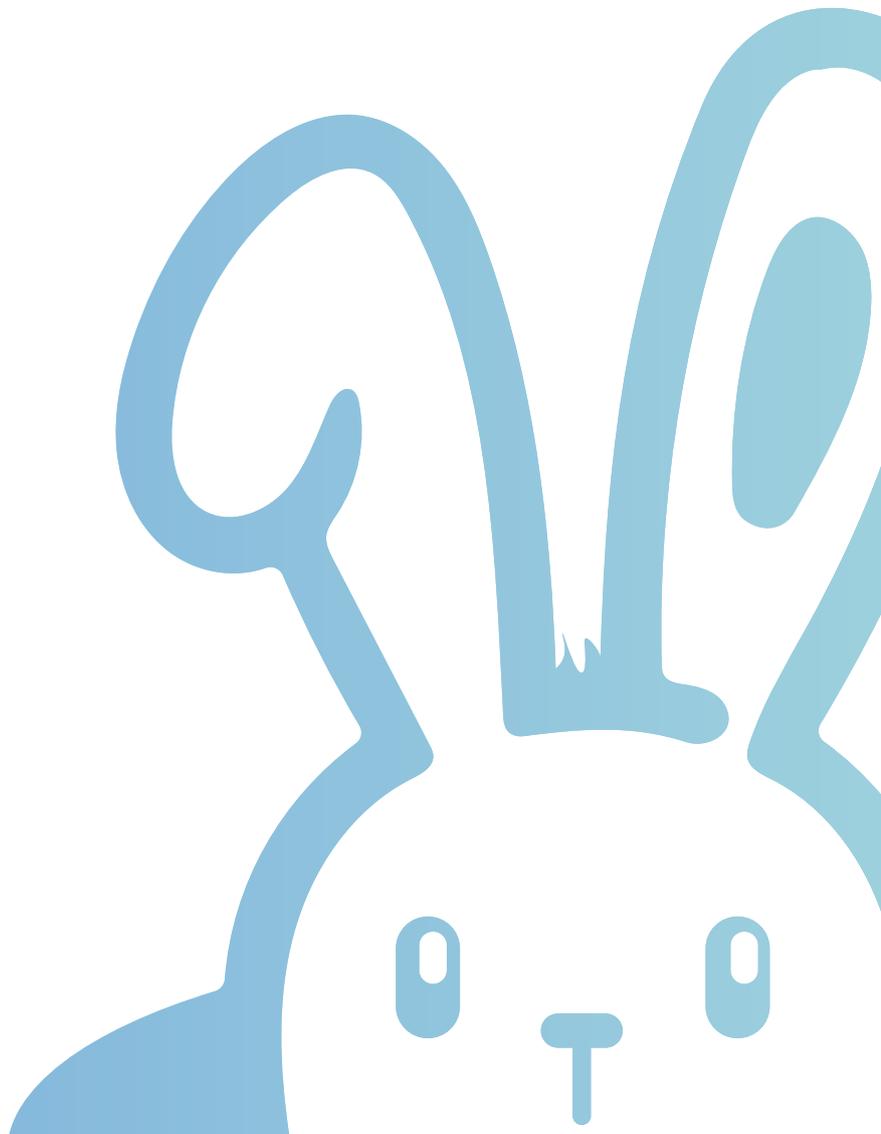


StampyMAIL

**APRENDE A CREAR
BANNERS QUE
CONVIERTAN**

www.stampymail.com



El correo electrónico es un potente canal de comunicación con los clientes

De ahí que muchas empresas lo utilicen habitualmente en sus campañas de marketing. Pero ¿por qué no ir más allá y aprovechar todos los emails que se envían a diario para difundir información comercial y corporativa?

Las firmas son una de las partes más consultadas del email, pues los destinatarios necesitan conocer los datos del emisor. Por eso, se han convertido en una **herramienta muy eficaz para realizar acciones de branding, cross-selling o fidelización, con un gran potencial.**

Por ello, ha llegado el momento de empezar a crear **banners para las firmas de todos los departamentos** de la empresa.

¿Cómo conseguimos que un banner funcione?



Estructura ideal de un banner



IMÁGENES

El tiempo que tenemos para captar la atención del usuario es limitado, por eso las **imágenes que introduzcas en tu banner te servirán para reforzar el mensaje que quieres transmitir**. Lo ideal es que alternes diferentes formatos: **imágenes, gifs, vídeos, formatos interactivos...**



COPY

Para crear un buen copy debes conectar con tu público, **comunicándote de forma clara y precisa**. Transmite lo que quieres en **una frase**.



LLAMADA A LA ACCIÓN

Para que hagan clic en el banner hay que **incluir una llamada a la acción o botón** de "saber más", solicitar Demo", "Comprar"... y **destacarlo por ejemplo dentro de un recuadro o en negrita**. Es **más efectivo al final del mensaje**.



COLORES

Para conseguir un mayor impacto visual hay que jugar con los **contrastes de colores** y **siempre acordarse con tu imagen corporativa** para que relacionen el anuncio con tu marca.



LOGOTIPO

Incluir tu logotipo en el anuncio va a favorecer que el público lo recuerde mejor o **te reconozcan** y consigas **presencia de marca**



3 Ventajas de los banners

FORMATO Y CONTENIDO ATRACTIVO

Es importante integrar todos los elementos del banner de forma ordenada y agradable visualmente. Recuerda incluir imágenes, gifs, videos etc. que llamen la atención, un buen copy que sea claro y breve, una llamada a la acción y colores que concuerden con tu marca.

IMPACTO EN LA AUDIENCIA

A diferencia de otros medios y canales, los banners en las firmas aportan un mayor impacto en la audiencia porque el porcentaje de visualización del anuncio roza el 100%, por lo que un buen banner puede reforzar la imagen de marca e impulsar a la compra o a interactuar con la marca.

Un banner estratégico te ayudará a difundir tu campaña, mejorar tu posicionamiento SEO y a conseguir conversiones.

MEDIR EL IMPACTO REAL DE TU AUDIENCIA

A través del panel de métricas puedes medir el impacto y la evolución de tus campañas en tiempo real y tomar decisiones estratégicas efectivas. Puedes recoger los siguientes datos:

- ✓ Número de clics por campaña, por departamento o por firma de empleado
- ✓ Número de visualizaciones
- ✓ Mejores CTR
- ✓ Gráficas y rankings



Personas especiales merecen regalos especiales

Usa este código de descuento exclusivo y compra hoy mismo el regalo de tu madre

Código MadreVip2021

[Comprar](#)



StampyCERT

crea **evidencias digitales** de emails y su contenido **sin verlo ni almacenarlo**

[SABER MÁS](#)



TORNEO DE VIDEOJUEGOS DREAMHACK PARA EMPRESAS

POWERED BY StampyMAIL



PROMO ESPECIAL DE PRIMAVERA

Envíanos tu firma por email y **te regalamos un GIF y un BANNER** para tu primera campaña en StampyMail

www.stampymail.com



A cada uno de los participantes de los innumerables éxitos de esta empresa

¡Felices Fiestas!



Adelantamos la nueva temporada de verano

RENUEVA TU ARMARIO Y OBTEN UN DESCUENTO DE 20% EN LAS PRENDAS DE LA NUEVA TEMPORADA



5 Claves para conseguir conversiones

#1

LLAMADA A LA ACCIÓN ATRACTIVA

La llamada a la acción es muy importante **para que tu audiencia haga clic en el anuncio**. Además, ciertos estudios abalan que la relación de los usuarios con los banners dinámicos se traduce en una mejor imagen de marca, mayor número de clics, más visitas a la página de destino y más conversiones a ventas.

En definitiva, **mayor impacto online**. Por ello, para que un banner sea eficaz, una llamada a la acción o call to action que destaque es imprescindible.

#3

LANDING PAGE OPTIMIZADA

Asegúrate de **enlazar tu banner a una página de destino** que sea interesante para tu audiencia. Para ello, antes de subir el banner, optimízala al máximo para que el usuario se sienta cómodo e interactúe con ella cuando aterrice.

Tiene que **ser coherente con el banner**, atractiva, con la información más importante y con 2 o 3 llamadas a la acción (normalmente se pone una en la cabecera y otra al final).

#5

TENER EN CUENTA LA COMPETENCIA

La competencia te puede dar muchas pistas de hacia dónde van los tiros, qué es lo que demanda tu audiencia, etc. Por eso, hay que **observarla de cerca** y ver qué tipo de anuncios están publicando para que planifiques tus banners y consigas diferenciarte de los suyos.



#2

PRUEBAS A/B

Otra forma de conseguir más conversiones es haciendo pruebas A/B. Consiste en anunciar **dos banners diferentes** (ya sea por la imagen, el texto, el call to action...) y ver cuál funciona mejor. **El que consiga más repercusión** (más clics, mejor CTR o convierta a ventas) se deja.

Puedes ser creativo y **hacer diferentes versiones** para comprobar cuál satisface más a tus usuarios.

#4

MEDIR, MEDIR, MEDIR

Para saber si tu banner ha funcionado o no es imprescindible **analizar los resultados de la campaña**. Gracias a los datos, puedes saber si tu anuncio ha sido interesante, cuántos clics ha conseguido, si ha tenido un buen CTR, cuánto tiempo ha estado el usuario en la página de destino, si ha hecho clic en los call to action, en cuál de ellos, si luego han comprado el producto...

Y en función de esos resultados puedes **optimizar el banner y la landing para conseguir más conversiones**.

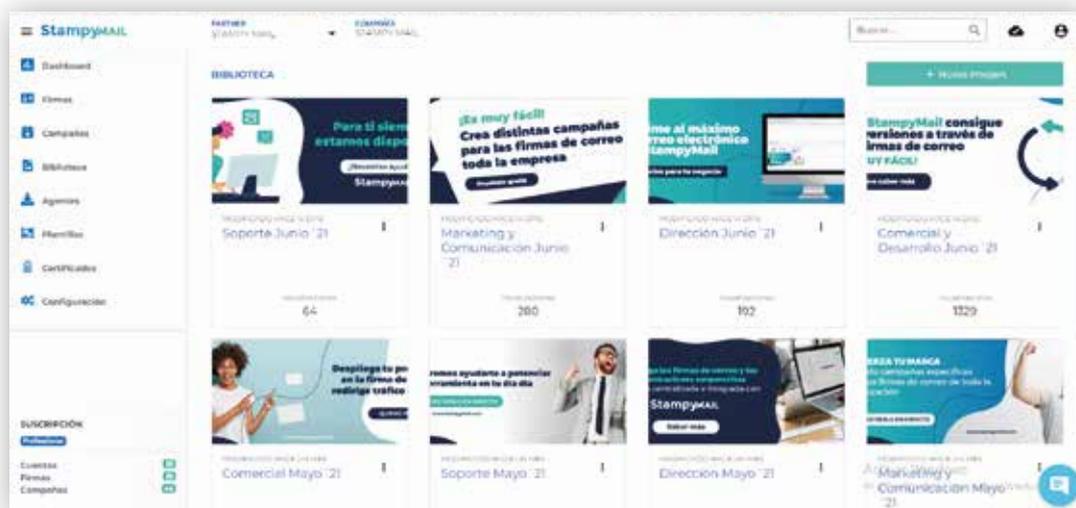
Diseñar un banner de alto impacto puede resultar una misión complicada. No hay que obsesionarse con las conversiones. Lo importante es crear distintas campañas, utilizar el lenguaje apropiado, probar distintos formatos, ser constante y medir los resultados. Con StampyMail crear campañas de email marketing es muy fácil.

Cómo mostrar un banner en las firmas

Estos son los pasos que tienes que seguir dentro de la plataforma para desplegar un banner en las firmas de correo.

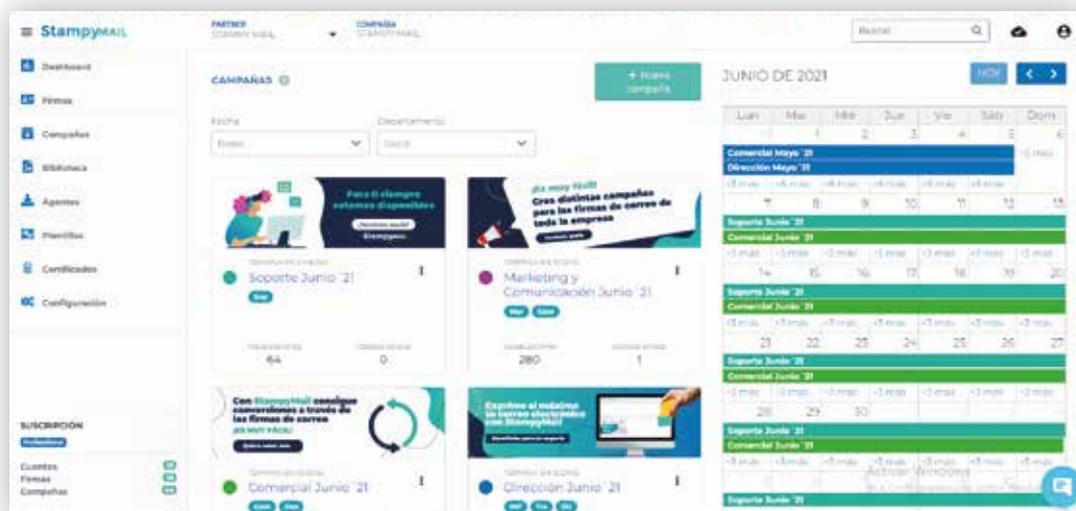
#1

Entra en la sección “Biblioteca”, pulsa “+Nueva Imagen” y sube el banner



#2

Entra en la sección de “Campañas”, pulsa “+Nueva Campaña”.



A continuación, **escribe el nombre de la campaña**, introduce la **url de la página** a la que quieres redirigir a tu audiencia, selecciona el banner que has guardado, **indica la duración de la campaña** y selecciona los **departamentos** que quieres que muestren el banner. Al finalizar pulsa “**Guardar**” y ya estará activa tu campaña.

Para ver la evolución de tu campaña, con la versión Profesional tienes disponible el panel de métricas en la sección “Dashboard”.

Para cualquier duda, incidencia o sugerencia que te surja, puedes escribirnos a info@stampymail.com o entrar aquí [👉 https://n9.cl/sqp4t](https://n9.cl/sqp4t)