

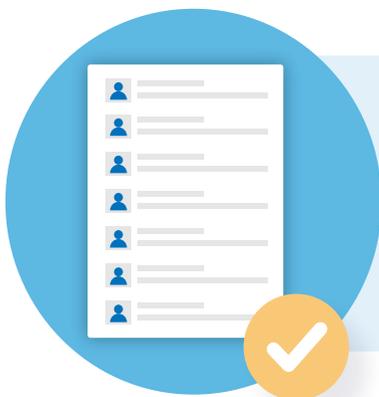
LISTAS LIMPIAS PARA UN EMAIL MARKETING MÁS RENTABLE



	email1@dominio.com	
	email2@dominio.com	
	email3@dominio.com	
	email4@dominio.com	
	email5@dominio.com	

Mantener la lista limpia es una buena práctica que combina una parte manual y otra automática:

» La primera depende de cómo cada administrador la configure y la segunda de la plataforma de email marketing.



Cuando las dos trabajan a la vez, se consigue una mayor entregabilidad y proteger la reputación del remitente, lo que acaba repercutiendo en la calidad y rentabilidad del email marketing.

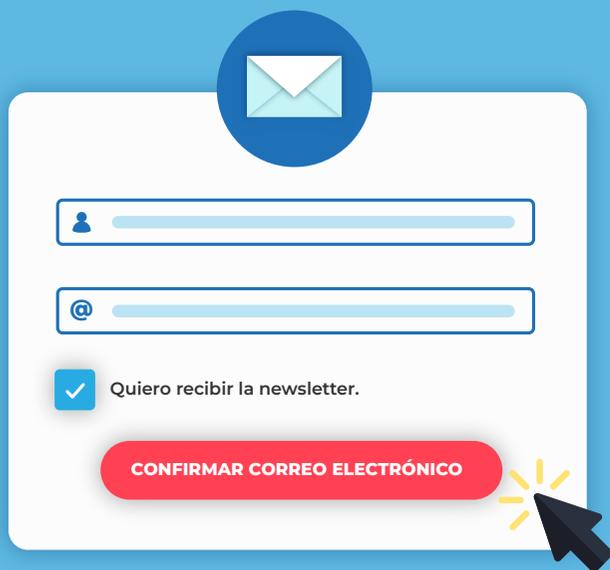
¿En qué has de fijarte para tener una lista limpia?

- 01 Añadir el doble opt-in al formulario de alta | p.4
- 02 Evitar comprar bases de datos | p.6
- 03 No caer en spam traps | p.8
- 04 Vigilar los retornos | p.10
- 05 Reactivar a los pasivos | p.12
- 06 Facilitar la gestión del consentimiento | p.14
- 07 Verificar los emails | p.16

01.

Añadir el doble opt-in al formulario de alta

La higiene de la lista empieza desde el momento en que se configura la forma en que se van a conseguir suscriptores.



The illustration shows a white rectangular form on a blue background. At the top left of the form is a blue circular icon containing a white envelope. Below this are two input fields: the first has a person icon on the left, and the second has an '@' symbol on the left. Underneath the input fields is a checkbox with a blue checkmark and the text 'Quiero recibir la newsletter.'. At the bottom of the form is a red button with the white text 'CONFIRMAR CORREO ELECTRÓNICO'. A black mouse cursor is pointing at the bottom right corner of the form, with yellow radiating lines indicating a click.

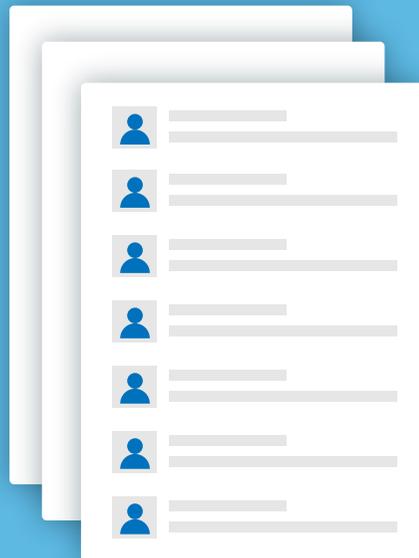
»» Con el opt-in simple, el correo se introduce en la lista sin hacer ninguna verificación, por lo que nadie puede confirmar que sea válido: el usuario puede utilizar una dirección falsa (asdf@asdf.com) o equivocarse sin querer (micorreo@micoreo.es).

Usar el doble opt-in es la mejor forma de asegurar que la lista se llena con contactos potencialmente interesados en nuestro negocio y no con direcciones duplicadas, inexistentes o erróneas. No creas que esta opción complica el alta: no te hará perder cantidad suscriptores, te hará ganar en calidad.

02.

Evitar comprar bases de datos

Puedes pensar que es una solución rápida para aumentar tu lista, pero importar contactos que no sabes de dónde provienen es muy mala idea.



» Si compras bases de datos, lo más seguro es que contengan direcciones no verificadas o que no hayan dado su consentimiento para recibir tus comunicaciones. Por tanto, en el primer mensaje te encontrarás muchas quejas por spam y retornos.

Invierte en tu propia lista: sale más a cuenta conocer a tus suscriptores que tener a desconocidos sin interés en tu negocio. Consulta cómo conseguirlos en [nuestra guía en PDF](#).

03.

No caer en spam traps

Este tipo de correos electrónicos son de lo peor que se puede tener en una base de datos.



» ¡Y la mayoría de las veces ni se sabe que están ahí! Los spam traps son direcciones que utilizan los ISP para detectar envíos de spam, por ejemplo creando cuentas falsas o aprovechando alguna que ya se dio de baja. Así pueden saber que, si están en tu lista, es que has utilizado malas prácticas para obtenerlas.

Comprar bases de datos es la forma más directa de caer en esta trampa y **verificar los correos antes de hacer envíos es la mejor para evitarlo.**

04.

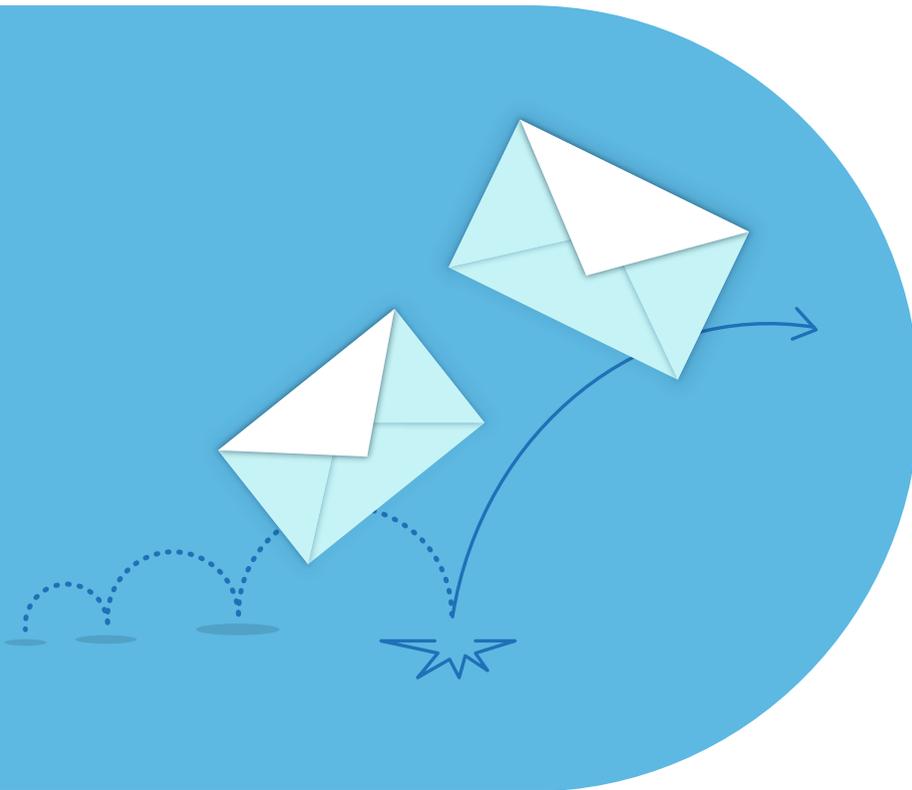
Vigilar los retornos

Las plataformas de email marketing limpian automáticamente las direcciones que no existen para que no se les siga enviando emails y evitar problemas de entregabilidad.

» Puede haber varios motivos de retorno de un email:

- **Soft bounce:** es temporal, generalmente porque la bandeja de entrada está llena, por lo que quizá en la siguiente campaña se recibe bien.
- **Hard bounce:** es permanente y, a diferencia del soft, se limpia desde la primera notificación porque no podrá entregarse ningún otro mensaje. El caso más habitual es porque la dirección ya no existe en el servidor de correo.

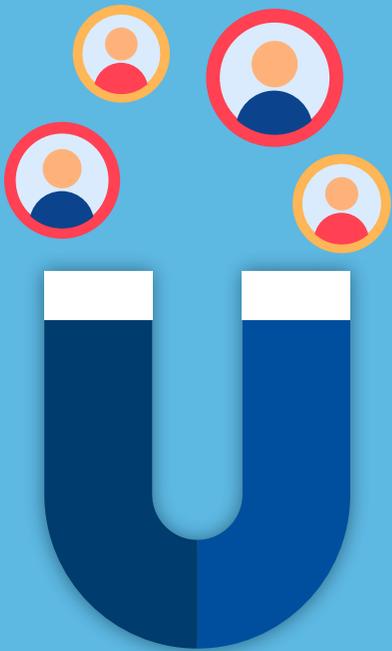
Desactivar los retornos es una opción automática que ofrecen las plataformas de email marketing, pero debería ser un porcentaje mínimo si has cumplido con nuestras recomendaciones previas.



05.

Reactivar a los inactivos

Las interacciones con los mensajes también afectan a la calidad de la lista.



» **Conviene hacer campañas de reengagement para tratar de rescatar a los usuarios inactivos** y, en caso de que no reaccionen, darlos de baja manualmente. Esta opción es buena a corto plazo porque se mejoran los resultados de las campañas y a largo plazo porque se evita que acaben convirtiéndose en retornos.

Por ejemplo: un motivo de inactividad es que la persona haya dejado la empresa y por eso no abre los mensajes. Su bandeja de entrada se va llenando (soft bounce) hasta que un día borren su cuenta de correo (hard bounce).

06.

Facilitar la gestión del consentimiento

Los suscriptores están en su derecho de cambiar de opinión y querer darse de baja o cambiar sus preferencias para recibir otro tipo de comunicaciones.



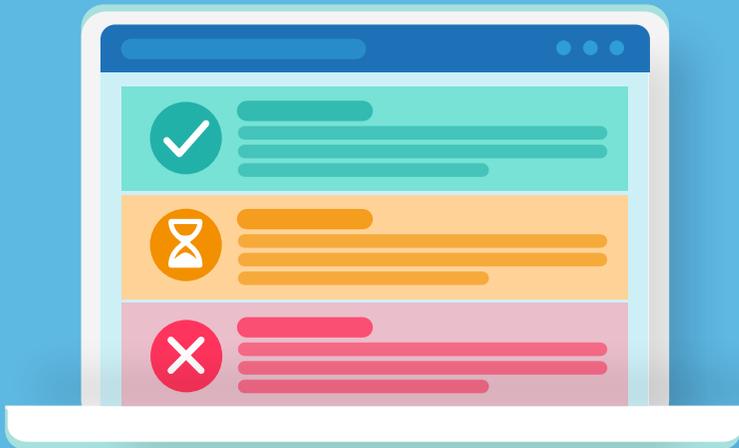
» Si no permites a los usuarios darse de baja de tus comunicaciones, te marcarán como spam afectando a tu entregabilidad. Además, también tus resultados empeorarán porque bajará la confianza que tienen en tus mensajes si sienten que les obligas a recibirlos.

Estos enlaces se insertan automáticamente en todos los pies de nuestras plantillas, por lo que no tienes excusa para incumplir el RGPD.

07.

Verificar los emails

Es posible verificar los correos sin necesidad de hacer un envío, con nuestra herramienta de verificación.



» Verificando tus listas de emails, te evitas gran parte de los problemas de higiene que hemos visto en esta guía, porque una herramienta de verificación detecta:

- **Direcciones duplicadas y temporales.**
- **Correos inexistentes o mal escritos.**
- **Cuentas sospechosas.**
- **Spam traps.**
- **Dominios inactivos, aparcados o no válidos.**
- **Direcciones genéricas.**

¿Cuándo es aconsejable verificar una lista de correos electrónicos?

- ✓ Si tienes una lista de contactos a la que vas a enviar por primera vez.
- ✓ Si es una lista a la que hace mucho tiempo que no envías.
- ✓ Si obtienes los contactos sin doble opt-in (sin confirmación de alta por parte del usuario mediante enlace en su email).
- ✓ Si recoges datos en papel o en tienda física.
- ✓ Si haces campañas de marketing para obtener registros de usuarios (concursos, promociones, descarga de ebooks, sorteos, etc).
- ✓ Si la herramienta de email marketing que utilizas para tus envíos no procesa automáticamente las quejas por spam y hard bounces.
- ✓ Al menos una vez al año: aproximadamente un 15% de las direcciones de correo electrónico dejan de existir.



Consulta [cómo funciona este servicio de Acrelia.](#)

Verificar tu lista de emails te permite:



Proteger tu reputación como remitente

»» Todas las empresas que envían emails tienen una puntuación de reputación como remitentes. Si envías a cuentas de correo que no existen, tu reputación baja, tus envíos acaban en la carpeta de correo no deseado o bloqueados y es difícil volver a conseguir una buena reputación.



Mejorar tu entregabilidad

»» Si tus listas están limpias de spam traps y direcciones inexistentes, tu reputación como remitente mejorará y tus newsletters y envíos promocionales no acabarán en la carpeta de correo no deseado.



Conectar con tu audiencia real

»» Los emails que envías a direcciones que no existen evidentemente no son abiertos ni leídos, pero provocan que tus mensajes sean marcados como spam y tus contactos reales no la reciban en su bandeja de entrada. Elimina de tus listas los emails incorrectos y conecta con tu audiencia real.



Mejorar tus resultados

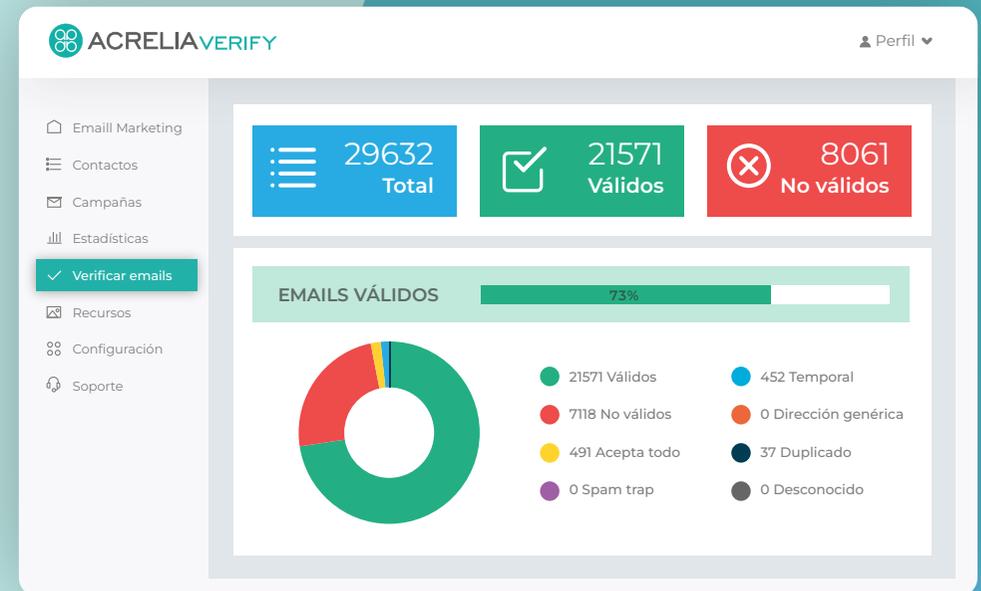
»» Verificar una lista se traduce en que ya no enviarás a direcciones de email que no existen, y, por tanto, tus tasas de aperturas y clics serán más precisas y mostrarán los intereses reales de tus usuarios.



Ahorrar dinero en tu email marketing

»» Solo enviarás a direcciones de correo electrónico que existen, incrementando el ROI de tus campañas de campañas de email marketing.

Ahorra verificando tus listas de mails.



SIN NECESIDAD DE COMPRAR PACKS

Paga solo por los emails reales que vas a verificar.



MÁS INFORMACIÓN



www.acrelianews.com



info.verify@acrelia.com



+34 934 610 518

SÍGUENOS EN

