

Email Marketing

en **SAN VALENTÍN**



# EMAIL MARKETING EN SAN VALENTÍN

Los anuncios y promociones en Internet cada vez influyen más en las decisiones de compra de los consumidores. Un **58%** se deja influir por la publicidad, especialmente a través de Internet y el móvil. Un **40%** aprovecha promociones especiales de San Valentín en Internet para hacer sus regalos<sup>1</sup>.



La celebración tradicional de San Valentín hace tiempo que ha cruzado las fronteras de los países anglosajones para ser una fecha marcada en el calendario a nivel internacional. La temporalidad es una gran aliada para vender más y este día es una excelente oportunidad para dar salida a tus productos y servicios y aumentar así tus beneficios.

El email es el medio ideal para conseguir **nuevas oportunidades de venta y fidelizar a tus clientes potenciales**: es barato, inmediato, fácil de poner en marcha, medible y rentable. En esta guía encontrarás las claves para planificar y diseñar con éxito tus campañas de Email Marketing en San Valentín y conseguir maximizar tus resultados.

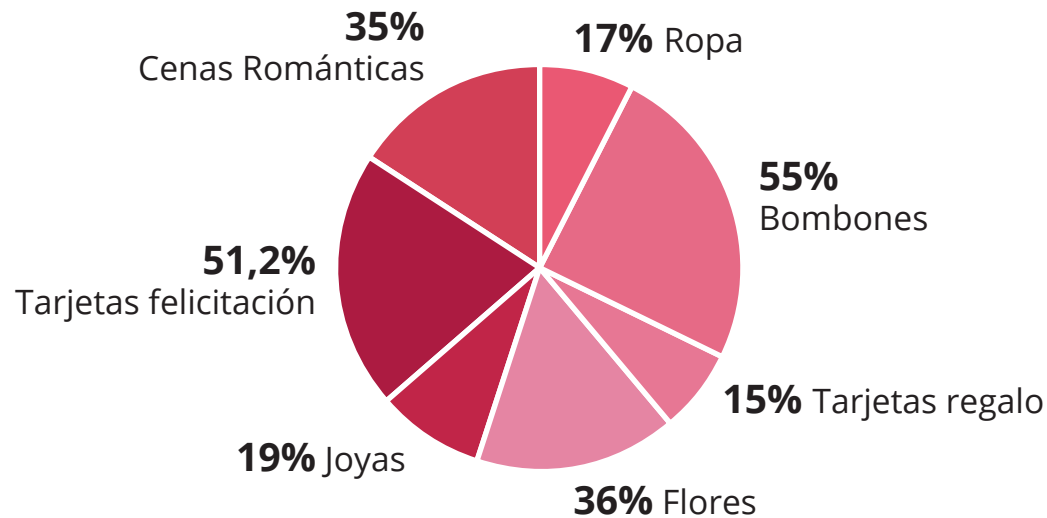
<sup>1</sup> Trusted Shop (<http://www.trustedshops.es/>)

# SAN VALENTÍN EN CIFRAS

## ¿Sabías que...

- ... el **55%** de la población celebró San Valentín en 2018?
- ... la media de gasto por persona es de **143.56\$**,
- ... los hombres gastan una media de **196.39\$** y las mujeres de **99.87\$**?

## ¿Qué compran?



## San Valentín no es solo para parejas

- Un **64%** regala a su pareja
- Un **18%** compra un regalo a miembros de su familia.
- Un **5,2%** decide hacer regalos a sus amigos más cercanos.
- Un **5,3%** no se olvida de sus compañeros de clase y profesores.
- Un **3,5%** tiene un pequeño detalle entre compañeros de trabajo.
- Y, un **4%** hace regalos a sus mascotas.

# SAN VALENTÍN EN CIFRAS

El año pasado el **29%** hizo sus compras ONLINE

Y, ¿Con qué las hicieron?



El **50%** a través de su teléfono móvil

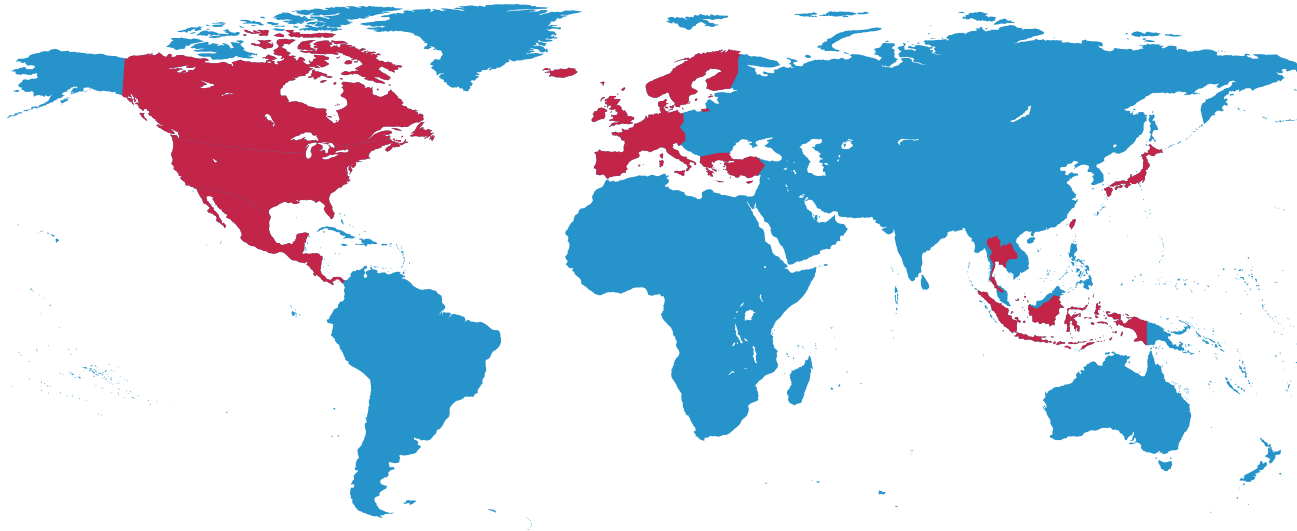


El **6%** usando Tablets



El **44%** con otros dispositivos

¿Qué países gastan más para San Valentín?

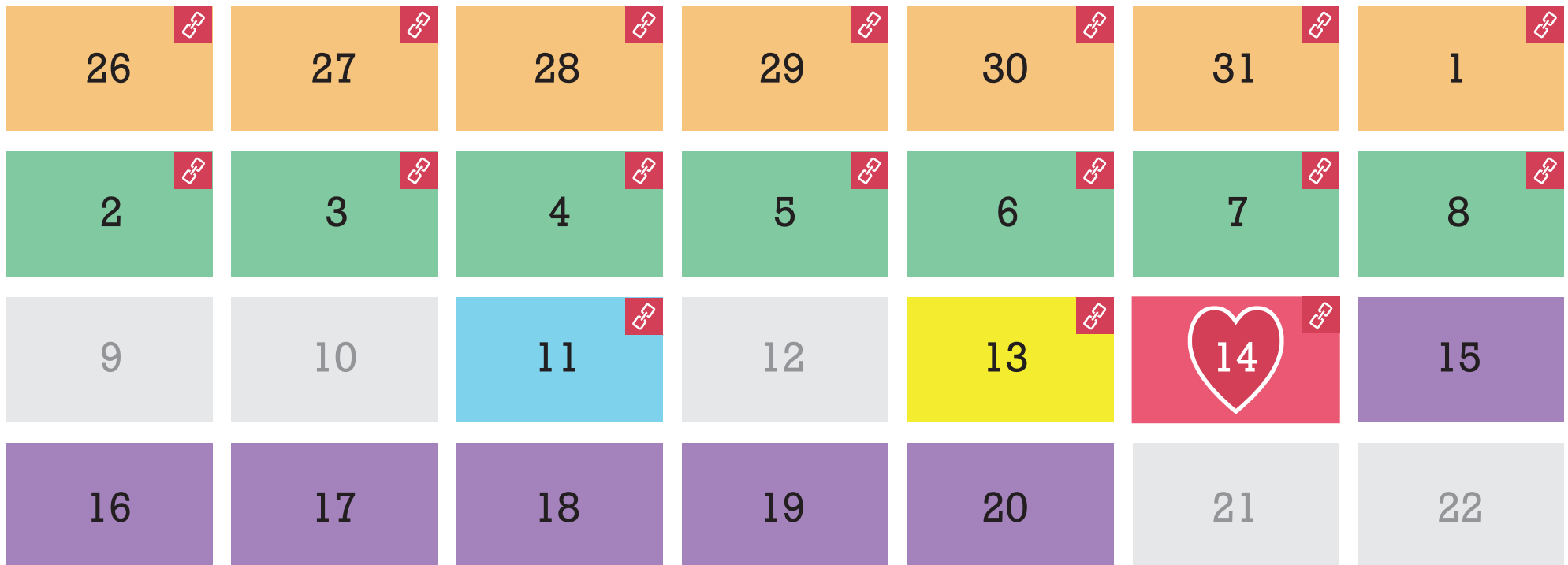


Japón, Tailandia, Indonesia y Taiwán  
Europa occidental  
Canadá y EU  
Centro América

# CALENDARIO SAN VALENTÍN

Idealmente tu campaña de San Valentín debe empezar la última semana de enero y finalizar el mismo día de dicha celebración. Durante este periodo, el tono y la manera de comunicarte con tus clientes deberá ir cambiando: será más sutil al principio y más directa y agresiva a medida que la fecha de la celebración se aproxime. **5 envíos serán claves para conseguir tus objetivos.**

## ENERO – FEBRERO



Semana de sensibilización

Lanzamiento promoción

Seguimiento de la promoción

Víspera San Valentín

Post San Valentín



Ejemplo e-mailing

# PLANIFICACIÓN SAN VALENTÍN

## **Semana de Sensibilización** *del 26 de enero al 1 de febrero*

Ha llegado el momento de iniciar tu campaña de San Valentín. Debes empezar a preparar el terreno enviando posibles sugerencias de regalos a tus clientes potenciales. No olvides que las personas conectan más con historias que con los productos, llama su atención a través de tus envíos para conseguir un mayor compromiso.

## **Lanzamiento de promoción** *del 2 al 8 de febrero*

La mayoría de los consumidores hacen sus compras esta semana, buscando la mejor oferta que se adapte a las necesidades y gustos de sus parejas. Es el momento en el que debes poner toda la carne en el asador y hacer un envío que contenga una oferta que tus clientes potenciales no puedan rechazar, que destaque el valor añadido de comprarte a ti y no a tu competencia: entregas gratuitas en menos de 48 horas, recogida en tienda, descuentos especiales para esta celebración, envoltorios personalizados, etc.

## **Seguimiento de la promoción** *11 de febrero*

Es el momento de dirigirte a aquellos usuarios que mostraron interés por tus envíos anteriores. Realiza un envío a aquellos que abrieron alguno de los emails que has enviado durante esta campaña de San Valentín. Este email tiene que denotar urgencia, incitar la compra, ofrecer una oferta especial, es tu última oportunidad de convertir la venta pues la llegada de San Valentín es inminente.

## **Víspera de San Valentín** *13 de febrero*

El objetivo principal de este correo no es vender sino fidelizar, fortalecer el vínculo con tus clientes. Los usuarios están a estas alturas saturados después de la avalancha de emails recibidos en días previos de diferentes marcas, productos o servicios y ya habrán realizado sus compras. Es el momento de ser creativo y original, ofrece algo que te permita conectar con tu público y conseguir suscriptores comprometidos: haz un envío con consejos para pasar un San Valentín mágico, ofrece la posibilidad de crear postales de San Valentín desde tu web, muestra ideas originales para convertir ese día en memorable.... Puedes también aprovechar el envío para intentar conseguir las últimas ventas, ofreciendo tarjetas regalo que seguro captarán la atención de los más rezagados.

# PLANIFICACIÓN SAN VALENTÍN

## San Valentín *14 de febrero*

Aprovecha el envío de este día simplemente para felicitar San Valentín a tus suscriptores. Tu objetivo aquí debe ser crear imagen de marca, estar presente en la vida de tus clientes potenciales. Utiliza una comunicación cercana y emotiva que te permita conectar con tu público.

## Post San Valentín *15-20 de febrero*

Una vez finalizada la campaña de San Valentín, tu trabajo no ha terminado. Durante los días posteriores debes:

- **Analizar los resultados de tu campaña** para poder valorar el éxito o fracaso de la misma y ser capaz de determinar qué acciones funcionaron mejor y que medidas correctivas deberías aplicar a futuras promociones / envíos.
- **Realizar el seguimiento de tus clientes.** La campaña ha finalizado pero no te olvides de tus clientes. Realiza el seguimiento de aquellos pedidos que hayan tenido problemas o recibido quejas y pide la opinión sobre tus productos y servicios a aquellos que compraron durante la campaña. Es un buen momento para realizar una encuesta y conocer más sobre tu público.
- **Actualizar tus listas de contacto.** Incluye en tus listas toda la información que te ha permitido recopilar la campaña sobre tus contactos: género, si han comprado en San Valentín, intereses... Esto te ayudará a segmentar y personalizar futuros envíos.
- **Volver a la normalidad.** Retira todos los motivos que hagan referencia a San Valentín de tu web, de tus diseños de newsletter, promociones.... Hazlo el mismo día de después para no dar una imagen poco profesional y descuidada.

# 10 CONSEJOS PARA UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING DE ÉXITO

1

## Analiza resultados previos

Estudia los resultados que has obtenido en las campañas que has ido enviando durante el año así como el perfil y la interacción de tus suscriptores con ellas. Esto te dará muchas pistas sobre cuáles son sus expectativas y cuál es la mejor manera de enfocar tus envíos en San Valentín.

2

## Personaliza tus envíos

Si dispones información de género y edad de tus contactos, esto te resultará muy útil para personalizar el tipo de mensaje y oferta. Tener una lista de contactos segmentada es especialmente importante en San Valentín, donde por ejemplo, más del 63 % de las compras son realizadas por hombres<sup>2</sup>. Si no dispones de esta información, enfoca tus comunicaciones a que resulten atractivas y no excluyentes.

3

## Segmenta sin tener datos segmentados

Una buena manera de conseguir segmentar por género tus listas si no dispones de esta información, es enviar un email con dos call-to-action (llamadas a la acción) del estilo "Regalos para él" / "Regalos para ella", de esta manera en futuros envíos puedes segmentar la lista en función de a cuál de los dos enlaces hicieron clic tus contactos. [ver ejemplo]

4

## San Valentín no es cosa solo de enamorados

Aunque tu público objetivo principal son las parejas, San Valentín es una celebración que no excluye ni a singles, ni a amigos, ni a familiares, ni a mascotas. Más del 130% de las compras en San Valentín están destinadas a personas que no forman parte de una relación sentimental<sup>3</sup>, por lo que no debes olvidarlos en tu estrategia para San Valentín. [ver ejemplo]

<sup>2</sup> Antavo (<https://antavo.com/>). <sup>3</sup> Shop.org ( NRF's Digital Division) Valentine's day consumer Shopping, 2014.



# 10 CONSEJOS PARA UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING DE ÉXITO

5

## Diseña con amor

Haz que San Valentín se respire en tus envíos. Puedes por ejemplo personalizar tu logotipo para la ocasión, incluir motivos o detalles relacionados con San Valentín, hacer referencias u ofrecer asesoramiento y consejo sobre cuestiones relacionadas con esta celebración.... Si además puedes integrar tu producto o servicio en el montaje, el éxito estará garantizado.

6

## Ofrece tarjetas de regalo

¿Un perfume? ¿Un ramo de flores? Tal vez... ¿Una cena? Muchos usuarios no saben que regalar a sus parejas en San Valentín. Un 23,2% compra tarjetas regalo<sup>3</sup>, así que si ofreces la posibilidad de adquirirlas, evitarás a los más indecisos la labor de encontrar el regalo ideal y tendrás una nueva vía para obtener ingresos ¡y sin necesidad de stock!

7

## Crea una landing page especial para la campaña de San Valentín o personaliza tu página de inicio para dicha ocasión

De esta manera podrás redirigir a tus usuarios a páginas diseñadas para este evento donde podrán encontrar sugerencias y productos similares a los que han captado su atención en tu email. Su abanico de posibilidades será mayor y como consecuencia tendrás más oportunidades de convertir.

8

## Se responsive

Si tus emails no se adaptan a dispositivos móviles y tablets, la efectividad de tus campañas de email marketing disminuirá significativamente. El 48% de las aperturas de emails se hacen ya desde dispositivos móviles<sup>1</sup>. No pierdas la oportunidad de generar ventas desde cualquier lugar y desde cualquier terminal, también en San Valentín.

<sup>1</sup> Trusted Shop (<http://www.trustedshops.es/>). <sup>3</sup> Shop.org ( NRF's Digital Division) Valentine's day consumer Shopping, 2014.

# 10 CONSEJOS PARA UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING DE ÉXITO

9

## Haz crecer tus listas de contacto

Inserta un formulario de suscripción en tu web y aprovecha el incremento de tráfico de tu web en épocas de mayor afluencia para aumentar el número de suscriptores de tus listas de contacto.

10

## Practica el inbound marketing

Integra todos los canales a tu disposición cuando te comuniques con tus clientes potenciales. No olvides mantener una consistencia a la hora de hacerlo, evitando lanzar mensajes contradictorios. No obstante, recuerda que cada canal tiene su audiencia y por tanto se comunica y conecta con tu marca de forma diferente, por lo que debes tratar cada una de forma independiente.

Si quieres ver más ejemplos que te sirvan de inspiración para crear tus campañas de email marketing visita nuestro tablero de

**Pinterest:** [St Valentine's day Email Marketing Inspiration](#)



## Email marketing de calidad



**Gestiona**  
de forma efectiva  
tus listas de contactos



**Diseña**  
campañas profesionales  
en tan sólo unos minutos



**Envía**  
tus comunicados  
eficazmente



**Evalúa**  
en tiempo real  
el éxito de tu campaña



Los datos de tus suscriptores en Europa



Listas de contacto siempre al día



Estadísticas avanzadas en tiempo real



Analizador anti-spam gratuito



Editor de campañas fácil e intuitivo



Plantillas profesionales multidispositivo



Soporte técnico por email y teléfono



Asesoramiento personalizado