

Aumenta tus ventas con E-mail marketing

Master Class para la Industria Gráfica



Antes de empezar...

Esta sesión será grabada para tu consulta posterior.

Estaremos con micrófonos apagados.

Cualquier pregunta, por favor escríbela en el chat.

Al final de la sesión haremos nuestro Q&A donde abriremos los micrófonos.

Antes de terminar, haremos nuestro evento para los Give Aways de PANTONE Lifestyle de nuestro patrocinador.

Durante la semana te compartiremos un link con los recursos de la Master Class, a través del grupo de WhatsApp y por e-mail

- Video de la sesión
- PDF de la presentación
- Documentos de trabajo

Recuerda que tendremos una segunda sesión

Sesión Q&A

Viernes 21 de marzo, 8:30 a.m.



Gracias al apoyo de...



En colaboración con
La Unión UILMAC

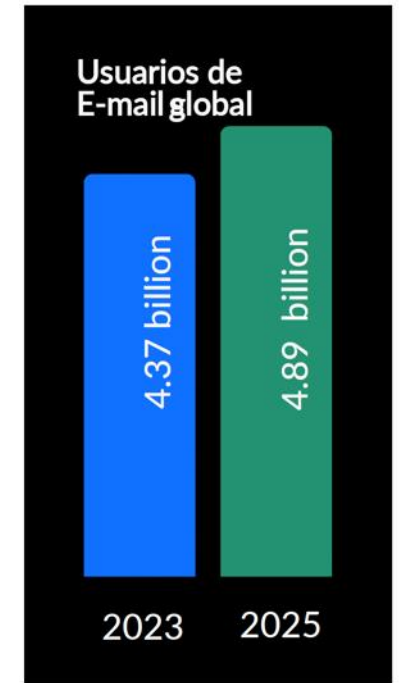


ASC Color Consulting
X-Rite Pantone en México
Patrocinador



¿Por qué el email marketing sigue siendo clave?

- A pesar de las innumerables plataformas nuevas y tendencias, el email **sigue siendo el canal de marketing más poderoso** y utilizado, y por una buena razón.
- Ideal para relaciones B2B como las de la industria gráfica.
- El email es rentable y efectivo. Con un ROI imbatible en comparación con otros canales digitales. Por cada \$1 que gastas en *email marketing*, puedes esperar un retorno promedio de \$36. (*Encuesta del Estado del Email 2021 de Litmus*)
- Con el email, las empresas pueden comunicarse directamente con sus contactos sobre actualizaciones importantes, productos y servicios, y noticias de la compañía.
- Se aprovecha **lo que se sabe sobre los contactos** (ej. preferencias de productos e historial de compras) para proporcionarles una experiencia muy dirigida y personalizada. Esto fomenta el tipo de lealtad a la marca que conduce a más ventas y una mejor reputación en línea.
- Sin embargo, la forma en que las personas interactúan con esos correos tiene consecuencias importantes en la efectividad del email como herramienta de marketing.



Algunas estadísticas

- En 2023, el número de usuarios globales de email ascendió a 4.37 mil millones y se espera que crezca a 4.89 mil millones de usuarios en 2027. (Statista)
 - El mercado global de marketing por email fue valorado en USD \$8.3 mil millones de dólares y se proyecta que aumentaría a USD \$18.9 mil millones para 2028.
 - Crecimiento anual compuesto (CAGR) para ese período sea del 18.8%. (Statista)
- Principales objetivos de campañas por email en 2024
 - **Conocimiento del producto**
 - **Promociones**
 - **Correos de retención** →
 - **Boletines**
- Para 2026, se espera que 392.5 mil millones de emails se envíen y reciban diariamente en todo el mundo. (Statista)



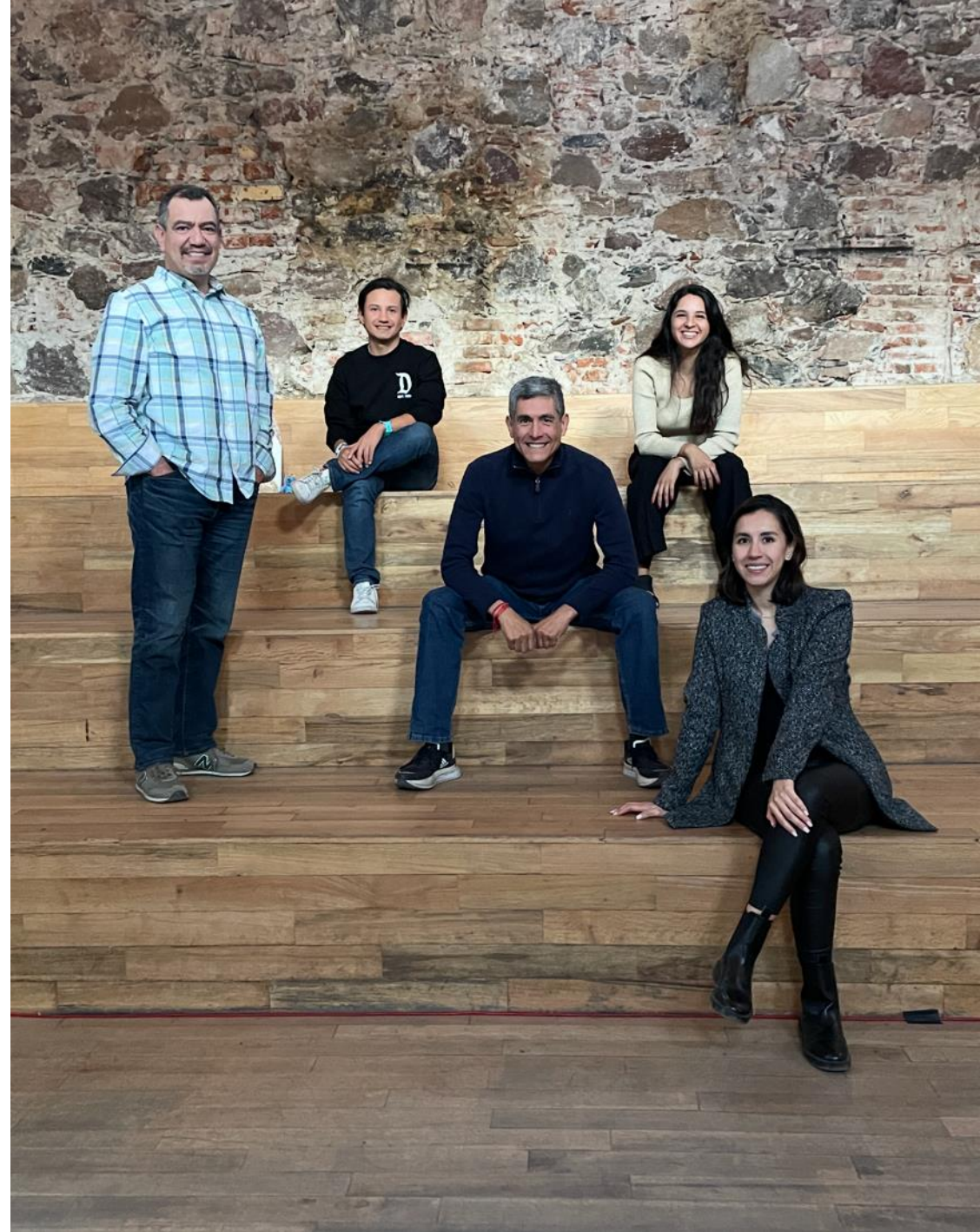
Quienes somos

bt-comunicación
Marketing Digital

- Desde 2016 ayudamos a nuestros clientes a cumplir sus objetivos de con herramientas digitales.

Entre ellos, generación de prospectos y ventas.

Todos los negocios tienen capacidad remanente y requieren vender más.



5 pasos para tu plan de E-mail Marketing



1. Crear una lista de correo electrónico
2. Contratar una plataforma de envío de correos
 - Configurar
 - Alta de datos
 - Preparar una plantilla
3. Enviar tu primer correo
4. Hacer tu plan de campañas
5. Monitorea y mejora



¿Qué necesitas?

- Base de datos
 - ¿1000 o más records?
¡Inicia con los que tengas!
- Sitio Website
- Buen producto o servicio

Herramientas a usar

- Hoja de cálculo (Excel)
- Programas de e-mail
- Analytics



PASO 1

Crear una lista de
correo electrónico



Cómo obtener la lista

a. Contactos conocidos

- Colaboradores internos, la dirección y todo el equipo comercial
- Relaciones comerciales, que:
 - Les has facturado
 - Les has cotizado
 - Les has comprado

Tips para generar nuevos contactos

Configura en tu sitio web una ventana emergente atractiva, activada después de 30 segundos

Los formularios se pueden crear desde la aplicación de E-mail, donde quedarán los datos guardados en tu lista de forma directa.

b. Nuevos contactos

- Usa estrategias de generación de leads con formulario en tu sitio Web, para:
 - Solicitudes de información/cotización
 - Registro a eventos
 - Descargas: incentiva a tus clientes para que se registren ofreciéndoles acceso exclusivo o una guía descargable gratuita
 - Registro a áreas de miembros
 - Registro a *newsletter* (el menos efectivo)



Guía para preparación de archivos

Descarga aquí

1. Crea la lista

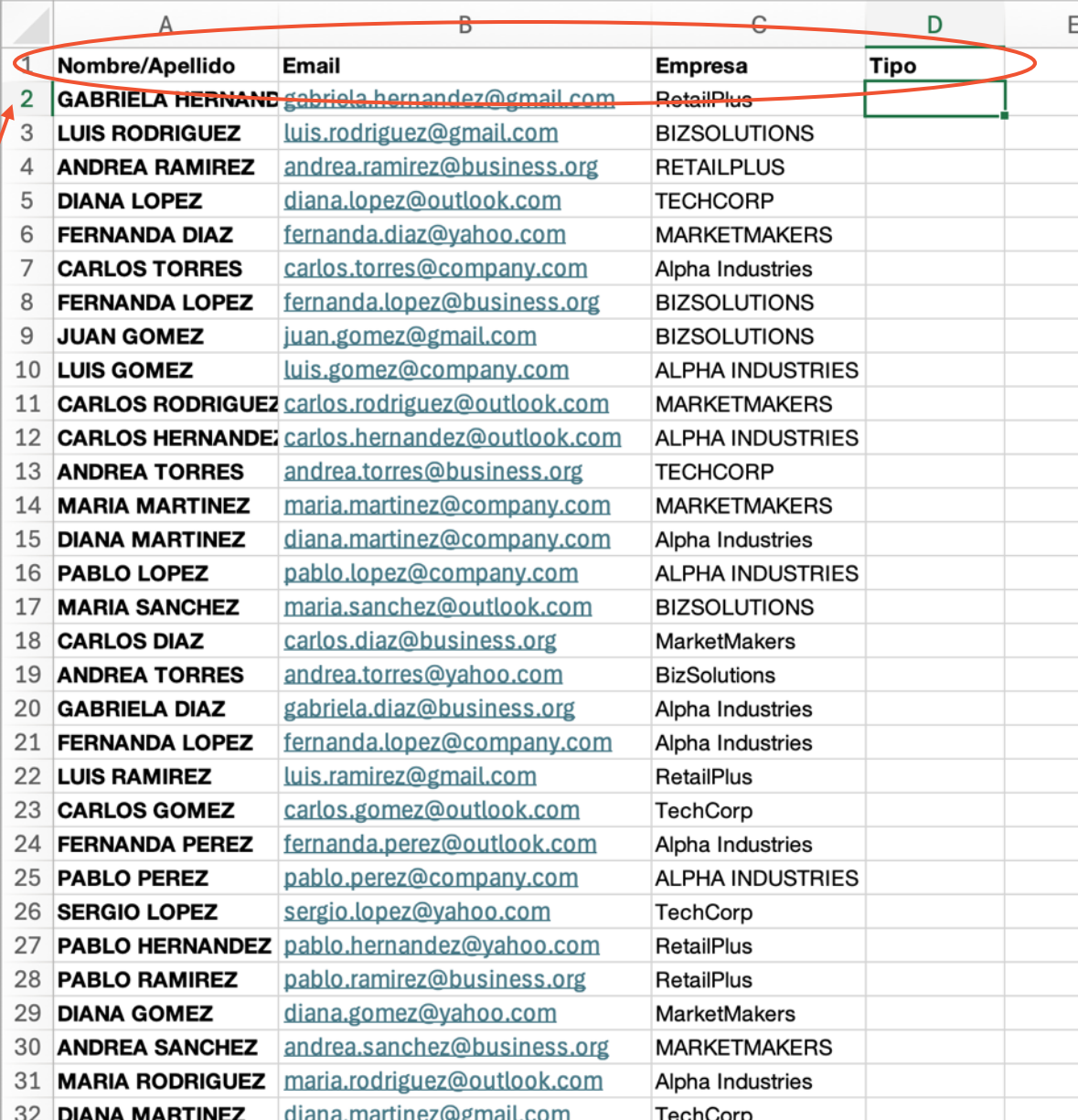
En una hoja de cálculo organiza

”Campos” en columnas

y ”Registros” en renglones.

Nombre, Apellido, e-mail, tipo de contacto

(Estas serán nuestras **etiquetas**)



	A	B	C	D	E
1	Nombre/Apellido	Email	Empresa	Tipo	
2	GABRIELA HERNANDEZ	gabriela.hernandez@gmail.com	RetailPlus		
3	LUIS RODRIGUEZ	luis.rodriguez@gmail.com	BIZSOLUTIONS		
4	ANDREA RAMIREZ	andrea.ramirez@business.org	RETAILPLUS		
5	DIANA LOPEZ	diana.lopez@outlook.com	TECHCORP		
6	FERNANDA DIAZ	fernanda.diaz@yahoo.com	MARKETMAKERS		
7	CARLOS TORRES	carlos.torres@company.com	Alpha Industries		
8	FERNANDA LOPEZ	fernanda.lopez@business.org	BIZSOLUTIONS		
9	JUAN GOMEZ	juan.gomez@gmail.com	BIZSOLUTIONS		
10	LUIS GOMEZ	luis.gomez@company.com	ALPHA INDUSTRIES		
11	CARLOS RODRIGUEZ	carlos.rodriguez@outlook.com	MARKETMAKERS		
12	CARLOS HERNANDEZ	carlos.hernandez@outlook.com	ALPHA INDUSTRIES		
13	ANDREA TORRES	andrea.torres@business.org	TECHCORP		
14	MARIA MARTINEZ	maria.martinez@company.com	MARKETMAKERS		
15	DIANA MARTINEZ	diana.martinez@company.com	Alpha Industries		
16	PABLO LOPEZ	pablo.lopez@company.com	ALPHA INDUSTRIES		
17	MARIA SANCHEZ	maria.sanchez@outlook.com	BIZSOLUTIONS		
18	CARLOS DIAZ	carlos.diaz@business.org	MarketMakers		
19	ANDREA TORRES	andrea.torres@yahoo.com	BizSolutions		
20	GABRIELA DIAZ	gabriela.diaz@business.org	Alpha Industries		
21	FERNANDA LOPEZ	fernanda.lopez@company.com	Alpha Industries		
22	LUIS RAMIREZ	luis.ramirez@gmail.com	RetailPlus		
23	CARLOS GOMEZ	carlos.gomez@outlook.com	TechCorp		
24	FERNANDA PEREZ	fernanda.perez@outlook.com	Alpha Industries		
25	PABLO PEREZ	pablo.perez@company.com	ALPHA INDUSTRIES		
26	SERGIO LOPEZ	sergio.lopez@yahoo.com	TechCorp		
27	PABLO HERNANDEZ	pablo.hernandez@yahoo.com	RetailPlus		
28	PABLO RAMIREZ	pablo.ramirez@business.org	RetailPlus		
29	DIANA GOMEZ	diana.gomez@yahoo.com	MarketMakers		
30	ANDREA SANCHEZ	andrea.sanchez@business.org	MARKETMAKERS		
31	MARIA RODRIGUEZ	maria.rodriguez@outlook.com	Alpha Industries		
32	DIANA MARTINEZ	diana.martinez@gmail.com	TechCorp		

Tip Usa la plantilla de Excel, con fórmulas para limpiar datos

2. Limpia la lista

- Quita duplicados
- Separa nombres y apellidos
- Proper text > altas - bajas
- Ortografía en los nombres

	A	B	C	D	E
1	Nombre/Apellido		Email	Empresa	Tipo
2	GABRIELA	HERNANDEZ	gabriela.hernandez@gmail.com	RetailPlus	
3	LUIS	RODRIGUEZ	luis.rodriguez@gmail.com	BIZSOLUTIONS	
4	ANDREA	RAMIREZ	andrea.ramirez@business.org	RETAILPLUS	
5	DIANA	LOPEZ	diana.lopez@outlook.com	TECHCORP	
6	FERNANDA	DIAZ	fernanda.diaz@yahoo.com	MARKETMAKERS	
7	CARLOS	TORRES	carlos.torres@company.com	Alpha Industries	
8	FERNANDA	LOPEZ	fernanda.lopez@business.org	BIZSOLUTIONS	
9	JUAN	GOMEZ	juan.gomez@gmail.com	BIZSOLUTIONS	
10	LUIS	GOMEZ	luis.gomez@company.com	ALPHA INDUSTRIES	
11	CARLOS	RODRIGUEZ	carlos.rodriguez@outlook.com	MARKETMAKERS	
12	CARLOS	HERNANDEZ	carlos.hernandez@outlook.com	ALPHA INDUSTRIES	

	A	B	C	D	E
1	Nombre	Apellido	Email	Empresa	Tipo
2	Gabriela	Hernández	gabriela.hernandez@gmail.com	RetailPlus	
3	Luis	Rodríguez	luis.rodriguez@gmail.com	BIZSOLUTIONS	
4	Andrea	Ramírez	andrea.ramirez@business.org	RETAILPLUS	
5	Diana	López	diana.lopez@outlook.com	TECHCORP	
6	Fernanda	Díaz	fernanda.diaz@yahoo.com	MARKETMAKERS	
7	Carlos	Torres	carlos.torres@company.com	Alpha Industries	
8	Fernanda	López	fernanda.lopez@business.org	BIZSOLUTIONS	
9	Juan	Gómez	juan.gomez@gmail.com	BIZSOLUTIONS	
10	Luis	Gómez	luis.gomez@company.com	ALPHA INDUSTRIES	
11	Carlos	Rodríguez	carlos.rodriguez@outlook.com	MARKETMAKERS	
12	Carlos	Hernández	carlos.hernandez@outlook.com	ALPHA INDUSTRIES	
13	Andrea	Torres	andrea.torres@business.org	TECHCORP	
14	María	Martínez	maria.martinez@company.com	MARKETMAKERS	

Tip Usa la plantilla de Excel, con fórmulas para limpiar datos



3. Segmenta tu lista

Define tus etiquetas, necesarias para segmentar

- En función a sus características: productos/servicios, tipo de clientes, etc.

Beneficios:

- Te permite entregar correos electrónicos altamente relevantes y personalizados a tus clientes, lo que genera un mayor compromiso, tasas de conversión, etc.
- Al agrupar a los clientes en función de sus características, comportamientos o preferencias compartidas, puedes adaptar sus mensajes y ofertas para que resuenen mejor con cada audiencia.
- El enfoque específico te ayuda a construir relaciones más sólidas con tus clientes, lo que se traduce en una mejora de la satisfacción del cliente, la retención y, en última instancia, un mayor ingreso para tu empresa.

Ejemplos de etiquetas para segmentación

- Cliente
- Prospecto
- Proveedor
- Colaborador
- Interno
- Paquete
- Comercial
- etc.

Tip Se consistente en el uso de estas etiquetas. Siempre escritas igual. Si no, acabarás con etiquetas que te confundirán.

PASO 2

Contrata una plataforma de envío de correos y configúrala



Plataformas de e-mail

ActiveCampaign >



Crea tu cuenta



Regístrate en Mailchimp

Crea una cuenta gratis o [inicia sesión](#). Al crear una cuenta, aceptas nuestras [Condiciones](#) y declaras haber leído y estar de acuerdo con la [Declaración de privacidad global](#).

Correo electrónico de la empresa

masterclass@bt-comunicaci ✓

Nombre de usuario

masterclass@bt-comunicaci ✓

Contraseña

Mostrar

***** ✓

- ☒ No quiero recibir correos electrónicos sobre Mailchimp, actualizaciones de productos y funciones de Intuit relacionadas, ni tampoco prácticas recomendadas de marketing ni promociones de Mailchimp. Al no marcar la casilla, acepto que se me suscriba de forma predeterminada.

Registro

reCAPTCHA invisible de Google [Política de privacidad](#) y [Condiciones de uso](#).

O bien, crea una cuenta con tus credenciales de Google:



Continuar con Google

Algunas partes de Mailchimp solo están disponibles en inglés. Gracias por tu paciencia mientras trabajamos para incorporar más idiomas.



1. Autentifica tus emails

- Configurar registros SPF, DKIM y DMARC para verificar su dominio de correo electrónico y mejorar la confianza con los proveedores de correo electrónico.

The screenshot shows the Mailchimp interface for a user named 'M'. The left sidebar contains navigation links: Home, Campaigns, Automations, Audience, Analytics, Website, Content, and Integrations. The main content area is titled 'Bt-Comunicación' and shows the 'Email Domains' section. It includes a 'Create' button at the top left, a 'Search Mailchimp' bar at the top right, and a 'Help' link. The 'Email Domains' section has a sub-header 'Email Domains' and a description: 'Your email domains control how your emails are sent through Mailchimp. Verifying and authenticating your domain helps your hard work get to your customers' inboxes.' Below this is a link 'How to authenticate a domain' and a button 'Add & Verify Domain'. The 'Custom Email Domains' section shows a table with one entry: 'bt-comunicacion...' with a status 'Needs authentication' and a 'Start Authentication' button. The 'Connected Domains' section has a description and a link 'How to connect a domain or subdomain', followed by a 'Connect a domain' button. A 'Feedback' button is on the right side, and a 'Upgrade' button is at the bottom left of the sidebar.

Bt-Comunicación

Overview Settings Billing **Domains** Extras

Integrations Shop New Plans

Email Domains

Your email domains control how your emails are sent through Mailchimp. Verifying and authenticating your domain helps your hard work get to your customers' inboxes.

[How to authenticate a domain](#)

Add & Verify Domain

Custom Email Domains

Domain	Status	Action
bt-comunicacion...	Needs authentication	Start Authentication

Connected Domains

If you already own a domain from another domain provider, you can connect it to give your landing pages and website a more professional look.

[How to connect a domain or subdomain](#)

Connect a domain

1. Autentifica tus emails

- Proceso sencillo en la administración de los DNS.
Algo técnico y puedes apoyarte de tu área de sistemas



3. Crea un registro DKIM con la información de Mailchimp.

Vas a añadir 2 registros CNAME a tu dominio. Estos registros se gestionan en el sitio web o la interfaz de tu proveedor de dominios. Ayudan a Mailchimp a dirigir tu correo electrónico al lugar adecuado.

- Busca un lugar donde **crear** o **añadir** un nuevo registro.
- En **Tipo** de registro, selecciona **CNAME**.
- Copia la información de **Nombre** de CNAME 1 a continuación y pégala en el campo Nombre o Host de tu registro. Este campo se puede llamar también **Nombre de host** o **Registro de host**.
- Copia la información de **Valor** de CNAME 1 a continuación y pégala en el campo Valor de tu registro. Este campo se puede llamar también **Datos** o **Dirige a**.
- Si tienes una opción para **TTL**, deja la configuración predeterminada o selecciona el valor más bajo posible.
- **Añade** o **guarda** tu registro.

Ahora repite estos pasos, pero esta vez copia y pega la información de CNAME 2.

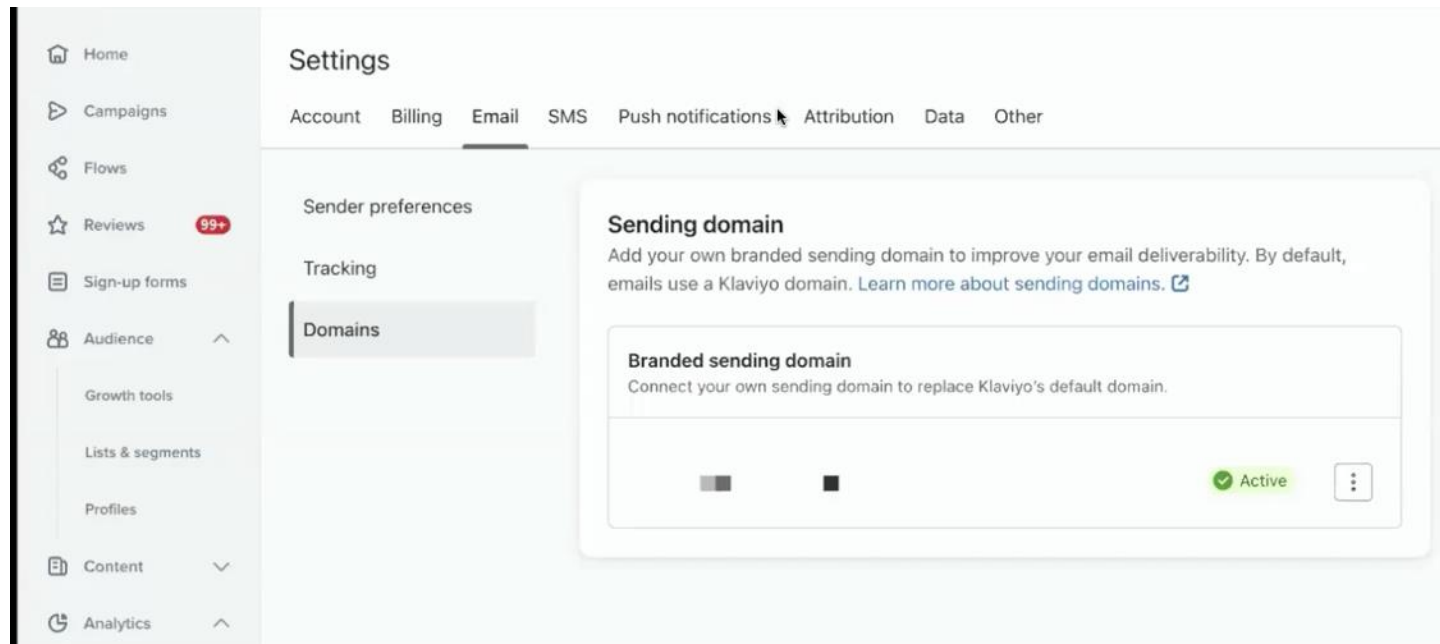
CNAME 1	CNAME 2
Name ⓘ k2_domainkey.bt-comunicacion.com Copy Value dkim2.mcsv.net Copy	Name ⓘ k3_domainkey.bt-comunicacion.com Copy Value dkim3.mcsv.net Copy

Siguiente



2. Mail para envíos con el dominio de tu empresa

- No usar dominios genéricos (como @gmail.com).
Usa tu propio dominio. Por ejemplo, hola@tumarca.com.
- Usa un mail representativo para envíos
ej. hola@tumarca.com, info@tumarca.com, ventas@tumarca.com



3.a Alta de datos

- Segmentos o Audiencias

Crear

Inicio

Campañas

Todas las campañas

Automatizaciones

Público

Todos los contactos

Panel de público

Formularios de registro

Etiquetas

Segmentos

Encuestas

Preferencias de suscriptor

Bandeja de entrada

Análisis

Sitio web

Contenido

Asistente creativo

Mis archivos

Buscar en Mailchimp

Ayuda

M

Contatos

Público: bt-comunicación

Añadir contactos

Importar contactos

Añadir un solo contacto

Información general

Gestionar público

Añadir contactos

Preferencias de suscriptor

Configuración

5 contactos en total. 5 suscriptores de correo electrónico.

Ver análisis del público

Filtrar por etiquetas

Ver segmentos

Crear un nuevo segmento

Columns

Exportar público

	Email Address	First Name	Last Name	Address	Phone Number	Birthday	Company
☐	adriana@bt-comunicacion.com	Adriana	Robledo				bt-comunicaci
☐	sergio@bt-comunicacion.com	Sergio	Rangel				bt-comunicaci
☐	antunano@bt-comunicacion.com	Luis Fernando	De Antuñano				bt-comunicaci
☐	elena@bt-comunicacion.com	María Elena	Arrollo				bt-comunicaci
☐	masterclass@bt-comunicacion.com	Master	Class	bt-comunicación Calle Pirineos 166 Col Portales Sur Ciudad De Mexico, CMX 03300 Mexico , USA			

Rate Contacts Page

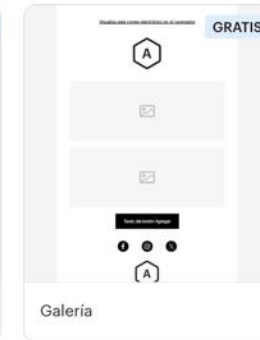
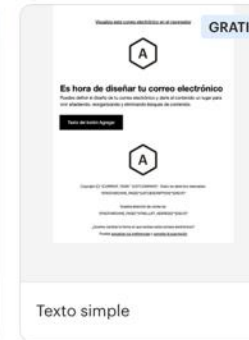


3.b

Prepara una plantilla

Diseños básicos

[Ver todo](#)



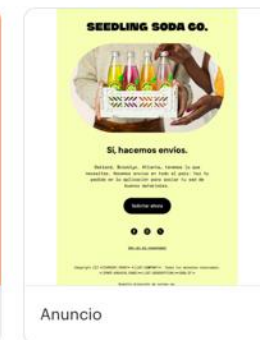
Boletín de noticias

[Ver todo](#)



Anunciar

[Ver todo](#)



Anatomía del e-mail

Información de envío

Sender

No hay confianza de nombres extraños. La gente compra a personas que conocen, que les gusta, y confían.

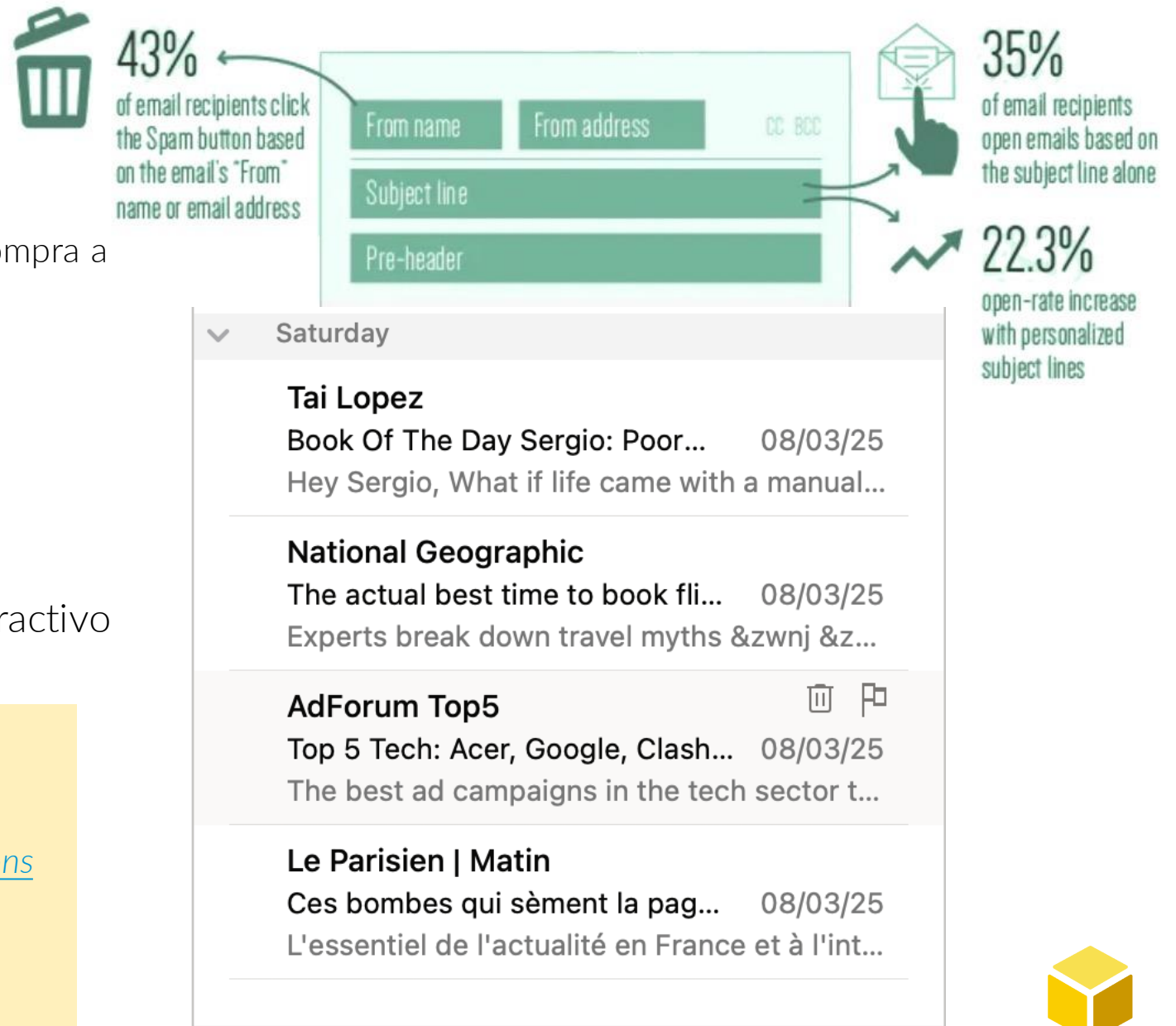
Título/Asunto:

- Título atractivo, que llame la atención
- El propósito, ¡que abran el correo electrónico!

Preview: es complemento del título/asunto atractivo

Tips para genera curiosidad

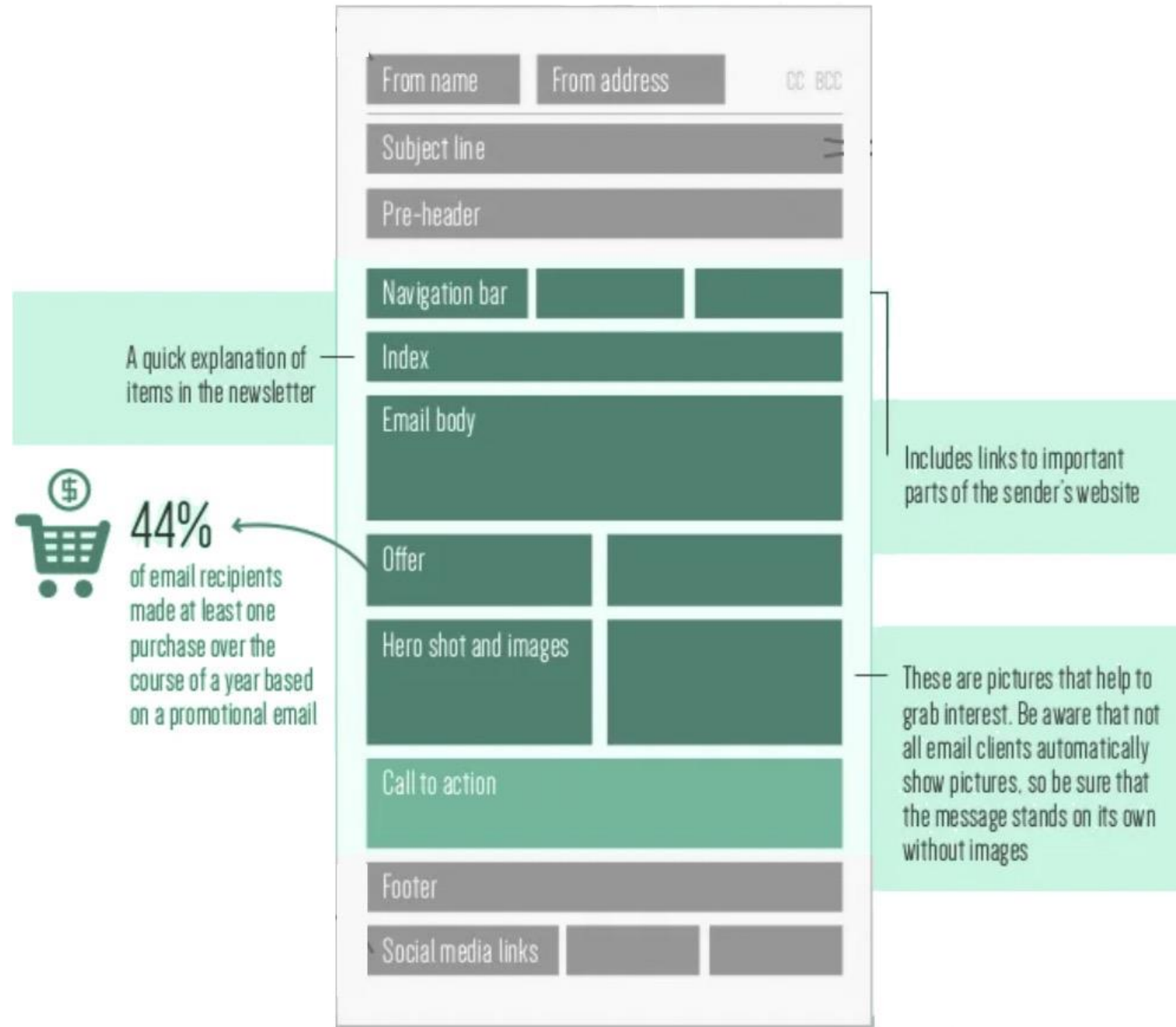
- Menciona [PIC], [Reporte], con tema interesante
- Emojis de texto (👉) <https://fsymbols.com/emoticons>
- Usa "Evita...", "No dejes pasar...", "No más..."
- Usa números impares (241 vs 250)
- Flechas: >>Esta-gráfica-me-impresionó -->



Anatomía del e-mail

Cuerpo

- Logo
- **Barra de navegación:** links relevantes del sitio web
- **Título**
- **Imagen:** relevante, idealmente con elemento humano, producto/servicio en uso
- **Cuerpo:** personalizar mejora el mensaje
 - El propósito de la primera oración. ¡lean la siguiente!
- **Oferta:** propuesta de valor y el contexto
- **CTA:** obvio y claro



Anatomía del e-mail

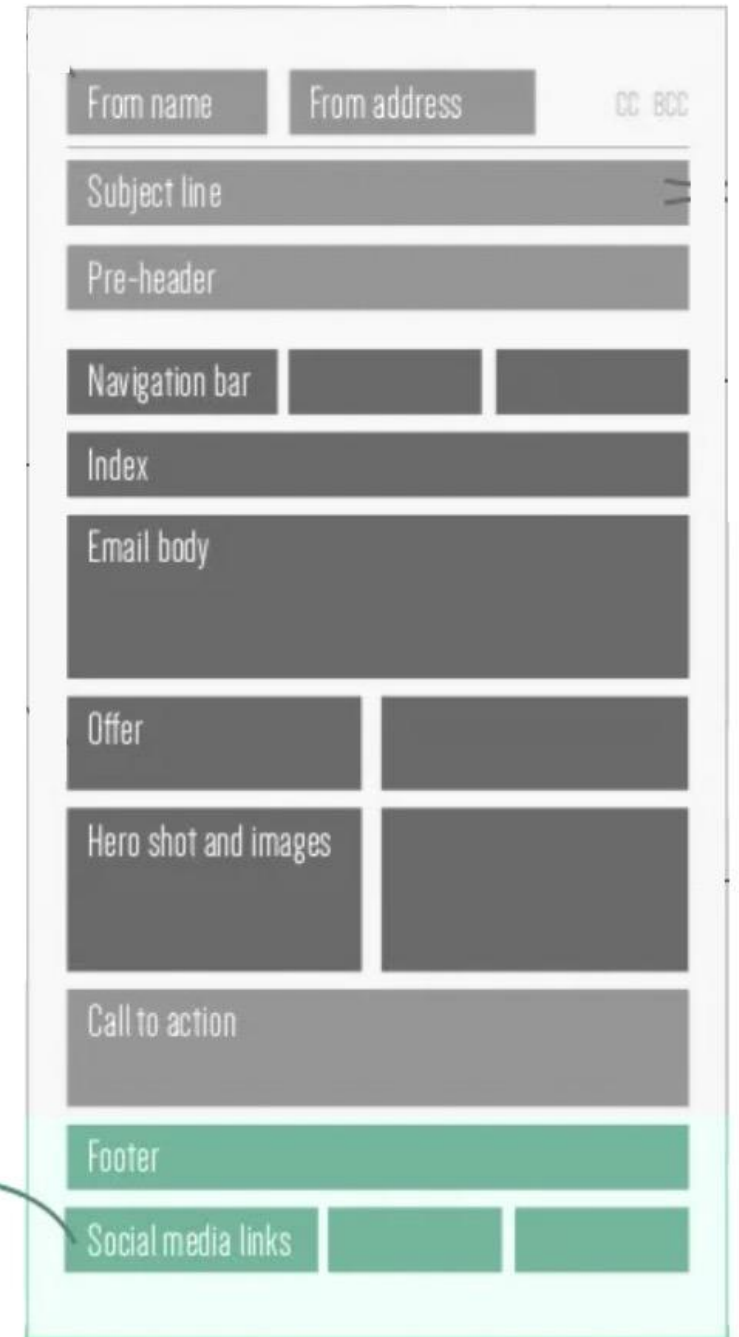
Pie de página

- **Slogan o One Liner** > describa tu valor agregado
- **Datos de contacto**
- **Añade redes sociales**
 - La mayoría de los clientes verifican los antecedentes sociales de las marcas antes de hacer negocio contigo
 - Ayuda a aumentar la confianza de la marca en general.
- **Enlace para darse de baja** para evitar quejas de spam
- **Link a política de privacidad** (en el sitio web)



Emails with social media links have a

158%
higher click-through rate



Ejemplos de diseño de campañas

Ver este mail en mi navegador

 **PANTONE®** 

PRODUCTOS | APRENDIZAJE



**LABELEXPO
MÉXICO 2025**

1 - 3 de abril de 2025

EXPO GUADALAJARA

EL COLOR COMO LO ESPERAS



Hola, Eduardo

¡YA VIENE LABELEXPO 2025!

Conoce el estado de la industria y la tecnología que le dará a tu empresa la vanguardia y competitividad que buscas.

Conoce lo último en soluciones de medición y control de color que te ayudarán obtener el color como lo quieres.

¡Tendremos oportunidades de EXPO especiales!

LABELEXPO MÉXICO 2025

1-3 DE ABRIL 2025 | Expo Guadalajara

Adelanta tu registro

#LabelexpoMexico2025 #labels #packaging #printing #etiqueta #empaque #controldecolor #xrite #pantone #xritemx

¡NUEVO PRODUCTO!

Cabinas de luz Judge LED - El futuro de la evaluación del color.

Conoce la próxima generación en la evaluación de la iluminación para satisfacer la creciente demanda de eficiencia energética y precisión en sus evaluaciones de color.

Conócela en LABELEXPO 2025.



Presentación de producto. Conoce sus características y beneficios en ahorro de energía.



Actualiza tus datos en nuestro mailing list y recibe información personalizada

ACTUALIZA AQUÍ

¿Necesitas ayuda con la mejor solución para el control de calidad en color?

Contáctanos y con gusto te orientaremos en la mejor solución para tus requerimientos. Escríbenos por [WhatsApp +52-55-7467-0919](https://xritemx.com) o visita <https://xritemx.com>

#EvaluaciónDeColor #ControlDeCalidad

Involved, Resolved, Evolve
[Ve este email en tu navegador](#)

PANTONE®

GRÁFICOS | FASHION, HOGAR + INTERIORES |
PLÁSTICOS

Hola, Pantone te saluda

¡El Informe de tendencias de color de moda de Pantone para otoño/invierno 2025-2026 ya está aquí para la Semana de la Moda de Nueva York!

Una rica variedad de colores que capta e intriga, atrayendo la mirada y despertando la curiosidad.

Según los expertos del Pantone Color Institute, los colores para la NYFW de Otoño/Invierno de 2025/2026 están impregnados de un matiz poético, y combinan la relajación casual con la elegancia sutil.

EXPLORA LAS TENDENCIAS

ACTUALIZA Tus DATOS EN NUESTRO
MAILING LIST Y RECIBE INFORMACIÓN
PERSONALIZADA

[ACTUALIZAR](#)

¿Necesitas ayuda para seleccionar las mejores
herramientas de color para tus proyectos? Escribebros
por WhatsApp al +52-55-6194-6990 o contáctanos en
pantone.mx

#diseño #diseñografico #arte #pantone #pantonemx

Descubre lo nuevo en pantone.mx

Contáctanos en
cualquier momento a
través de nuestro

[WhatsApp: +52 \(55\)](https://www.whatsapp.com/channel/00299a61946990)

[6194 6990](https://www.whatsapp.com/channel/00299a61946990)

X-Rite es una marca registrada o comercial de X-Rite, Incorporated en los Estados Unidos y otros países.
PANTONE®, PantoneLIVE y otras marcas comerciales de Pantone son propiedad de Pantone LLC. Todas las demás marcas comerciales o registradas pertenecen a sus respectivos propietarios. © X-Rite, Inc. 2022. Todos los derechos reservados. Pantone es una subsidiaria al 100 % de X-Rite, Incorporated. Todos los derechos reservados.

Marca registrada © 2025 PANTONE, distribuidor autorizado de X-Rite Pantone en México. Todos los derechos reservados.
Te suscribes al boletín con PANTONE

Nuestra dirección postal es:

PANTONE
Callezada de las Águilas 1992
Col. Lomas de Avoniatla
México, Ciudad de México 06700
México

[Aprende más a tu directorio](#)

¿Quieres cambiar como es que recibes nuestros correos?

[Disculpa, este correo no fue enviado correctamente. ¿Quieres recibirlo otra vez?](#)



Introducing:
PANTONEVIEW
Colour Planner
Autumn / Winter
2026 / 2027

Desire: A Season of Quiet Simplicity and Pleasurable Indulgence

A feeling of desire is expressed in our yin and yang approach to color for

Autumn / Winter 2026 / 2027 where we balance our longing for safety and comfort with the enticing and indulgent to provide excitement and drive new color creations.

LEARN MORE



Familiar shades contrast with transparent and expansive neutrals, modern mid-tones and newborn pastels coalesce in statements both *sweet and sour* and lightened tones infuse golden luminosity into rich darks, *empowering* us, acting as the catalyst for innovation, transformation, inventiveness and originality.

The PANTONEVIEW Colour Planner Autumn / Winter 2026 / 2027 color trend forecast offers seasonal inspiration, *key color directives*, suggested color harmonies plus material and *product application* across menswear, womenswear, activewear, cosmetics, interior, industrial and multi-media design *24 months ahead* of the season.



See all of our color tools at [Pantone.com](https://www.pantone.com)

[f](#) [in](#) [X](#) [@](#) [P](#)

[contact us](#) [dealer locator](#) [privacy policy](#)

This E-mail was sent to you by Pantone. To ensure delivery to your inbox (not bulk or junk folders), please add [cantone@web.pantone.com](mailto:pantone@web.pantone.com) to your address book.

This is an outbound E-mail only. We will be unable to respond to your reply.

© Pantone LLC 2025. All rights reserved.

PANTONE® Colors displayed may not match PANTONE Color Standards.

Pantone LLC, 390 Commerce Boulevard, Carlstadt, NJ 07002

Prepara una plantilla Diseño

- Mantén el equilibrio adecuado entre el diseño y la entrega de información
- Mantén la coherencia del **diseño de la marca** durante todo el recorrido del cliente.
- Mismos **elementos de marca** que tu sitio web:
 - Elementos gráficos – Plecas, botones, iconos
 - Fuentes tipográficas
 - Paleta de colores
 - Concepto de imágenes

Sergio, el conocimiento es poder



X-Rite, Incorporated <info@xrite.com>

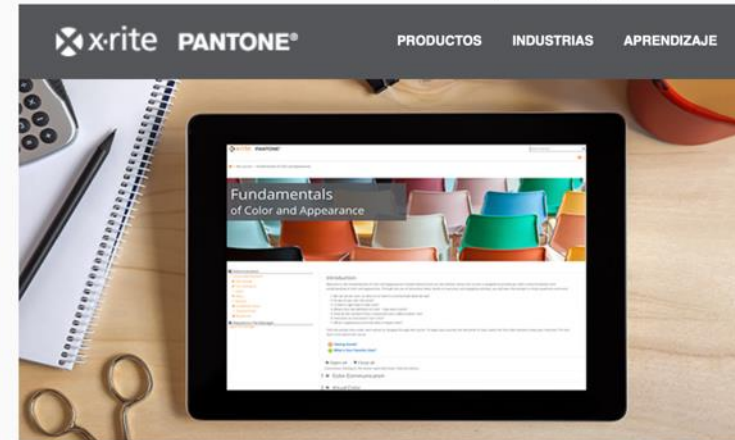
To: sergio.rangel@bt-comunicacion.com

Monday, 24 February 2025 at 9:14

This message will be deleted from the server the next time you connect.

Leave on server

Libere potentes habilidades de gestión del color con la orientación de expertos. ¿No se ve bien el correo? [Véalo en el navegador.](#)



Domine los aspectos fundamentales del color y la apariencia

Obtenga los conocimientos que necesita para administrar con confianza el color en cada trabajo de impresión con nuestro curso de eLearning *Fundamentos del Color y su Apariencia (FOCA)*. Aprenda de los mejores expertos de la industria las mejores prácticas para la medición del color, la interpretación de datos y la implementación de un programa fiable de calidad del color, todo ello a través de cinco horas de atractivos videos y contenidos interactivos, disponibles en cualquier momento y lugar.

[¡Regístrese hoy!](#)

QUIÉNES SOMOS INSCRIPCIÓN SERVICIO Y SOPORTE CONTACTO



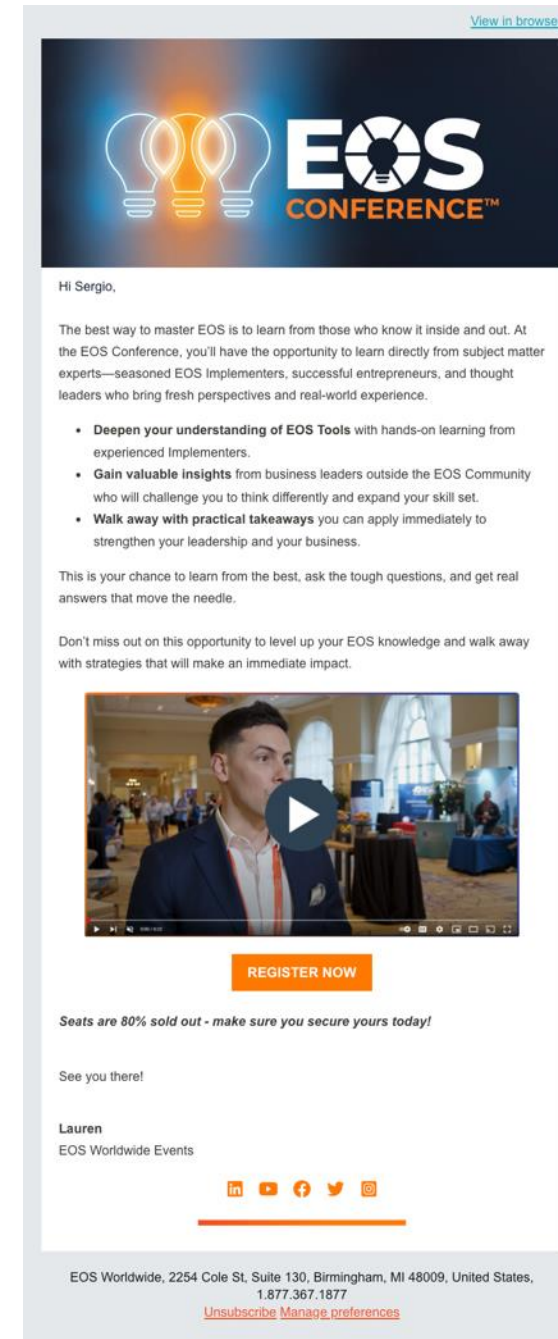
X-Rite es una marca registrada o comercial de X-Rite, Incorporated en los Estados Unidos y otros países. PANTONE®, PantoneLIVE y otras marcas Pantone son propiedad de Pantone LLC. Todas las demás marcas comerciales o registradas pertenecen a sus respectivos propietarios. © X-Rite, Inc. 2025. Todos los derechos reservados.

PANTONE®, PantoneLIVE y otras marcas Pantone son propiedad de Pantone LLC. Todas las demás marcas comerciales o registradas pertenecen a sus respectivos propietarios. Pantone es una empresa subsidiaria propiedad de X-Rite, Incorporated. Con licencia de Sun Chemical Corporation. La tecnología patentada de Sun Chemical permite comunicar una descripción digital uniforme de la apariencia deseada de un producto. – [Números de patentes de Estados Unidos 7,034,960; 7,202,976; 7,268,918; 7,417,764 y sus equivalentes internacionales]. © Pantone LLC, 2025. Todos los derechos reservados.

Consejos profesionales

Uso de imágenes

- 1 a 3 imágenes, como máximo
 - Usa texto alternativo > ayuda con la accesibilidad
 - Usa Gifs animados > agrega más estilo visual/pop
 - Aligerará el contenido. Piensa en correos más minimalistas
- Evita imágenes pesadas o demasiados enlaces
 - Idealmente, 640 px de ancho.
 - Imágenes máximo 800 px de ancho / 72 dpi



Consejos profesionales

Texto

- Usa una relación adecuada entre texto e imagen. Al menos un 60% de texto.
- Para mucho contenido, mantén de 3 a 6 párrafos cortos.
- Para poco contenido, mantenlo de 1 a 3 oraciones.

Involved, Resolved, Evolve
[Ve este email en tu navegador](#)

PANTONE®

GRÁFICOS | FASHIÓN, HOGAR + INTERIORES |
PLÁSTICOS

Visualiza y comunica el color para gráficos e impresión con la **Formula Guide, Edición Limitada Pantone Color del Año 2025**.



Nuestra guía más vendida para inspiración de diseño, especificaciones de color y precisión de impresión, ahora disponible como edición limitada para celebrar el Color Pantone del Año 2025. Este set de edición especial, con y sin recubrimiento, presenta una hermosa cubierta suave al tacto en el **PANTONE 17-1230 Mocha Mousse**, un marrón suave y evocador que transporta nuestros sentidos al placer y la delicia que inspira.

[Compra o actualiza tu guía](#)



Referencia: GP1601BCOY25

Integración con Pantone® Connect para Adobe Creative Cloud

Te permite acceder a más de 15 000 colores Pantone en todas las bibliotecas Pantone. Lleva todos tus colores Pantone físicos a los flujos de trabajo digitales de tus aplicaciones favoritas, como InDesign®, Photoshop® e Illustrator®, y garantiza la coherencia del color, la precisión y el acceso desde cualquier lugar. Guarda y almacena de forma segura los colores que desees en la nube para compartir y colaborar de forma mejor y optimizada.

¿Necesitas ayuda para seleccionar las mejores herramientas de color para tus proyectos?
Escríbenos por [WhatsApp al +52-55-6194-6996](#) o contáctanos en [pantone.mx](#)



Consejos profesionales CTA'S

- Utiliza botones y evita los hipervínculos
- Siempre planea una acción que quieres que tome el receptor
- Solo necesita hacer UNA cosa >
Pasar del correo electrónico al sitio web.
- Usa 1 o 2 CTA's, máximo. Más, desorientará al cliente, lo que hará que no haga acción



Hola, Pantone te saluda

¡El Informe de tendencias de color de moda de Pantone para otoño/invierno 2025-2026 ya está aquí para la Semana de la Moda de Nueva York!

Una rica variedad de colores que capta e intriga, atrayendo la mirada y despertando la curiosidad.

Según los expertos del Pantone Color Institute, los colores para la NYFW de Otoño/Invierno de 2025/2026 están impregnados de un matiz poético, y combinan la relajación casual con la elegancia sutil.

EXPLORA LAS TENDENCIAS

Tip - El correo electrónico recibe el clic, el sitio web hace la conversión.



Consejos profesionales

1. Mantén tu lista limpia

- Elimina regularmente los suscriptores inactivos, los rebotes duros y las trampas de spam para evitar dañar tus entregas.

2. Segmentar y personalizar

- Envía correos electrónicos relevantes en función del comportamiento del suscriptor (por ejemplo, historial de compras, nivel de participación) para aumentar las tasas de apertura.

3. Evita las palabras que desencadenan de spam

- Palabras como **"Gratis", "Gana", "Urgente"** y los signos de exclamación excesivos pueden empujar tu correo electrónico a spam.

4. Fomenta la participación

- Pide a los suscriptores que respondan a tus correos electrónicos y pide moverlos a su bandeja de entrada principal si llegan a las promociones. Planea correos que tengan motivo para responder.

5. Mantén una frecuencia de envío saludable

- Enviar con demasiada frecuencia o o rara vez, puede perjudicar la capacidad de entrega. Encuentra un horario constante que mantenga la interactividad alta.



3.c

Envía tu primer correo



Cómo escribir

Fórmula

- Habla de un **Problema**
- **Solución:** describe el producto que ofrecemos que resuelve el problema
- **Resultado:** describe como será la vida del lector después de resolver el problema.
- **Plan para resolverlo:** información, acceso o consejos para ayudar a que los clientes obtengan lo que quieren
- **CTA** Llamada de acción directa al cliente que dirija a la venta

Estructura del correo

- Título claro
- Posicionarse como el guía – decir porque estamos calificados para ayudar
- Incluye cualquiera de los **sesgos cognitivos** que motivan a la acción, como escases, o tiempo limitado, etc.

Título claro

Descripción breve del contenido

Imagen con CTA

Anuncio corto

Descripción breve

CTA

¿Sufres con tus proveedores porque no te dan el color que pides?



X-Rite México <info@xritemx.com>

Tuesday, 25 February 2025 at 8:00

To: produccion3@bt-comunicacion.com

[Ver este mail en mi navegador](#)



PRODUCTOS | APRENDIZAJE

Con **PantoneLIVE**, superar las barreras en la comunicación de color con tu cadena de suministro.



Si hoy entregas muestras físicas a los impresores y convertidores, aún existe una brecha entre los resultados de color esperados y entregados. Aún está el problema de la consistencia de color entre los diferentes proveedores.

Lograr un color preciso y consistente requiere comunicar el color a través de los números. Un sistema basado en la nube, como PantoneLIVE, lo permite. Como gerente de marca o diseñador, puedes especificar los colores Pantone que conoces.

Descarga nuestro informe con estrategias clave para resolver los problemas de color con tu proveedor.

[Descarga el informe](#)

Elimina la incertidumbre y los costos de saber cómo se reproduce un color en diferentes procesos de impresión y escenarios de sustrato con PantoneLIVE.

Cómo escribir

Lenguaje

- Identifica sus dolores más profundos.
¿Por qué tienen dolor?
- Piensa que problema puedes ayudar a resolver a tu lector, que valor puedo agregar y que empatía puedo mostrar a mi cliente
- Redacta como si escribieras a un amigo
- Usa palabras cortas
- Oraciones cortas
- Párrafos cortos
- Lenguaje activo
- Demuestra empatía:
“Entendemos que ...”, “Sabemos que es frustrante”
- Recopila Sí's a través el copy

Personalización

- Uso esporádico del nombre de la persona en las líneas de asunto
- Inserta su nombre en el texto

Formato

- Intercalar mails corporativos con mails de puro texto
 - 1 de cada 5 mails, de texto sin formato personalizado
- Link de tu sitio web, como link más que botón



De que escribir

- Reseñas recientes de clientes que has recibido
- Presenta uno de tus productos
- Historias entretenidas de cómo tus productos benefician a tus clientes, etc
- Consejos para reducir tiempo o costo
- Consejos sobre liderazgo
- Consejos de motivación para los lunes
- Actividades semanales que se pueden hacer
- Consejos sobre el marketing en redes sociales

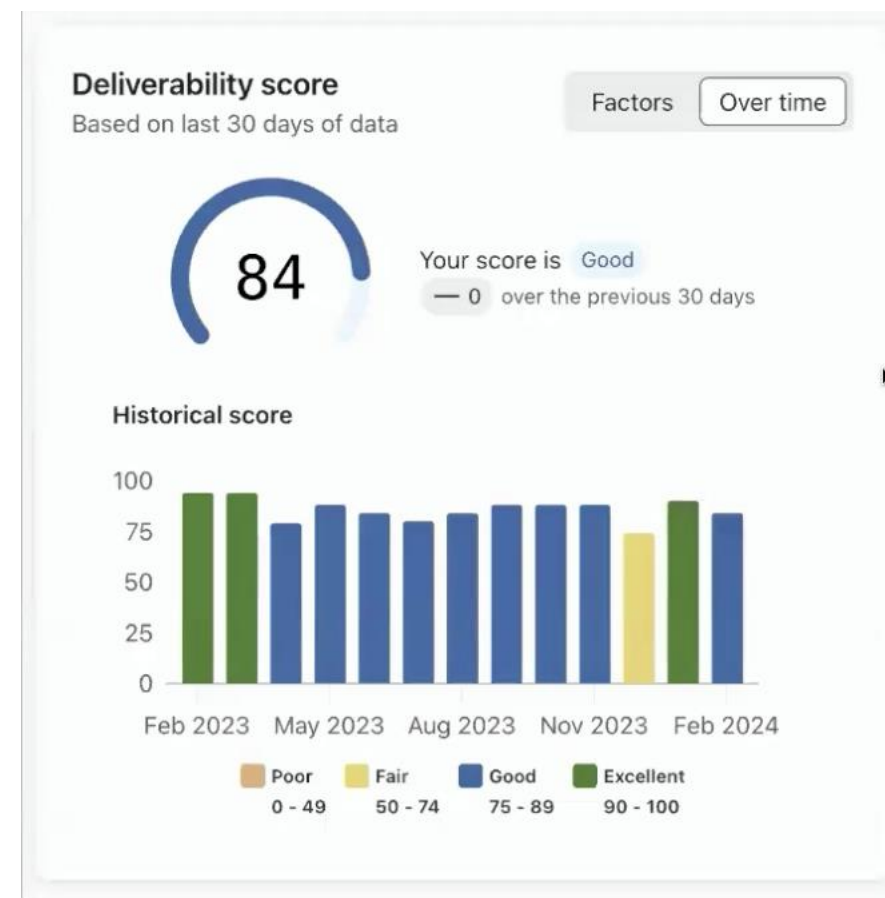


Ahora, prepara el envío de tus correos electrónicos

Aumenta gradualmente el volumen de correos electrónicos cuando utilice un nuevo dominio para construir una buena reputación de remitente.

La confianza con tu marca Inicia con un e-mail al mes, o a la semana.

Sigue con dos a la semana y ve creciendo a tres.



Tipos de campañas



Tipos de campañas

1. E-mail blast – envíos únicos

- Informativos
- De venta con promociones, ofertas
- Invitaciones a eventos
- Descargas
- Agradecimientos

2. Campañas de seguimiento (e-mail dripping)

- Secuencia de mails con contenidos que “nutren” y generan interés.

3. Campañas de venta

4. Campañas de agradecimiento

5. Mails de respuesta automatizaciones (autorespuestas)

- Suceden después de una acción
 - Gracias por tu suscripción
 - Gracias por tu visita
 - Gracias por tu compra
- En e-commerce:
 - Confirmación de compra
 - Seguimiento de envío
 - Confirmación de entrega
 - Carrito abandonado
 - Gracias por tu compra



2. Campañas de seguimiento (*e-mail dripping*)



Campañas de seguimiento

(e-mail dripping)

Objetivo

Mantenerse presente con correos electrónicos regulares y de valor a clientes potenciales.

Qué es

Secuencia de e-mails (*Auto-responder series*) con información de valor sobre nuestro producto o servicio, que nutra, nos posicione como líderes y genere reciprocidad.

Todo inicia con un formulario

- En tu sitio web, invitando a la descarga del generador de leads (PDF, Video, Guía, Checklist, etc.)
- Registro a tu newsletter
- Redes sociales

Días después, inicia la secuencia

Ejemplo de una secuencia automatizada

- **E-Mail 0:** Gracias por tu registro/bienvenida
(Día 1)
Bienvenida e historia de la marca
- **E-mail 1:** Mensaje de nutrición (3d)
Tema de interés/educar/contenido de valor
- **E-mail 2:** Mensaje de nutrición (1w)
Caso/Testimonio
- **E-mail 3:** Mensaje de nutrición (1w) – “How to”
- **E-mail 4:** correo de venta con CTA (1w)
Productos destacados o más vendidos

3. Campañas de venta

¿Es tu primera compra?
Obtén 20% off adicional en todo el sitio ingresando el cupón: PRIMERACOMPRA
O descarga nuestra App y obtén 25% off adicional. Cupón: APPNATURA25



promociones | cabello | perfumería | cuidados diarios

¡Oferta de locura!

50% Off

de dcto en la 2ª unidad en todo el sitio

Cupón:

500OFF

¡LO QUIERO

⚠ Recuerda agregar las dos unidades de tus productos favoritos para ver aplicado el descuento.
¡Combinalos como quieras!

*El descuento se hará en el producto de menor valor.
*Cupón válido hasta el 30/06/2024.
*Excluye productos hidratantes de manos y pies.



site | revista | causas y compromisos | consultoría

Descarga nuestra app

DESCARGAR EN Google Play | DESCARGAR EN App Store

Síguenos en:        | AVISO DE PRIVACIDAD

© 2024 NATURA COSMÉTICOS. Todos los derechos reservados.
NATURA DISTRIBUIDORA DE MÉXICO SA DE CV, RFC:NDM041125NT7,
Boulevard Manuel Avila Camacho 32, piso 10, Col. Lomas de Chapultepec 1 sección, Alc. Miguel Hidalgo, C.P.11000, Ciudad de México, México.



Campañas de venta

Si la campaña de seguimiento agrega valor y genera confianza, la campaña de venta es para cerrar la venta.

Recomendaciones:

1. Determinar UN producto a ofrecer.
No ofrezcas múltiples productos; confunde al cliente.
2. Identificar el problema que resuelve ESTE producto.
Tu campaña no solo vende un producto, **debe resolver un problema.**
3. Debe ser directo – no pasivo.
Haz saber que tienes un producto que vender.
Todo el e-mail debe ser un CTA para retar a la orden.
4. Define una vigencia de la oferta – Crear sensación de urgencia.



Campañas de venta

Campaña de venta
con una secuencia de 6 correos.

1. Correo 1: Entrega de valor – el descargable

- Después de que ingresaron su correo electrónico en el generador de leads
- Agradecer la descarga y recordar que problema resolvemos

2. Correo 2: problema + solución

- Enviado días después
- Identificar el problema a resolver, empatizar con su dolor y presentar producto o servicio que es solución.

3. Correo 3: Testimonio de cliente

- Para dar seguridad de nuestra oferta

4. Correo 4: Superar una objeción

5. Correo 5: Cambio de paradigma

- Explicar por qué ofrecemos algo diferente que no han probado

6. Correo 6: Mensaje de venta

Campañas de venta en 3 fases

Ejemplo "Buen Fin"

1. Fase de *hype* – levantar expectativas
2. Fase del gran día de ventas/lanzamiento
3. Fase de seguimiento

Ejemplo de campaña de ventas 3 fases

1. Mail 1: Venta/anuncio anticipado

- 1 semana antes

2. Mail 2: Gran venta

- Durante el periodo de venta
- *Con 10-20% de descuento u oferta BOGO*

3. Mail 3: venta extendida

- 24 h. después del periodo de venta
- *¡Última oportunidad para agarrarla!*



Campañas de venta en 3 fases

Ejemplo "Buen Fin"

1. Fase de *hype* – levantar expectativas
2. Fase del gran día de ventas/lanzamiento
3. Fase de seguimiento

TIEMPO DE ENTREGA DE 5 A 8 DÍAS HÁBILES

Daniel Espinosa
¡ÚLTIMAS HORAS!
— conmemoramos en Marzo —
**Día Internacional
de la Mujer**
Tu lucha diaria y tu esfuerzo
son una inspiración para todos

50% DTO.
EN TODA LA BOUTIQUE ONLINE
+
9 MSI
EN COMPRA MÍNIMA DE \$3,500



Consulta Términos y Condiciones


Llévate de Regalo
un Broche de Flor
En la compra mínima de
\$1,500
Colección
FLOWER POWER

<https://shop.us8.list-manage.com/track/click?u=b23e0f73a6f31c4c1fa84f598&id=c11755cb4d&e=5bd61d50e2>



~~MX\$3,780~~
MX\$1,134
COMPRAR AHORA



~~MX\$6,500~~
MX\$1,950
COMPRAR AHORA



~~MX\$2,680~~
MX\$804
COMPRAR AHORA



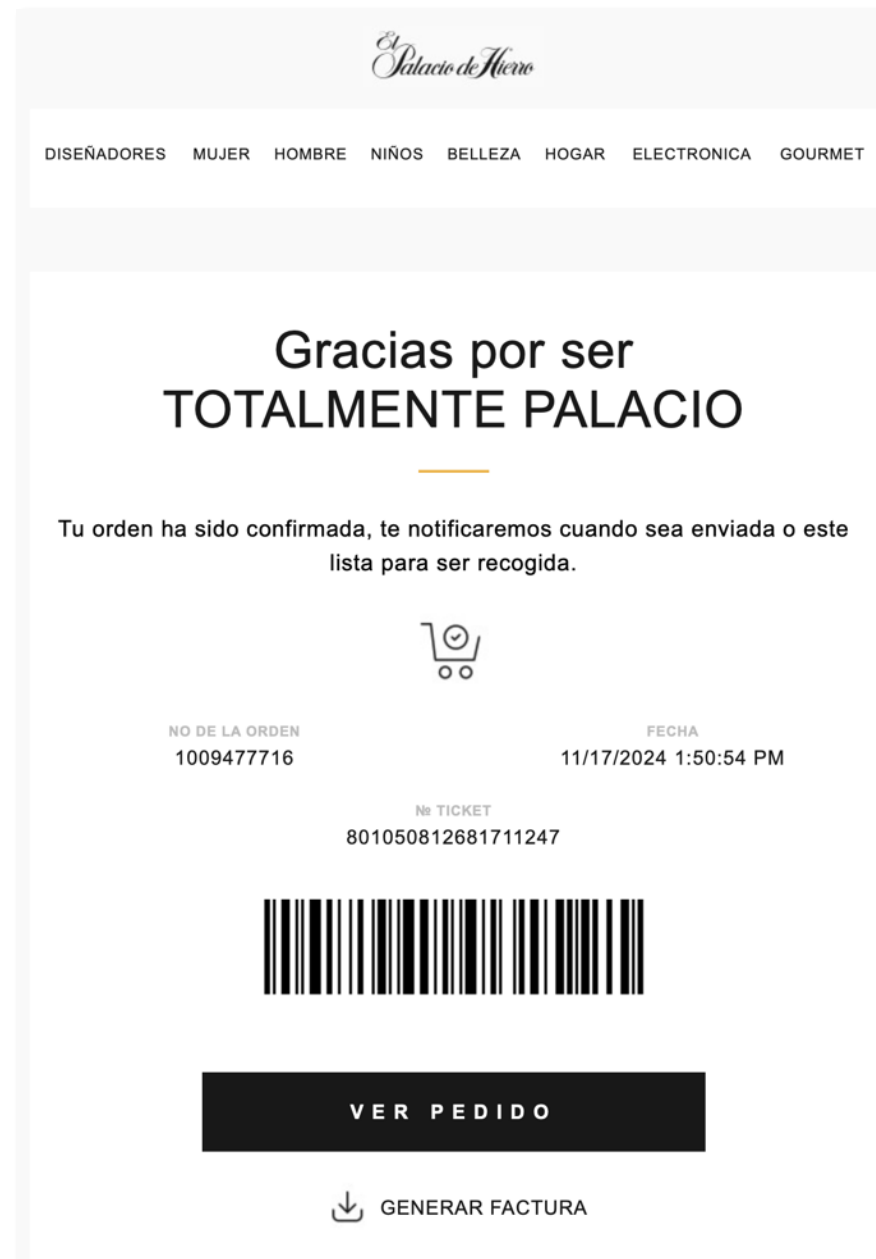
~~MX\$4,000~~
MX\$1,200
COMPRAR AHORA

  
  
aplazo 

Válido del 8 al 10 de Marzo de 2025.
Consulta Términos y Condiciones.

[Ver Correo en un Navegador](#)
[Actualizar tus Preferencias](#) or [Quitar suscripción](#)

4. Campañas de agradecimiento



Campaña de agradecimiento al cliente

Propósito:

mostrar aprecio por tus clientes y construir lealtad a largo plazo.

Provocar recompra y recomendación

Cuándo activar: después de que un cliente complete su compra.

Correos electrónicos clave de agradecimiento

1. Correo 1: inmediatamente

- Muestre gratitud por su compra.
- Incluye la confirmación del pedido y un mensaje cálido.

2. Correo 2: después de la entrega

- Asegúrate de que estén satisfechos con su compra.
- Proporcionar consejos o instrucciones para el uso/cuidado del producto.
- Incluye una llamada a la acción (CTA) para dejar una reseña o ponerte en contacto con el Servicio a Clientes, si es necesario.

3. Correo 3: de sorpresa y deleite (1 semana después)

- Ofrece un pequeño regalo de agradecimiento, como un código de descuento, un obsequio o puntos de fidelidad.

Ejemplos e-mail de agradecimiento

[Empaques](#) | [Acabados](#) | [Webinars](#) | [Contacto](#) | [FAQ](#)

¡Hola, Rodrigo!

¡Gracias por tomarte el tiempo de visitar nuestro sitio web! En verdad apreciamos tu interés y nos gustaría llevar tu proyecto al siguiente nivel. Como líder de la industria, siempre buscamos trabajar con empresas de ideas afines que sean ambiciosas, creativas y enfocadas, como tú.

Haznos saber en que más te podemos ayudar. tenemos a tu disposición:

- Planos mecánicos de las bolsas para que puedas trabajar el diseño de tu bolsa. Solicítalos por [WhatsApp +52 56 2564 2364](#)
- Puedes descargar nuestra [guía de pre-prensa](#) para recomendaciones de cómo preparar tus archivos para la impresión.
- Puedes acceder a nuestro ["Taller de Comunicando a través del empaque"](#) del que podrás inspirarte para desarrollar iniciativas que amplíen el alcance de tu marca.
- Consulta nuestros informes con [tendencias y contenidos](#) que te ayudarán a mercadear mejor tu producto.

Esperando poder ser de ayuda, simplemente haznos saber cómo podemos apoyarte. No dudes en contactarnos.

Re: Gracias por acompañarnos al webinar "Comunicando a través del #empaque"



Virginia Cervantes Dávila <vrmv40@hotmail.com>

Wednesday, 22 July 2020 at 18:42

To: Instapouch

Buen Día

Gracias por el Webinar y compartirlo en YouTube, así lo puedo consultar las veces que quiera para cuando tenga dudas. También agradezco este correo con sus datos, a veces es complicado encontrar en México proveedores con las características que ustedes ofrecen.

De: Instapouch <instapouch@bt-comunicacion.com>

Enviado: miércoles, 22 de julio de 2020 09:15 a. m.

Para: Virginia <vrmv40@hotmail.com>

Asunto: Gracias por acompañarnos al webinar "Comunicando a través del #empaque"



[Empaques](#) | [Acabados](#) | [Webinars](#) | [Contacto](#) | [FAQ](#)

¡Hola, Virginia!

Soy Diana Rafael, y quiero agradecerte tu registro al webinar, "Comunicando a través del #empaque", donde mostramos opciones que la impresión digital de empaque flexible puede ofrecer a tus clientes y marcas. Caminos y casos creativos para conectar tu producto y tu marca con audiencias específicas, hablar a cada segmento y cautivar la lealtad de tus consumidores.

Si no pudiste acompañarnos, en esta liga podrás ver la sesión en nuestro canal de Youtube:

[Ver webinar](#)

Si estás por desarrollar algún proyecto de empaque, será un gusto ayudarte a ampliar la idea y potencializar la conexión con tus consumidores.

Recuerda que arrancamos órdenes desde 1 000 bolsas, incluyendo hasta 5 diseños en el mismo tiraje. Puedes consultar modelos, accesorios y acabados en [instapouch.com](#), así como descargar las plantillas para bajar el arte.

Si tienes cualquier duda o consulta, no dudes en escribirme a: diana.rafael@folmex.com.mx. Será un gusto apoyarte.



Diana Rafael

Coordinador comercial
Instapouch

**CONSIGUE LA CALIDAD QUE NECESITAS.
COMPRA LA CANTIDAD QUE TE CONVIENE.**

Desde 1,000 piezas, hasta 5 diseños diferentes, sin costo de grabados.
Personaliza y haz tu empaque único.



Te ayudamos a desarrollar tu proyecto de empaque.
Escribenos a: **WhatsApp: +52 (55) 4191 1491**



Copyright © 2020 Instapouch. All rights reserved.
Estás recibiendo este correo porque recibimos tu solicitud en nuestro sitio o actividades.



PASO 3

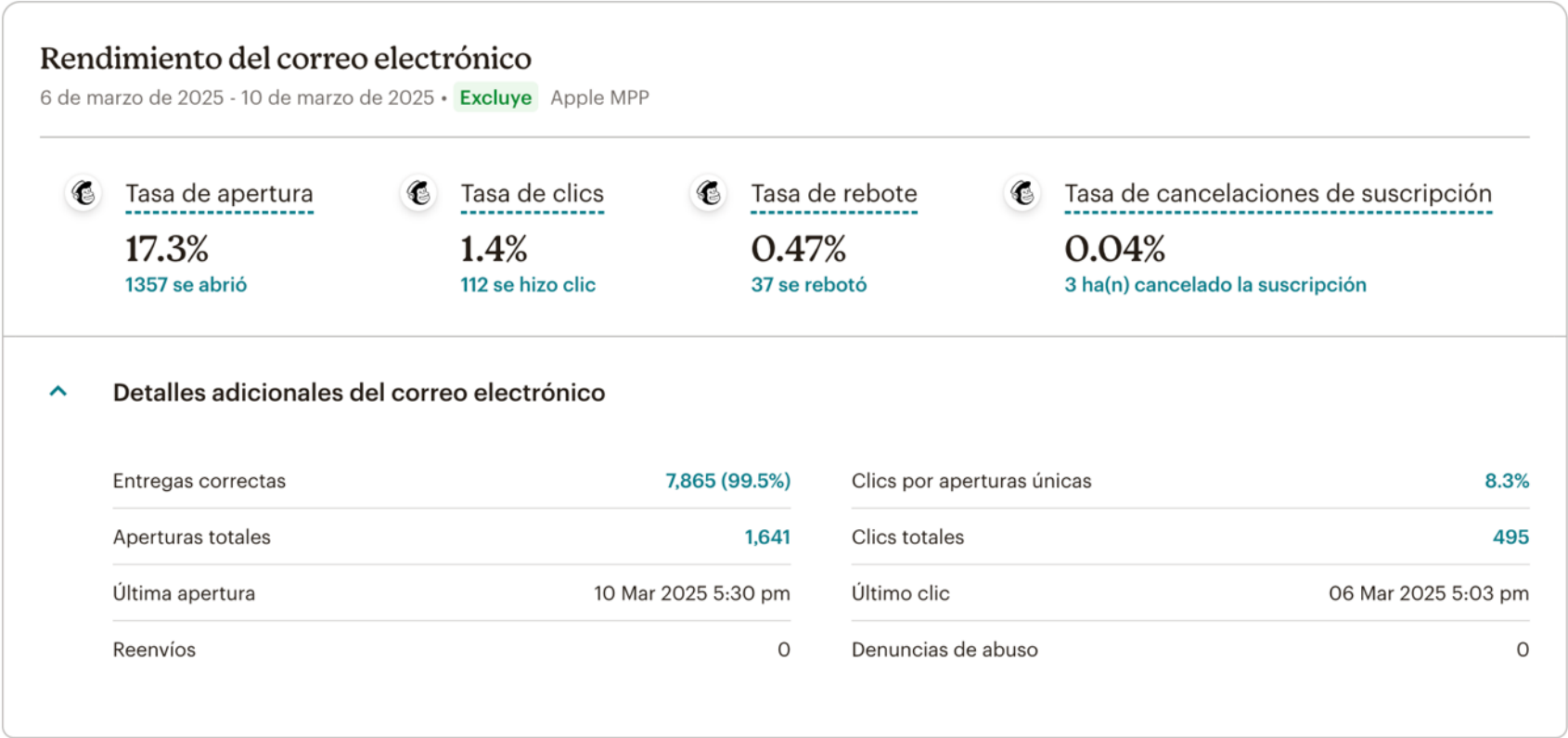
Monitorea y mejora



Monitorear

Usa herramientas

- Analytics de la aplicación
- Google Postmaster Tools
- Google Analytics



Métricos

KPI's

1. Entregas y tasa de rebote

- Tasa de entrega: 95-99% (apunta al +98%)
- Tasa de rebote: < 2%
 - Rebotes suaves: problemas temporales como la bandeja de entrada llena: <1%
 - Rebotes duros: correos electrónicos no válidos <0.5%
- Tasa de quejas de spam: < 0. 1%

2. Tasa de apertura (Open Rate)

- Arriba del estándar de la industria del 20%, es buena
- 30 a 40%, para audiencias cálidas
- Menos que eso, hay que revisar que mejorar

3. Interacción (CTR – Click Through Rate)

- Tasa de clics : 1 a 5%

4. Conversión

- Tasa de conversión: 1 al 3%.
Variará según el precio y la urgencia del producto

5. KPI's de salud

- Tasa de cancelación de suscripción: <0.5% por campaña
- Tasa de crecimiento de la lista: 2-5% por mes
- Suscriptores comprometidos: 30-50% de la lista total (activos en los últimos 90 días)

6. Conversión de formularios del generador de prospectos:

- Tasa de conversión: 5 al 7%



Otros puntos

1. Errores comunes
2. Los 4 mejores horarios para envío de correos
3. Buenas prácticas
4. ¿Qué es **entregabilidad** y por qué es importante?
5. Glosario
6. Referencias



Errores comunes

- Links equivocados
- Errores de copy, fechas, etc.

Revisar bien

- No poner aviso de privacidad y consentimiento en los formularios



Los 4 mejores momentos para enviar tus campañas de e-mail

1. **6 AM** - Después de despertar
2. **10 - 11 AM** - Después de las reuniones matutinas
3. **2 PM** - Mientras están en un descanso laboral
4. **8 - 10 PM** - Antes de acostarse



Buenas prácticas

Consentimiento expreso

- El consentimiento expreso es el tipo de consentimiento obtenido al A) delinear claramente qué tipo de contenido se está optando en una fuente de registro, B) no forzar la inclusión para ningún otro propósito que no sea el contenido descrito, y C) honrar esa inclusión enviando solo contenido que sea deseado y solicitado.

Autenticación de dominio

- La autenticación de dominio es el método de legitimar una fuente de tráfico utilizando registros DNS que solo el propietario del dominio puede agregar. Los principales tipos de autenticación de dominio actuales son SPF y DKIM, que se pueden revisar en el Glosario a continuación.

CAPTCHA

- Agrégalo a los formularios de registro para proteger contra bots que agregan direcciones reales y/o falsas a las listas sin consentimiento real. (reCAPTCHA de Google o hCAPTCHA de Intuiting Machine)

Reputación del remitente

- La reputación del remitente es una puntuación que tu proveedor de envío de a-mails asigna a un remitente. Cuanto más alta sea la puntuación, más probable será que el ISP entregue emails a las bandejas de entrada de los destinatarios.



Entregabilidad

¿Por qué es importante?

- ¡Entregabilidad es tu KPI número 1!
- Tienes que hacer que los mails lleguen
- Tienen que ganarte la bandeja de entrada- Demuestra que eres un remitente bueno, confiable y seguro.
- Honra que te han dado la bienvenida a su buzón (suscribiéndose a tu contenido) y recompensalos por confiar en ti al no abusar de la cantidad/cadencia de envío - No sobresaturados.
- Aplica buenas prácticas de entregabilidad
 - Mejora el contenido de tu email
 - Estás compitiendo en la bandeja de entrada. Esto te da una motivación adicional para mejorar el contenido de tu email.
- Trabaja en líneas de asunto potenciadas que ayuden a elevar la visibilidad, el compromiso y la entregabilidad
- Ofrece una experiencia positiva a tu audiencia, segura y atractiva para los destinatarios.
- Prioriza el valor, y limita la frecuencia con la que te comunicas con ellos y con qué contenido.



Avanzado

- A/B Testing
- Sesión de *Lead Generators*



Aumenta tus ventas con Email marketing

Master Class para la Industria Gráfica

¡Gracias por asistir!

Sesión Q&A

Viernes 21 de marzo, 8:30 a.m.

Contacto BT



info@bt-comunicación.com



442 156 5242



@bt_comunicacion

