

GreyPhillips Communicator



“ **Cómo entregar
todos tus emails** ”

Las mejores formas de asegurar que tus envíos
lleguen siempre a los destinatarios.

1.

“ Tasa de Entrega ”

Un asunto de gran importancia en cualquier envío por email es la tasa de entrega de los mensajes enviados, o sea el porcentaje de emails realmente entregados a los destinatarios.

La capacidad de entrega es el término técnico utilizado para describir la capacidad de lograr que un email sea entregado a la bandeja de entrada de un destinatario. Optimizar este parámetro constituye una de las tareas fundamentales de cada persona encargada de los envíos.

Es algo que no puede obviarse, de acuerdo con un estudio reciente de Return Path, la tasa promedio de entrega está cayendo. De hecho, el 23,5% de todos los emails enviados no son entregados. ¿Pero cómo es posible esto?

“ Filtros Anti-Spam ”



La culpa principal recae en las acciones cada vez más efectivas de los filtros Anti-Spam. Esta es una precaución necesaria, dado que el 80-90% de los emails enviados constituyen puro y simple Spam: el problema es que frecuentemente el proceso de selección puede bloquear también emails legítimos.

Si ciertas reglas no son seguidas los emails terminan por verse como comunicaciones no autorizadas. Para complicar todo, estos filtros no nos permiten determinar cuándo un email ha sido bloqueado. Por esto, a diferencia de los mensajes enviados con errores de escritura o inexistentes, nunca podemos determinar cuántos de nuestros envíos han llegado exitosamente a las bandejas de entradas de los suscriptores.

2

“Reputación IP”



Además, deberías tomar en consideración seriamente la reputación de las IPs desde las cuales envías emails. IP, o Protocolo de internet, es un número único que identifica cada dispositivo conectado a la Web. (Para conocer el tuyo, simplemente ingresas a GetIP.com). La reputación de una IP depende de la calidad de comunicaciones enviadas, por la cantidad de rechazos recibidos, debido a que han sido enviados a direcciones de email no existentes y la cantidad de quejas por Spam que han sido reportados por los receptores.

En resumen, es una medida de seguridad de la confiabilidad del remitente. Si su reputación es muy baja (o si una cantidad de usuarios disgustados lo han reportado a SpamCop) corre el riesgo de terminar en una lista negra de Spam, la cual es una lista de remitentes que han sido bloqueados para el envío de mensajes. Obviamente, con todas las consecuencias negativas que pueden imaginar. En pocas palabras, el problema de la tasa de entrega es realmente importante, y a veces es subestimada, este impacta en el rendimiento de cada campaña: menores cantidades de emails entregados significan menores clics obtenidos; resultando en menor cantidad de clientes y al final del día, menos dinero.

“Mejora la tasa de entrega”

2.

Enfoque en problemas externos

La buena noticia es que una vez que has comprendido los aspectos tecnológicos que afectan tu tasa de entregas, existen varias cosas que puedes hacer para mejorar.

“ Usar una IP dedicada ”



Un buen punto de partida es obtener una IP única, o al menos una dirección monitoreada. Si utilizas direcciones IP compartidas entre varios usuarios para enviar tus mensajes como sucede con todas las conexiones a internet normales siempre existe el riesgo de que algunas de estas direcciones se encuentren asociadas al envío de Spam. Esto puede derivar en una mala reputación, que compromete tu tasa de entrega.

“ Autenticación ”



Existen probabilidades de que también hayas recibido un email que te hace pensar que el mismo proviene de tu banco u oficina postal, pero que al final simplemente se trata de Spam. Bien, la autenticación es el proceso mediante el cual se puede determinar realmente quién ha enviado el email. Aunque es fácil comprobar una dirección IP, los spammers siempre realizan trucos para crear direcciones simuladas vinculadas a un sitio Web, con el nombre del remitente.

Si tienes una identidad segura y autenticada, reduces el riesgo de ser atrapado por filtros Anti-Spam. Existen muchas formas de autenticación: las principales son Domain Keys (llaves de dominio), SenderID y SPF. En particular, GreyPhillips Communicator ofrece este servicio en forma gratuita denominado Etiqueta Blanca a todos nuestros clientes.

“ SMTPs Profesionales ”



Un servidor SMTP, simplemente realiza la tarea de un cartero, el cual es responsable de entregar sus correos. Cuando te conectas normalmente a Internet, los SMTP utilizados para enviar emails cambian frecuentemente, y no son confiables, por ejemplo a veces utilizan direcciones IP de dudosa reputación. Como resultado los filtros de los principales proveedores de servicio Gmail, Hotmail, Yahoo! Mail, etc. simplemente los bloquean, reduciendo la tasa de entrega de tus envíos, o peor aún bloquean completamente todos tus emails.

Por esta razón es mejor utilizar un servicio profesional y estable tal como GreyPhillips Communicator, el cuál por un precio razonable asegura buenas relaciones con los proveedores de servicio y por ello logra una mejor tasa de entrega.

3. “ Mejora la tasa de entrega ”

Enfoque en problemas internos

Para incrementar la tasa de entrega es vital que tus envíos se encuentren impecables al menos considerando los siguientes aspectos:

“ Texto ”



Tu contenido importa y debe contener frases coherentes y bien estructuradas, sin errores gramaticales u ortográficos los cuales se encuentran generalmente asociados con el Spam. El formato HTML debe ser lo más claro y limpio posible.

“ Línea de asunto ”



Una línea de asunto debe ser corta e incisiva con un máximo de 50 caracteres que evite utilizar signos de exclamación y signos de pregunta. Por sobre todas las cosas nunca utilizas símbolos y palabras tales como “\$”, “&”, “€”, “gratis”, “hola”, “crédito”, “increíble”, “presione aquí”, “inversión”, “dinero”, “efectivo”, “oferta”, promoción y por supuesto “sexo”.

“ Imágenes ”



Generalmente, es más difícil enviar un email que contiene demasiadas imágenes o que sea demasiado pesado. Y por ello es aconsejable que el mensaje no exceda los 90kb, y no abuse la cantidad de imágenes.

“ Cancelación de suscripciones ”



La capacidad para cancelar la suscripción es tal vez la funcionalidad más frecuentemente obviada. El botón de cancelar suscripción debería siempre encontrarse claramente visible, y no debería requerir más de uno o dos clics.

Muy frecuentemente, los emails masivos son enviados con una forma de cancelación de suscripciones demasiado difícil (o imposible). Como efecto secundario de ser ilegal, también afecta seriamente la capacidad de entrega. De hecho, los usuarios generalmente reaccionan enviando el mensaje a la bandeja de Spam, o deshaciéndose del correo para siempre. Como hemos visto, cualquier queja contra Spam, afecta negativamente la reputación de la dirección IP.

“ Base de datos ”



La calidad de tus listas de contactos es extremadamente importante. Recuerda que comprar direcciones, alquilarlas o copiarlas desde la Web constituye una práctica ilegal en muchos países, por otro lado estas acciones tienden a generar un Retorno de la Inversión pequeño o nulo, siempre tienes que preocuparte por mantener actualizada tu base de datos. En particular, eliminando direcciones duplicada o incorrectas.

“ Frecuencia de envío ”



Al enviar demasiados correos, probablemente irritarás a tus receptores, como así también a los filtros Anti-Spam, los cuáles asocian grandes cantidades de envíos de email con actividades ilegales. Ten cuidado y planea tu estrategia.

“ Contenidos y Respuestas ”



El contenido debería ser simple. Al generar contenido simple y realmente interesante adoptas una decisión inteligente no sólo en términos de negocio, sino también en capacidad de entrega: crea una relación genuina que te diferencie de aquellos que envían Spam.

“ Comprobación Final ”



Antes de enviar algo, siempre es buena idea realizar un control con algunas herramientas para comprobar que has realizado bien tus tareas y que tus correos no posean aspectos negativos que se pueden asociar con Spam. Por ejemplo, puedes probar las herramientas de SpamAssassin (<http://spamassassin.apache.org>).

4.

“ Resumen ”

Simplemente no podemos presionar demasiado al no tomar las precauciones relacionadas a la capacidad de entrega, menor cantidad de emails terminarán en las bandejas de entrada de tus receptores y el resultado será tener menos clientes, y por ello menos dinero.

Sea que envíes boletines, correos de marketing, o simples mensajes de notificación, la entrega de tus emails debería ser tan alta como sea posible. Por esta razón, es importante seguir todas las reglas mencionadas arriba con el objetivo de llegar a tantos receptores como sea posible y así maximizar tus beneficios.



Verifica las actualizaciones

