

10 ERRORES COMUNES AL LANZAR UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING

EVITA ESTOS FALLOS Y MEJORA TUS RESULTADOS
DESDE EL PRIMER ENVÍO



GENERALITAT
VALENCIANA

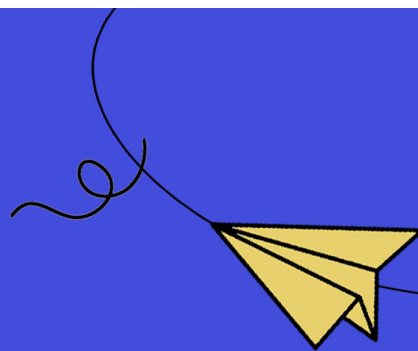
ACI.
ARA.

IVACEYI



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

EVITA...



1 NO SEGMENTAR TU BASE DE DATOS:

Enviar el mismo mensaje a todos tus contactos es como hablarle a una multitud sin saber quién escucha. Divide tu lista según intereses, etapa del cliente o comportamiento previo.

2 NO OFRECER VALOR REAL:

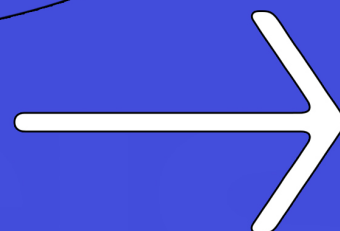
Muchos correos sólo pretenden vender sin aportar nada. Combina contenido útil (consejos, novedades, inspiración) con tus promociones.

El equilibrio genera confianza y hace que te esperen en la bandeja de entrada. Y cuanto más personalices, mejor.

3 ENVIAR SIN CONSENTIMIENTO:

Usar bases de datos compradas o no validadas puede hacerte caer en spam y dañar tu reputación. Asegúrate de tener permiso expreso (cumple RGPD).

Un público que quiere escucharte convierte mucho mejor.



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACEYI



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

EVITA...



4 NO CUIDAR EL ASUNTO DEL CORREO:

El asunto es la puerta de entrada. Si no engancha, nadie abrirá el mensaje. Usa frases cortas, claras y honestas. Evita los clichés e intenta siempre hacer pruebas A/B para maximizar el porcentaje de apertura.

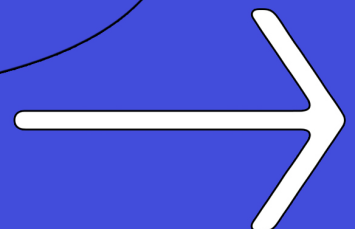
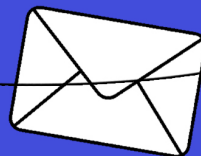


5 IGNORAR EL DISEÑO Y LA LEGIBILIDAD:

Bloques de texto densos o colores inadecuados dificultan la lectura. Usa jerarquías visuales: Títulos claros, espacios en blanco, imágenes ligeras y consistentes con tu identidad visual.

6 NO INCLUIR LLAMADA A LA ACCIÓN CLARA (CTA):

Usar bases de datos compradas o no validadas puede hacerte caer en spam y dañar tu reputación. Asegúrate de tener permiso expreso (cumple RGPD). Un público que quiere escucharte convierte mucho mejor.



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACEYI



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia

EVITA...



7

NO PROBAR ANTES DE ENVIAR:

Errores de enlaces, imágenes que no cargan o textos con faltas restan credibilidad.

Haz siempre un envío de prueba, revisa los enlaces y pide una segunda lectura.

Un pequeño fallo puede hacer que el correo termine en la papelera.

8

NO ANALIZAR RESULTADOS:

Sin medición no hay mejora posible.

Revisa tasas de apertura, clics, conversiones y bajas.

Aprende qué contenido interesa más y qué resultados obtiene para mejorar cada envío.☑

9

NO OPTIMIZAR PARA MÓVIL:

Más del 60 % de las aperturas se hacen en smartphone.

Usa diseño responsive, botones grandes y textos legibles.

Prueba siempre tu correo en distintos dispositivos antes de enviarlo.

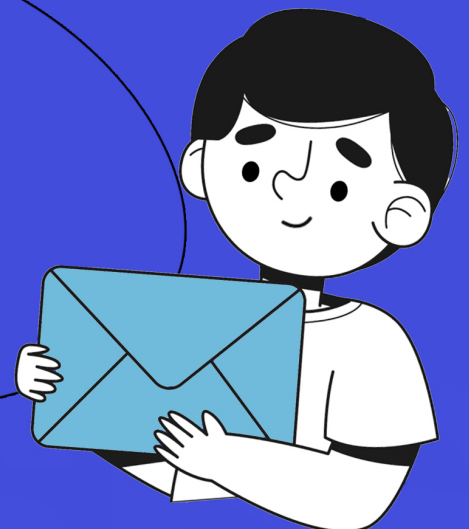
10

NO CUIDAR LA FRECUENCIA DE ENVÍO:

Demasiados correos saturan; muy pocos hacen que te olviden.

Encuentra un ritmo coherente con tu marca y expectativas del usuario.

Prioriza la constancia sobre la cantidad.



GENERALITAT
VALENCIANA

ACI.
ARA.

IVACEYI



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia