

ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE EMAIL 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.
- Conocer la normativa que regula las comunicaciones comerciales y los requisitos a los que se debe ajustar este tipo de comunicaciones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1. EL EMAIL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ONLINE**
 - 1.1. Estrategias de marketing online
 - 1.2. Marketing relacional
 - 1.3. Marketing one to one o micromarketing
 - 1.4. Email marketing
- 2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL EMAIL MARKETING**
 - 2.1. Ventajas del email marketing
 - 2.2. Desventajas del email marketing
- 3. RECOPILACIÓN DE EMAILS**
 - 3.1. Crear una lista
 - 3.2. Explotar una lista interna o propia, con tecnología de un tercero
 - 3.3. Contratar una lista externa
- 4. PLANIFICACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING**
 - 4.1. Antes de empezar
 - 4.2. Fases de una campaña de email marketing
 - 4.3. Objetivo de la campaña
 - 4.4. Antes de la campaña
 - 4.5. Elección de la lista
 - 4.6. Segmentación
 - 4.7. Personalización
 - 4.8. Formato, remitente y asunto
 - 4.9. Viralidad
 - 4.10. Los resultados
- 5. PRINCIPALES ELEMENTOS Y TÉCNICAS DE DISEÑO PARA CREAR UN EMAIL EFECTIVO**
 - 5.1. Introducción
 - 5.2. Frecuencia de los envíos
 - 5.3. Aspectos a tener en cuenta
 - 5.4. Diseño del email
 - 5.5. Partes del mensaje de correo electrónico
 - 5.6. Recomendaciones finales

6. PROTECCIÓN DE DATOS POR INTERNET

- 6.1. Normativa
- 6.2. Política de Privacidad
- 6.3. Responsabilidad de las listas de Datos Personales: listas internas y listas externas
- 6.4. Sanciones

7. EL FORMATO HTML

- 7.1. Introducción
- 7.2. Estructura básica de un documento HTML
- 7.3. Comandos básicos de HTML
- 7.4. Editores HTML

8. SPAM, LEGISLACIÓN Y NORMATIVAS DEL EMAIL MARKETING

- 8.1. Introducción
- 8.2. Directiva 2002/58, de 12 de julio de 2002, sobre privacidad y las comunicaciones electrónicas
- 8.3. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la Sociedad de la Información y de comercio electrónico (LSSICE)
 - 8.3.1. Ámbito de aplicación
 - 8.3.2. Requisitos en las comunicaciones comerciales
 - 8.3.3. Empleo de cookies
 - 8.3.4. Procedimiento de información de cookies
 - 8.3.5. Sistema de información por capas
- 8.4. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD)
- 8.5. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)
- 8.6. Ley Orgánica 15/1999 y Norma Primera de la Instrucción 1/2000 de 1 de diciembre de la Agencia Española de Protección de Datos por la que se regula la transferencia internacional de datos

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS DEL EMAIL MARKETING

- 9.1. Introducción
- 9.2. Conceptos básicos

10. DIFERENTES HERRAMIENTAS Y PLATAFORMAS ONLINE PARA GESTIONAR CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING

- 10.1. Qué ofrecen
- 10.2. Algunos ejemplos

11. CASO PRÁCTICO

- 11.1. Introducción
- 11.2. Ayuda-Tutorial