

Mantenlo simple: Por qué menos es más en el **email marketing**.

1. Ten claro el objetivo de tu email.
Puedes utilizar la metodología **VAAC** para determinar ese propósito.

V alor: Regálales contenido de valor relacionado con tu empresa que les sea de provecho.	A utoridad: Obtén al menos un testimonial de tus clientes actuales.	A cción: Llévalos a la necesidad de comprarte.	C onversión: Están listos para la compra.

2. Hazlo simple.
No necesitas meter mil imágenes ni diez colores para que sea el mejor.

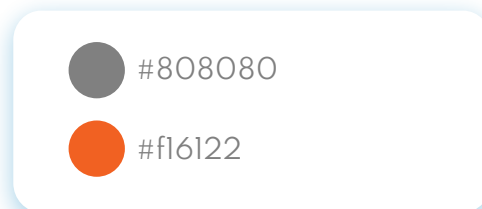
Haz tu primer borrador.
Ahora quítale el exceso.
Utiliza el modelo **AIDA** para escribir el cuerpo del correo.

A tención	I nterés	D eseo	A cción

3. Busca un título llamativo.
Piensa en tres títulos, y haz una prueba para ver el que mejor funcione.

Título 1	Título 2	Título 3

4. Identifica el email con el nombre y logo de tu empresa, no emplees más de **dos** de tus colores para resaltar lo que necesitas.



5. Personalízalos.

*Haz **más personal** la comunicación.
Usa Snip Tags para hablarles por su nombre.

{{Contact_First.name}}

{{Contact_last.name}}

6. Usa botones con copias llamativas.

La decisión de adquirir **se resuelve aquí**, haz claro y simple el texto para que no haya dudas de lo que seguirá a continuación del clic.

¡Mira este vídeo!

Quiero aprender ahora

Agenda tu Demo Gratis

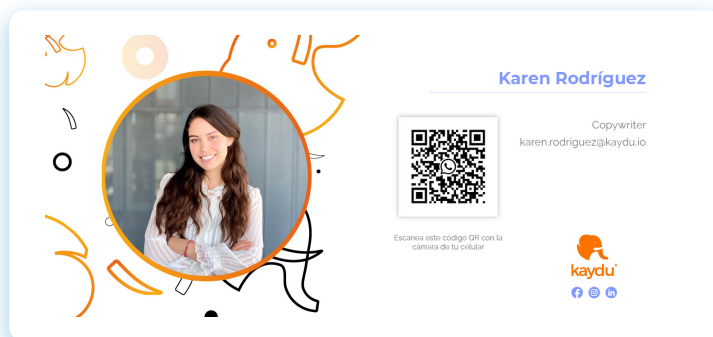
Empieza GRATIS ya

7. No olvides los elementos finales del email.

Botón para darse de baja de tu lista de correos.

Si personalizas los correos, pon tu firma.

Deja la invitación abierta para contactarte, con un teléfono o el correo electrónico al que se pueden comunicar.



Unsubscribe

Te recuerdo que estoy disponible respondiendo a este correo, por WhatsApp o al teléfono

8. Por último, el Asunto: Toda la atención para que deseen abrir tu correo se reduce en el asunto.
Hazlo cautivador.

Recibidos

Un secreto 🤫 regalar esta información te conviene.

