

9 TIPS PARA DISEÑAR LA FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO



Una buena firma de email es simple, corporativa y ordenada

Como sabes, la firma de correo aparece siempre al final de cada email y representa la tarjeta de presentación de cada trabajador. Diariamente, se envían más de 270 mil millones de correos electrónicos, por lo que la firma tiene que ser sencilla, informativa y ha de generar confianza a los clientes. Hay que crear la firma de correo acorde a tu imagen de marca y tiene que ser actual y profesional.

A continuación, te damos 9 tips para diseñar la firma de correo:

1. Contenido relevante

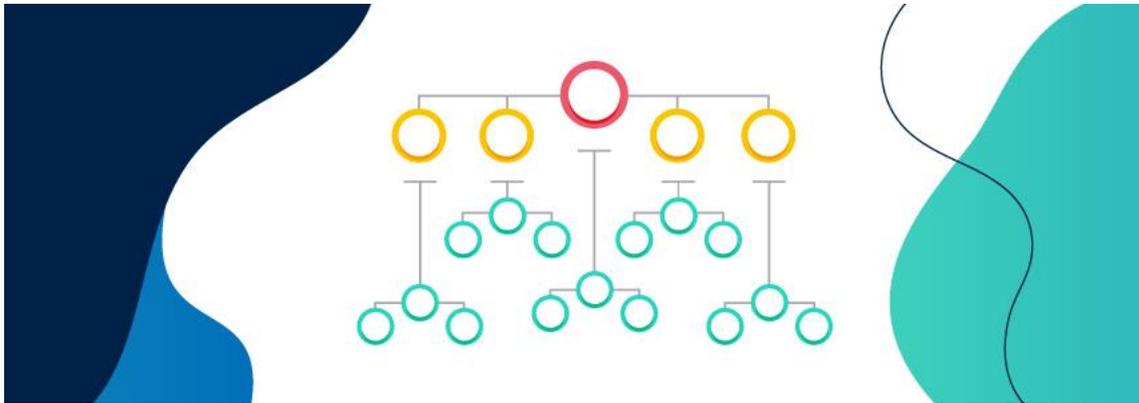
Crema **una firma que sea sencilla, directa y corporativa**, para que los clientes y prospectos se fijen en ella y hagan clic en los enlaces. Si incluyes demasiada información, puedes hacer que tu firma tenga un aspecto poco atractivo, denso y pase desapercibida.



Además, **añade el logo actual de la empresa, y si quieres una foto** profesional del usuario del servidor de correo o emisor del mensaje. Eso genera confianza y es una manera simple pero efectiva para crear una relación más personal. Siempre incluye 1 o 2 elementos gráficos como máximo, siguiendo el valioso lema 'menos es más'. Cuantos más elementos añadas, complicarás el diseño, la firma se verá cargada y será más difícil identificarla con la marca.

2. Diseña una jerarquía

Decide qué elementos son los más importantes y ordénalos, para dirigir la mirada de nuestros destinatarios a la información relevante. Una correcta jerarquía en el diseño es indispensable en cualquier firma de correo.



Asegúrate de poner lo importante en la posición jerárquica más alta. Además, utiliza escalas, colores y grosores de fuente diferentes para diseñar las letras y destacarlas. Señala de forma visual qué elementos de tu firma deberían ver primero: el nombre, la marca o el nombre de la organización. Evita resaltarlo todo, decide qué elementos sí y cuáles no para que la firma sea atractiva y fácil de entender.

3. Utiliza una fuente y una paleta de colores pequeña

Otro consejo que te damos es seguir la regla 'menos es más', ¡funciona! Hay que crear un diseño simple y limpio. Para ello, **usa 1 o 2 tipografías corporativas sencillas**. Utilizar muchas puede sobrecargar tu firma y distraer al lector. Lo ideal es una única fuente y jugar con el grosor y los estilos. En función de la importancia de la información, adapta el tamaño, el grosor de la letra y los colores.



Al igual que las fuentes, intenta usar solo una paleta de **2 o 3 colores corporativos** para que tu diseño sea llamativo y atractivo. No uses demasiados colores, porque sobrecargan el diseño y pueden desentonar unos con otros.

4. Alinea tu diseño y usa separadores

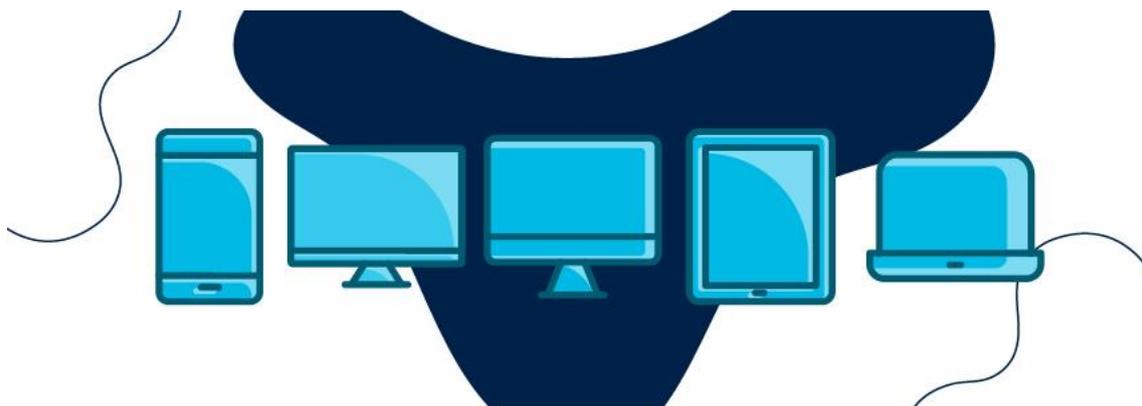
Alinear las imágenes, las letras, iconos y el gráfico, hace que la firma se vea bonita, ordenada y en armonía. Si no lo haces, corres el riesgo de que los elementos de la firma se amontonen unos contra otros y la firma pierda coherencia y transmita una imagen negativa. **La alineación a la izquierda es la más habitual** porque por lo general, es la forma más fácil en la que el ojo navega y lee el contenido.



Además, te recomendamos el uso de **separadores gráficos para aprovechar el espacio** y añadir más información. Como la firma tiene un tamaño pequeño, hay que dedicar un rato a diseñar y organizar bien todos los elementos de la misma. Con el separador, conseguirás ahorrar espacio y la firma se verá simple y ordenada. Otro separador que se usa a menudo es el de glifo, comúnmente llamado “barra vertical” para dividir el contenido que está en la misma línea.

5. Crea una firma responsive

Otro consejo importante para diseñar la firma correctamente es **adaptar las firmas de correo a todos los dispositivos pc, móviles y tables**. Según Campaign Monitor, el 41% de las personas abren sus emails en un dispositivo móvil en vez de en un PC y esta cifra va en aumento. Hay que escalar todos los elementos que sean necesarios de tu diseño porque no todos verán tu firma con el mismo tamaño exacto en el que la estás enviando.



Los dispositivos móviles son considerablemente más pequeños, así que asegúrate de que tu letra e imágenes sean legibles cuando su escala sea reducida en pantallas más pequeñas. Y también debes asegurarte de que todos los enlaces funcionen y puedan acceder al tocarlos con el dedo. Es decir, garantizar que los enlaces no sean demasiado pequeños o que se coloquen muy cerca entre sí.

6. Añade enlaces a las redes sociales

Es importante añadir las redes sociales a la firma: Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc. para que el destinatario del correo tenga **más formas de comunicarse contigo y de seguirte**.



Te recomendamos que pongas los iconos de cada red y añadas un enlace al perfil de la empresa. Se pueden utilizar los colores de cada red social o poner todos los iconos del mismo color para que vaya acorde con diseño minimalista de la firma. **Los iconos son fáciles de identificar y permiten redirigir a tus clientes y prospectos hacia tu contenido online.** De esta forma, aumentarás el conocimiento de tu marca y el tráfico a tus redes sociales.

7. Agrega banners en las firmas

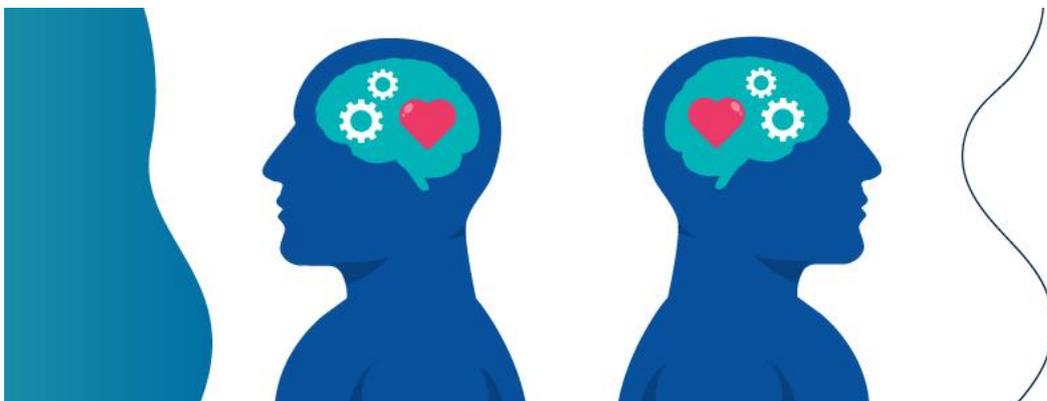
Te recomendamos que aproveches todos los emails que se envían y reciben diariamente para comunicar algo más en las firmas de correo. Puedes **insertar banners y noticias para comunicar un nuevo producto, un premio, una promoción, un evento, etc.**



Transforma la firma en un nuevo canal de ventas, comunicación y marketing. Agrega tus campañas en la firma y redirige el tráfico a tu página web, Marketplace o Ecommerce. Empieza a promocionar tu marca y a vender con tu firma de correo.

8. Automatiza campañas en las firmas

Te recomendamos que diseñes una estrategia para comunicar tus campañas de forma adecuada. Para ello, es importante que la campaña aporte valor a los clientes, cambies con frecuencia los banners y los programes segmentando tus campañas dependiendo del trabajador y su departamento.



Teniendo claro cuáles son tus objetivos, podrás programar tus campañas más relevantes, diseñando banners atractivos, variados, con un call to action claro y directo. Por último, enlace cada banner a una landing específica: a la página del producto, un formulario, un evento...

9. Mide el impacto de tus campañas

Por último, es necesario que analices los resultados de tus campañas en tiempo real para saber qué campaña funciona mejor y cuáles hay que modificar para captar la atención de tu audiencia y lograr la conversión. Si comunicas tus campañas en las firmas, a diferencia de los emails masivos, conseguirán casi el 100% de visualizaciones.



Consigue aumentar los clics, visualizaciones, CTR de tus campañas online. Integra las firmas a tu estrategia de marketing y conseguirás aumentar el conocimiento de tu marca, tus clientes estarán más y mejor informados y mejorará la reputación online.

Si no tienes tiempo o crees que te va a costar mucho esfuerzo diseñar la firma de correo desde 0, **hay plataformas web que te ofrecen plantillas de firmas** que están muy bien para que solo tengas que elegir una y añadir el logo y los datos de contacto. Además, estas plataformas **te permiten administrar** todas las firmas de tu empresa a la vez, **automatizar campañas y analizar los resultados.**