors:
  - Reduir despeses.
  - Menjar més sa.
  - Formació.
- Pensar quines coses de les que els pot interessar podem oferir-los nosaltres.
- Es tracta de que el mail no sigui sempre comercial i que pensem en com ajudar-lo.



# Les promeses quantificables

- Incloure títols de l'estil:
  - Les 4 maneres de reduir la despesa en ...
  - Els 10 darrers seients per a la conferència...
  - Descobreix en 2 minuts com pots fer...
  - Descobreix 5 maneres d'incrementar les teves vendes.
  
- Pensar el títol com si fos una piulada.

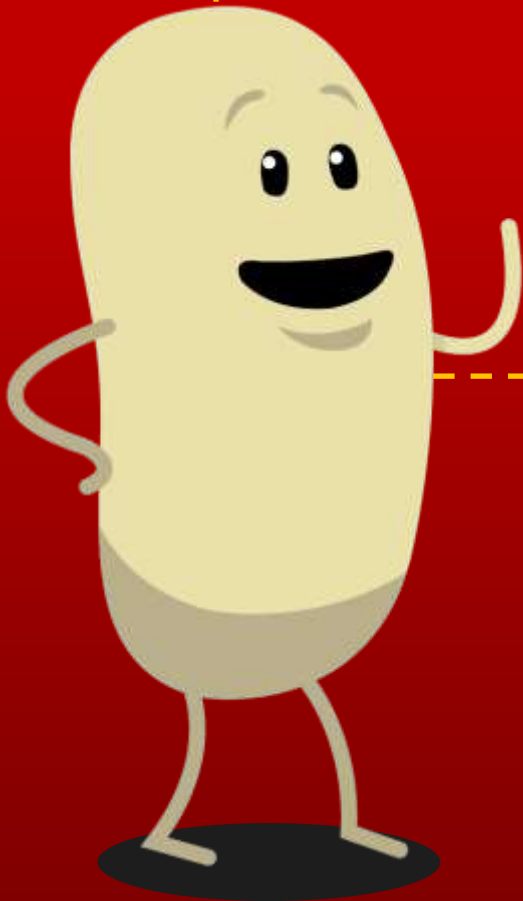


# Gestionar els rebotats

- Cal depurar la bbdd cada cop que la fem servir.
- Revisar els mails que no existeixen (corregir o borrar)
- Revisar els que tenen la bústia plena.



# **SEGUIMENT DELS RESULTATS**



# Exemple de Mala campanya

## Rendimiento del envío

Número de mails enviados	426	100,00%
Número de mails recibidos	137	32,16%
Número de mails no recibidos	289	67,84%



## Rendimiento del mensaje

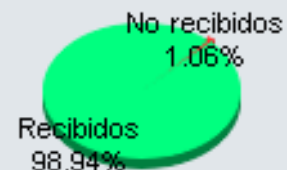
	Valor	% Bruto	% neto de returned mail
Abridores	15	3,52%	10,95%
Clickers	1	0,23%	0,73%
Aperturas	26	6,10%	18,98%
Clics	2	0,47%	1,46%
Dados de baja	0	0,00%	0,00%
Ahijados generados	0	0,00%	0,00%
Índice de reactividad (Clickers / Abridores)		6,67%	



# Exemple de bona campanya

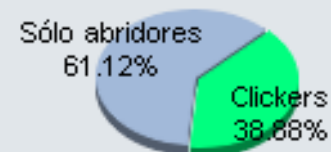
## Rendimiento del envío

Número de mails enviados	3.950	100,00%
Número de mails recibidos	3.908	98,94%
Número de mails no recibidos	42	1,06%



## Rendimiento del mensaje

	Valor	% Bruto	% neto de returned mail
Abridores	1.412	35,75%	36,13%
Clickers	549	13,90%	14,05%
Aperturas	2.961	74,96%	75,77%
Clics	1.081	27,37%	27,66%
Dados de baja	0	0,00%	0,00%
Ahijados generados	0	0,00%	0,00%
Índice de reactividad (Clickers / Abridores)			38,88%





# Mètriques “normals”

- Ratio de cancelacions o baixes: 0,2%
- Ratio de obertura:
  - Per a un butlletí mensual: 22%
  - Per a un email puntual: entre 30% y 40%
- Ratio de clics por obertura:
  - En un butlletí: 4,4%
  - En una promoció: 15%

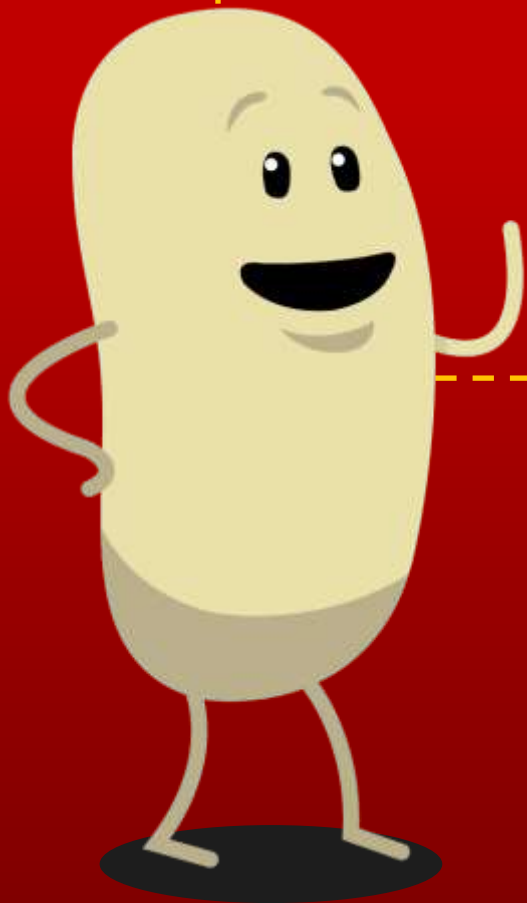


# Gestionar la gent que no obre el butlletí

- Hi ha dues escoles de pensament:
  - Els diuen que els hem d'esborrar.
  - Els que diuen que algun dia podrien obrir-lo.
- Podríem realitzar un mailing especial per a ells amb alguna cosa que faci que l'obrin.

# Google Analytics ens ajuda

Agrupación de canales predeterminada	Adquisición			Comportamiento		
	Visitas ? ↓	% de visitas nuevas ?	Nuevas visitas ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas / Visita ?	Duración media de la visita ?
	<b>6.194</b> % del total: 100,00% (6.194)	<b>88,17%</b> Promedio del sitio: 60,77% (45,09%)	<b>5.461</b> % del total: 145,09% (3.764)	<b>80,48%</b> Promedio del sitio: 80,48% (0,00%)	<b>1,47</b> Promedio del sitio: 1,47 (0,00%)	<b>00:01:32</b> Promedio del sitio: 00:01:32 (0,00%)
1. Organic Search	5.334	89,50%	4.774	81,35%	1,44	00:01:30
2. Direct	539	80,15%	432	74,21%	1,65	00:01:55
3. Referral	215	87,91%	189	80,00%	1,45	00:00:58
4. Social	83	67,47%	56	71,08%	1,94	00:01:51
5. Email	19	42,11%	8	57,89%	2,26	00:04:29
6. (Other)	4	50,00%	2	100,00%	1,00	00:00:00



**EN RESUM**



# Cal que recordem

- Tenir clar l'objectiu del mail.
- Seleccionar acuradament al públic.
- Crear el butlletí/mail
- Programar l'enviament
- Fer-ne el seguiment.
- Aprendre tant com sigui possible dels nostres enviaments.
- Seguir treballant en la millora dels ratis.





# Moltes gràcies



**Montserrat Peñarroya**

**@montsepenarroya** Sabadell

*Especialista en Marketing Digital Internacional.*

[http://www.montsepenarroya.com?utm\\_campaign=TwitterProfile](http://www.montsepenarroya.com?utm_campaign=TwitterProfile)

Tel. 935377605 - Mòb. 639141269

[montse@quadrantalfa.com](mailto:montse@quadrantalfa.com)

[www.montsepenarroya.com](http://www.montsepenarroya.com)

[www.facebook.com/Montserrat.Penarroya](https://www.facebook.com/Montserrat.Penarroya)

[www.Twitter.com/montsepenarroya](https://www.Twitter.com/montsepenarroya)



Generalitat de Catalunya  
**Departament de Cultura**

Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial

**sde**