

10 Tips de Cyberclick para el óptimo diseño de e-mail marketing

02 de marzo de 2011

Fuente: prmarketing

más posibilidades existen de que el e-mail no se vea bien en todos los clientes de correo (Outlook, Thunderbird, Hotmail, Gmail, Yahoo, etc.). En la sencillez no solo está la elegancia sino la seguridad de que los destinatarios de nuestro e-mailing serán verdaderos receptores de nuestro mensaje publicitario. La prueba y el error también nos ayudarán a saber cuál es el código más óptimo para nuestro e-mail.

Desde Cyberclick , 10 tips para que el diseño del e-mail marketing funcione:

1- Utilizar tablas para la maquetación de contenido, no div's. La única forma de que el diseño de nuestro e-mail cuente con una estructura es utilizando tablas. Los div's son realmente útiles, pero en el diseño de sitios web. Si los utilizamos en e-mail, no lograremos alinear nuestro contenidos.

2- Los CSS siempre in-line.

Para dar formato al contenido de nuestro e-mail, hay que definirlo dentro de las tablas o de los TD, nunca en hojas de estilo aparte ni en el head de nuestro HTML.

3- Equilibrio de imágenes y texto. Si abusamos de las imágenes hay más posibilidades de que nuestro diseño acabe en la bandeja de spam. Por este motivo lo mejor es lograr un equilibrio entre éstas y el texto.

4- Aloja las imágenes en un servidor. La mayoría de los clientes de wemail no soportan imágenes embebidas ni tampoco muy pesadas. La clave es alojar las imágenes en un servidor llamándolas, desde nuestro diseño, con direcciones absolutas.

5- Cuida el peso de tus e-mails. Es de especial relevancia cuidar el peso de las imágenes y optimizarlas para web, si queremos una buena recepción de nuestro e-mailing. Incorporando en nuestro diseño una imagen de 300 dpi, lo único que conseguiremos es que el tiempo de carga de la misma sea demasiado largo. En realidad, podemos mostrar la misma imagen a 72 dpi haciendo que el tiempo de espera del usuario sea mucho menor.

6- Definir los ALT's.

Existen muchos destinatarios que tienen la navegación por imágenes desactivada. La definición de los ALT's

hará que quién tenga la navegación por imágenes desactivada pueda saber, por ejemplo, donde hay una llamada a la acción, donde hay una imagen del producto, etc.

7- No enviar adjuntos. Adjuntar por ejemplo un PDF de 2 megas a tu envío, no es buena idea. Una buena recomendación es que subas el documento a tu servidor y pongas un link de descarga en tu diseño, así sólo los destinatarios interesados se descargarán dicho documento.

8- Un "asunto" ingenioso. No hay que olvidar que el asunto viene a ser la carta de presentación de tu e-mail. Se trata de lo primero que verá el destinatario y la apertura del correo dependerá, precisamente, de lo que ponga en el asunto. Así, el mensaje debe ser directo, claro y conciso y, como no, atractivo para despertar el interés del receptor.

9- Poner un link alternativo por si no se visualiza bien la imagen. Cuando no se cargan bien las imágenes o hay problemas en el servidor, es conveniente poner un link alternativo que "linke" directamente a la microsite.

10- Recordar siempre que un e-mail no es una página web. Por tanto no podremos utilizar javascript o flash ya que no se cargarían o harían que el correo fuera a parar directamente a la bandeja de spam.

Sol González

Responsable Diseño y Experiencia Usuario Grupo Cyberclick