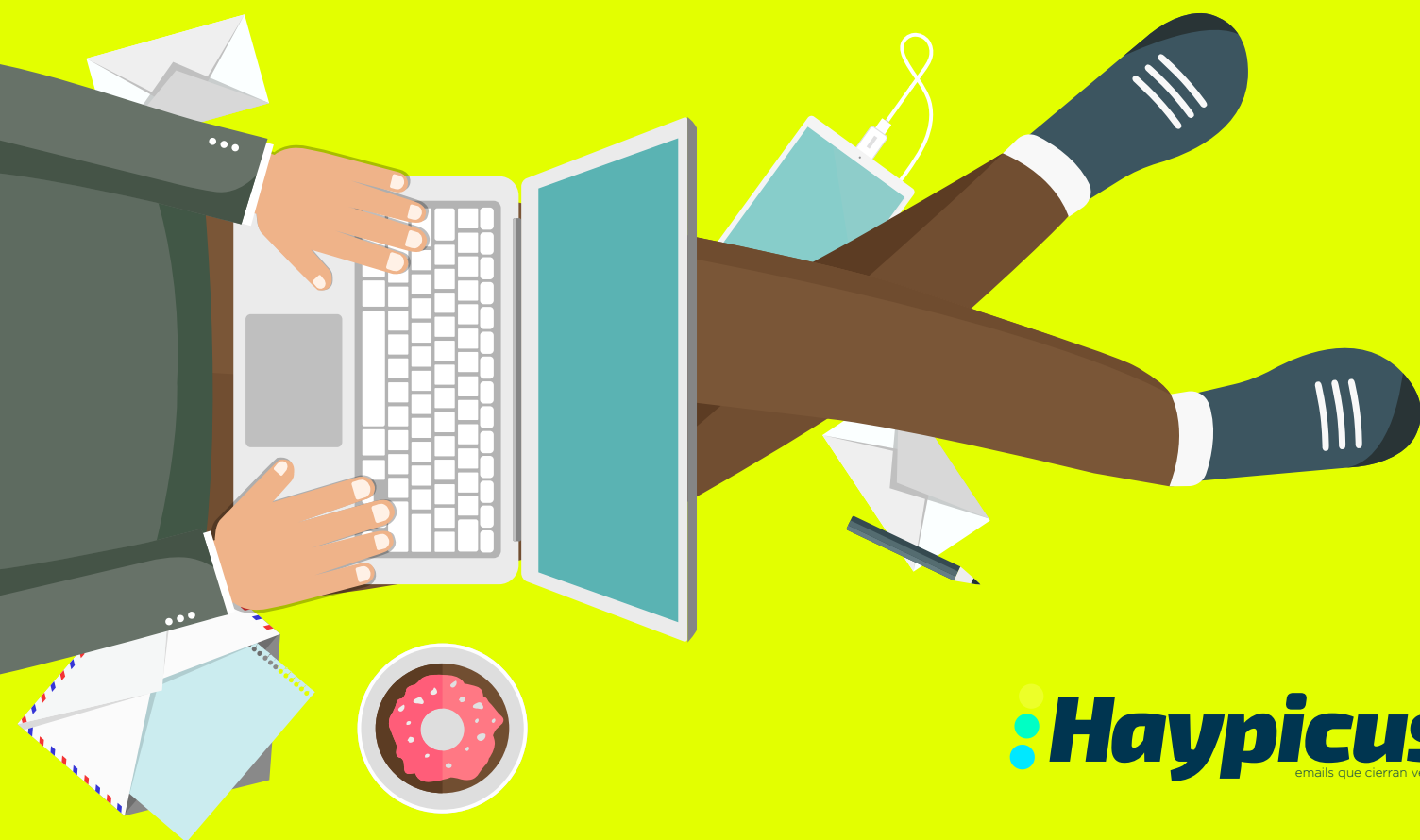


VENDE COMO NUNCA A TRAVÉS DE TU EMAIL

CON LA ESTRATEGIA DEL PÁJARO CARPINTERO



Emails seguidos que cierran ventas

El propósito de este ebook es ayudar a sacar el máximo provecho a tu email mediante la creación de una estrategia eficaz de emails seguidos.

Aprenderás las mejores prácticas de emails seguidos de ventas basados en nuestra experiencia.

¡Prepárate para vender como nunca lo has hecho! Consigue ratios de apertura y respuesta de emails nunca vistos en tu sector.

© Haypicus 2020



Este es **Picus Sharpei** o **Pito Ibérico**, es una especie de pájaro carpintero endémica de la **península ibérica**.

En el comportamiento de esta **especie de pájaro** y su **insistencia** a la hora de picar los pinos hasta crear su casa **se basa nuestra estrategia de marketing** y por eso le pusimos **su nombre** a nuestra herramienta, **Haypicus**.

Tabla de contenido

1. ¿Qué son emails seguidos y por qué son importantes?
 - 1.1 ¿Por qué vale la pena hacer emails seguidos?
2. ¿Cómo escribir un correo electrónico seguido a un cliente potencial?
 - 2.1 ¿Qué escribir en un correo electrónico seguido de ventas?
 - 2.2 ¿Cómo programar tus emails seguidos de ventas?
3. ¿Cómo automatizar los emails seguidos?
 - 3.1 ¿Cómo crear una secuencia de seguimiento en Haypicus “El pájaro carpintero que cierra ventas”?
4. Resumen de buenas prácticas.

1. ¿Qué son emails seguidos y porqué son importantes?

¿Eres de los que borra todos los emails comerciales a primera hora del día y solo deja los emails personales?. De todas las newsletter que te mandan las marcas a lo largo del día, ¿Cuántas lees de verdad? Te voy a decir cuantas: Una o ninguna.

Es por eso que tenemos que evitar mandar emails comerciales a nuestros posibles clientes y empezar a mandar emails más personales que cierren una relación de confianza con ellos.

La forma en que gestionamos nuestra bandeja de entrada es muy personal. Sin embargo, hay una cosa que permanece igual para todos. El email **sigue siendo el rey** cuando se trata de comunicación 1 a 1, que es la mejor manera de relacionarse en el ámbito profesional.

Los emails son eficaces para la comunicación empresarial, principalmente debido a su carácter personal y directo. Te permiten mantener una conversación 1 a 1 con cualquier contacto **sin invadir su tiempo**. A diferencia de las redes sociales, apps de mensajería o una llamada telefónica fría, el email no requiere inmediatez y en su diferenciación se encuentra su gran valor.

Por lo tanto, los emails son el mejor medio para que puedas acercarte a alguien, con el cual, quieres construir o mantener una relación comercial, ya sea un prospecto, un lead o un cliente. Este debe ser el objetivo principal de tus emails seguidos: **construir una buena relación con las personas que pueden tener o que ya tienen una relación con tu negocio**.

La estrategia de emails seguidos de ventas debe ser una parte importante de la estrategia de marketing en tu empresa y debe estar alineada con tu departamento de ventas. **Un email seguido es una gran oportunidad para construir una buena relación con tus futuros clientes**. Por lo tanto, no debe ser sólo un simple recordatorio de que no han respondido a un primer email de contacto. **No hay que olvidar que cuando mandas un segundo email, tu principal objetivo es animar a iniciar una conversación, no vender tu producto**.

1.1 ¿Por qué vale la pena hacer emails seguidos?

Haypicus nació como una herramienta de automatización de emails y en los estudios previos realizamos análisis para descubrir cómo **son las campañas de email seguidos que obtienen mayores ventas**. Analizamos a fondo un gran número de campañas de nuestros clientes. **Resultó que los emails seguidos tienen un gran impacto en la tasa de respuesta de una campaña**. Según nuestra investigación, una campaña con al menos un email seguido logra una tasa de respuesta total del 27% de media, mientras que la tasa de respuesta de una campaña de email con un solo email tipo newsletter alcanza una respuesta del 6%. **En otras palabras: los emails seguidos son más efectivos que una campaña de email normal**. Las estadísticas muestran que el éxito general de tu campaña de email marketing depende en gran medida de la calidad de tus emails seguidos.

Pero ¿por qué los emails seguidos son tan eficaces logrando que las personas respondan? En primer lugar, se trata de una cuestión de tiempo. Algunas personas podrían estar demasiado ocupadas cuando recibieron tu primer email. O tal vez simplemente perdieron tu mensaje entre cientos de emails que reciben todos los días. **Si envías tu email seguido en un momento o día de la semana distinto, das a tus posibles clientes otra oportunidad de responderte**.

Hay también una cuestión de confianza. Tus clientes potenciales, probablemente, nunca han oído hablar de tu empresa. En tal caso, que abra el email no es suficiente para despertar su interés, ganar su confianza o que te haga una compra. Ellos, todavía no han entendido los beneficios que tu producto o servicio ofrece. Por lo tanto, **el propósito de tus emails seguidos debe ser aportar un valor adicional y mejorar tu credibilidad a los ojos de los clientes potenciales**.

Es tu oportunidad de mostrar una posibilidad de que la solución se ajuste a sus necesidades de negocio o resuelve sus problemas. **Proporcionarles casos de éxito en su sector o industria puede llevarlos a generar más rápidamente una relación de confianza**.

Ahora que ya sabes qué hace un email seguido, veamos cómo ejecutar la estrategia de la manera más eficaz.

2. ¿Cómo escribir un correo electrónico seguido a un cliente potencial?

Al escribir un email seguido, debes pensar **en aportar mucho valor al posible cliente**. Un email seguido debe ser igual de conciso y personal que tu email inicial. Haz un estudio previo de los puntos en los que tu solución puede ayudar a tu posible cliente.

Al escribir un email seguido a un cliente potencial, estructura tu mensaje de manera que **destaque tu propuesta de valor**. No repitas palabra por palabra lo mismo que escribiste en el email inicial. **Piensa en un beneficio adicional que tu solución puede dar** o centrarte en la funcionalidad única **que hace que destagues entre la competencia**.



Asunto: Re: <Email inicial>

```
Hola {{nombre}},  
> > Propuesta de valor <<  
> > Repetir Llamada a la Acción CTA <<  
<Firma>
```

No te olvides de la llamada a la acción al final de tu mensaje para que tu destinatario sepa lo que le estás pidiendo que haga. Lo mejor es repetir el mismo CTA que en el mensaje inicial para no confundir. Ejemplos de llamadas a la acción: Descarga nuestro Ebook, Lee nuestro artículo relacionado, ¿Concertamos una cita para visitar su oficina esta semana?, ¿Le llamo el martes a las 17:00?.

Asegúrate de que cada email seguido está libre de palabras SPAM. Evita expresiones que sabemos que los filtros de spam no pasan. Como por ejemplo: **100% Gratis, Descuento, Rebajas, Compra...** Los filtros de spam están muy avanzados y analizan no sólo el contenido sino también el contexto del email para determinar si se trata de spam o no.

Por último, **no te olvides de comprobar tus errores ortográficos o gramaticales**. Una gramática descuidada puede arruinar una primera impresión. Un email lleno de errores no va a conseguir respuestas.

2.1 ¿Qué escribir en un correo electrónico seguido de ventas?

Los emails seguidos de ventas deben estar conectados con el email inicial. Mientras que el mensaje de apertura ya habla de tu propuesta de valor, **el email seguido debe añadir algo de valor adicional.**

Trata de construir un email que sirva como medio para construir confianza. Te voy a enseñar lo que quiero decir. **Supongamos que este es el correo electrónico inicial que enviaste a tus clientes potenciales:**



Hola {{nombre}},

¿Estás consiguiendo el número de nuevos clientes que te propusiste a inicio de año?

Se que un equipo de ventas como el tuyo tiene un gran potencial pero a menudo está limitado por el tiempo y los recursos para llevar el proceso de generación de ventas y nuevos clientes de manera automática.

Me encantaría proponerte una solución con nuestra herramienta de emails seguidos.

¿Tendrías 5 min este jueves para comentarlo?

<Firma>

Ahora echa un vistazo a los tres enfoques alternativos de emails seguidos que te presentamos a continuación para conseguir una respuesta y aumentar la confianza.

Tratar de vender una solución, no un producto

Muestra que tu producto o servicio puede resolver un problema del cliente potencial, como en el ejemplo siguiente:



Hola de nuevo {{nombre}},

Para crecer, tu empresa necesita ampliar su proceso de generación de nuevos clientes, pero debido a limitaciones de tiempo y recursos, es más fácil decirlo que hacerlo. No puedes alargar el día, ni puedes clonar a los miembros de tu equipo. Pero puedes usar la automatización y hacer que el proceso sea más eficiente.

Gracias a nuestra herramienta, puede comunicarse con todos los posibles clientes que tienes en tu base de datos. Nuestro pájaro carpintero comenzará una secuencia de emails con ellos esperando una respuesta que irá directamente al correo del comercial a la espera de cerrar cita con uno de tus representantes de ventas.

Te presento la idea con más detalles. ¿Te viene bien el jueves una llamada rápida?

<Firma>

Estructura tu discurso en torno a **cómo tu solución ayuda a lidiar con los desafíos que tus clientes objetivo pueden enfrentar a diario**. Presenta casos de uso relevantes para ilustrar cómo funciona en la práctica. Si logras cumplir o superar las expectativas de tu cliente potencial, tiene **una gran oportunidad de ganar a tu competencia**.

Menciona un caso de éxito

La prueba social es importante para generar confianza. Agrega credibilidad. **Presenta alguna historia de éxito de tus mejores clientes.** Los ejemplos de la vida real son más convincentes que los números. **Elige un caso de éxito con el que tus clientes puedan compararse.** Deberías presentar una empresa dentro de la misma industria, en la misma etapa de desarrollo o que tiene desafíos similares. **Si tu solución los ayudó, ¿por qué no ayudaría al negocio de su cliente potencial?**



*Hola de nuevo {{nombre}},
¿Sabías que {{Competidor}} también tuvo problemas con la ineficiencia de su proceso de generación de nuevos clientes antes de automatizarlo con nuestra herramienta?

Compartieron la historia completa de su rápido crecimiento en una entrevista con nosotros. Puedes leerlo aquí.
Déjame mostrarte la herramienta: ¿te viene bien el jueves?

<Firma>*

Echa un vistazo al email seguido de arriba. **¿Ves el patrón problema-solución-resultado del estudio de caso?** Cuando describas una de los casos de éxito de tus clientes anteriores, comienza por definir el desafío al que se enfrentaba. **Describe cómo tu solución los ayudó a resolver el problema.** Luego, resume destacando cómo el cliente se benefició de su solución.

Enlaza a un recurso formativo valioso para el cliente

Ya dijimos antes que mejorar **la credibilidad juega un papel clave** para convencer a aquellos clientes potenciales que todavía tienen dudas sobre tu solución. La experiencia en la materia es un importante factor de fomento de la confianza. Ofrece a tus clientes potenciales algo que consideren valioso y colóquese como especialista en el campo al mismo tiempo.

Puedes incluir un enlace a una fuente formativa gratuita, **como un libro electrónico, un blog de la empresa o un documento técnico que cubra temas que el público objetivo podría encontrar interesante**. Al igual que en el ejemplo a continuación:



*Hola de nuevo {{nombre}},
¿Sabía que su empresa puede perder hasta un 20% de clientes potenciales cada mes debido a un largo proceso de conversión? Investigamos tu industria y reunimos algunas ideas interesantes. Puedes acceder al informe gratis aquí.*

Sin embargo, puede evitar perder clientes potenciales al automatizar la etapa de calificación.

Avísame si el jueves tienes un hueco para discutir la idea un poco más a fondo.

<Firma>

Ahora que sabes en qué debes centrarte a la hora de construir los emails seguidos, echemos un vistazo a cómo programar una secuencia de emails seguidos y cuál es la frecuencia óptima.

2.2 ¿Cómo programar tus emails seguidos de ventas?

Es hora de planificar y programar la secuencia de emails seguidos. Veamos cuántos emails **son suficientes para convertir a la mayoría de las clientes potenciales y cuándo es más probable que respondan.**

¿Cómo elegir el número óptimo de emails?

Enviar solo un email seguido vale la pena. Nuestra investigación muestra que el primer email seguido en la secuencia **trae una tasa de respuesta 40% más alta** en comparación con el email de apertura. **Siguiendo esta línea de pensamiento, cada próximo email seguido debería aumentar la conversión aún más.**

Sin embargo, de acuerdo con los datos que reunimos, **a partir del quinto email, el aumento en la tasa de respuesta no es notable.** Por lo tanto, puede que no valga la pena invertir su tiempo y esfuerzo en crear más emails seguidos.

El número óptimo de emails seguidos parece ser 2-3. La calidad gana a la cantidad en este caso. En lugar de seguir 6 o 7 veces, le aconsejo que invierta su tiempo en pulir el contenido de sus 3 primeros emails.

¿Con qué frecuencia hacer un seguimiento de su correo electrónico frío?

Demasiado de algo bueno puede resultar cansino. Por lo tanto, no debe ser muy rápido con la frecuencia de emails. **Es importante no cruzar la delgada línea entre ser persistente y volverse molesto.** Inundar las bandejas de entrada de sus clientes potenciales con emails solo te hará parecer un spammer. **Los clientes potenciales molestos pueden informar que sus mensajes no son bienvenidos y su dominio o IP quedarán en la lista negra.**

Programa el primer email seguido 2-3 días después del email de apertura. Dale a tus clientes potenciales algo de tiempo para contestar. Espere un poco más con el próximo email. Enviar correos electrónicos con demasiada frecuencia te hará parecer agresivo e intrusivo, justo lo contrario de lo que pretendes.

¿Cuál es el mejor momento para enviar emails seguidos?

Es difícil dar una respuesta directa a esta pregunta. Depende mucho de las características de tu público objetivo. Aprende sobre su flujo de trabajo y hábitos de trabajo diarios. **Averigüe a qué hora comienzan su jornada laboral, cuándo suelen revisar y responder correos electrónicos, o qué días de la semana están más ocupados.**

El momento adecuado juega un papel importante en el email. **Siempre que apuntes a las personas adecuadas y tu mensaje indique claramente los beneficios de tu solución, una tasa de respuesta baja probablemente significa que sus prospectos no tuvieron la oportunidad de responder la primera vez.**

Quizás estaban navegando por sus emails mientras participaban en una reunión matutina. O recibieron tu mensaje inicial justo antes de salir de la oficina. **Un email seguido es otra oportunidad para que sus clientes potenciales respondan tu mensaje en un momento más conveniente.**

¿Cómo puedo saber cuál es el momento adecuado en mi caso?

Conociendo el cronograma diario de tus clientes potenciales, podrás planificar la mejor hora para el envío. Puedes encontrar la ventana de tiempo perfecta preguntando a tus ya clientes.

Aunque no existe una receta para el mejor momento para tus emails seguidos, según nuestra investigación, estadísticamente hay un ligero aumento en la tasa de respuesta los lunes, viernes y sábados. Sin embargo, la diferencia no es lo suficientemente significativa como para establecer una regla. Más bien trátalo como un punto de partida para hacer pruebas.

3. ¿Cómo automatizar los emails seguidos?

Crear y enviar una secuencia de emails seguidos manualmente a tu lista de clientes es muy complicado. **Vas a perder el control sobre quién y cuándo se debe hacer un seguimiento.** Imagina que enviaste 30 mensajes el martes. Al día siguiente, la mitad de los destinatarios respondieron, por lo que tuviste que responder. Mientras tanto, también tuviste que hacer un seguimiento con la otra mitad. El jueves enviaste una nueva campaña a otros 25 nuevos destinatarios. Al mismo tiempo, recibió más respuestas al primer correo electrónico y los seguidos que envió el otro día...

Las cosas comienzan a ponerse realmente complicadas y es fácil perder el control.

Aquí es donde la automatización de emails seguidos viene al rescate.

3.1 ¿Cómo crear una secuencia de seguimiento en Haypicus “El pájaro carpintero que cierra ventas”?

Haypicus le permite programar una secuencia de emails seguidos basada en una condición. Significa que puedes preparar tu secuencia y que nuestra herramienta pare de enviar emails cuando un cliente potencial realiza una acción específica, la más común, que nos responda a cualquiera de nuestros emails.

Pasemos a configurar tu campaña de emails seguidos.

Aquí te explicamos cómo hacerlo.

PASOS PARA CREAR UNA SECUENCIA DE EMAILS SEGUIDOS DE VENTAS

PASO 1 - Prepara tu secuencia de emails seguidos

En haypicus puedes programar hasta 7 emails seguidos, que, como ya sabes, es más que suficiente para aprovechar al máximo tu campaña. Todos los mensajes se envían en el mismo hilo, para que los clientes potenciales puedan ver los mensajes anteriores como referencia y no se confundan.

PASO 2 - Programa el tiempo de envío

Una vez que haya terminado con el contenido de sus emails seguidos, configura el marco de tiempo de envío. Elige una cantidad de días después del email inicial para que se envíe email seguido.

Eso sí, Haypicus aleatoriza el tiempo de envío de los emails a lo largo del día marcado. Significa que se envían uno por uno con una frecuencia irregular. Al igual que un humano enviaría emails. De esta forma, todos sus emails automáticos se envían a la bandeja de entrada principal de sus clientes.

PASO 3 - Optimizar la campaña

Cualquier pico de envío inusual parece sospechoso para los filtros del servidor de emails. Para evitar problemas durante el proceso de envío, tienes que hacer que las ventanas de envío sean lo suficientemente anchas para que todos sus emails se envíen sin problemas, nuestra recomendación son dos o tres días.

4. Resumen de las buenas prácticas.

No existe una receta exacta para una estrategia emails seguidos de ventas. Depende mucho de tu sector y de tus clientes objetivo, así como de tu nicho de mercado. Sin embargo, a continuación te presentamos un conjunto de consejos que vale la pena seguir para sacar el máximo potencial a tus campañas.

1. Sé amable incluso si la respuesta es negativa

Nunca pierdas las formas. Respeta que alguien no está interesado en tu solución y no desea recibir más mensajes. Es su elección y en el marco de la UE, también es su derecho bajo la ley GDPR.

2. No te lo tomes como algo personal si algunos no responden.

En lugar de renunciar a tus campañas de emails seguidos, modifica tu estrategia. Intenta identificar lo que podrías mejorar en la siguiente campaña. Quizás el contenido del email no generó interés de tus clientes. Quizás no supiste poner en valor tu solución lo suficiente.

3. No seas demasiado agresivo

No hagas un email seguido dos veces al día. O uno sin fin. Tienes que saber cuando es suficiente. Bombardear a tu público con emails durante semanas no servirá de nada. Todo lo contrario: tu dominio o dirección IP puede terminar en una lista negra y el proceso de recuperación es bastante laborioso y requiere mucho tiempo.

4. Evita la palabrería

Tus clientes potenciales están muy ocupados y reciben muchos emails al día. Por lo tanto, rara vez los leen los emails de principio a fin. Tu mensaje debe ser conciso y al grano para ganar el interés. Concéntrate en ellos en vez de ti mismo. No te jactes con tus logros, pero muestra cómo tu conocimiento y experiencia en la industria pueden ayudarlos a alcanzar sus objetivos o resolver problemas.

5. Agregar valor

El email seguido no significa que debes reenviar el mensaje original nuevamente o seguir empujando a un individuo con emails de recordatorio molestos. El propósito es agregar un valor extra. Algunos clientes pueden necesitar más tiempo o argumentos para confiar en ti. Cada email seguido debería darles más razones para ello.

6. Obtenga una vista previa de tus emails seguidos antes de enviar

Una vez que hayas terminado de crear y programar tu campaña, obtén una vista previa y vuelve a verificar el resultado final. Este paso puede ahorrarte un posible disgusto una vez que detectes un error y sea demasiado tarde para corregirlo.

No cuesta nada copiar el texto de los emails en un doc y dárselo a un colaborador para que los lea, puede darte un buen feedback.

7. Cuidado con el contexto

No hay un tipo de email seguido que valga para todos. Siempre pregúntate cuál es el objetivo de tu email seguido y ajusta el contenido en consecuencia.

Sube el nivel de tu estrategia de emails seguidos

Te toca. Sigue los consejos que hemos compartido contigo en esta ebook para aprovechar al máximo tus emails seguidos. **Asegúrate de que cada email seguido aporta un valor adicional a sus clientes potenciales.** Concéntrate en ganar su confianza en lugar de cerrar una venta lo más rápido posible. Luego calcula el momento y la frecuencia más óptimos para tu secuencia de emails. Ten en cuenta que lo poco agrada y lo mucho cansa. Elige calidad sobre cantidad.

No trates los consejos que compartimos contigo como reglas a seguir a rajatabla. Esto es solo un ebook que sirve de guía para orientar tu estrategia de emails seguidos en la dirección correcta. **Debes verificar qué funciona mejor en tu sector y con tu público.**

¡Buena suerte!

Estamos seguros de que vas a mejorar mucho tu nivel de respuesta de emails y en consecuencia, llevar tus ventas al siguiente nivel.

