



POTENCIA EL **BRANDING** POR CORREO ELECTRÓNICO



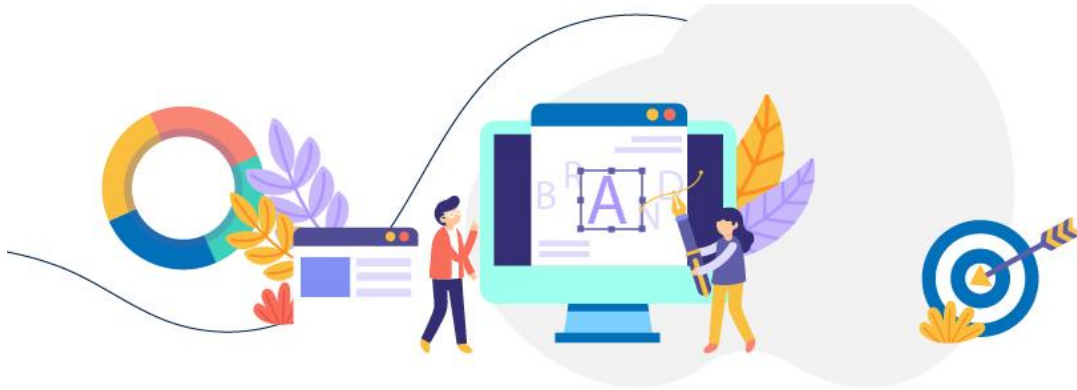
Has pensado...

¿Cuánto dinero invierten tus clientes en branding?

¿Qué piensa un prospecto o cliente que recibe un email con una firma desconfigurada? ¿Con un logo antiguo? ¿O con un banner felicitando las navidades en agosto?

¿Quién controla las firmas corporativas de tus clientes?

¿Por qué hay que cuidar el branding en las firmas de correo?



1. Diariamente **se envían y reciben miles de emails**. Esta tendencia seguirá aumentando. Statista prevé que para el 2025 el mundo enviará y recibirá cerca de 376 mil millones de emails por día. Por eso, es importante cuidar la imagen de marca en cada comunicación por email, que toda la organización firme con la misma imagen corporativa. Y que sea una firma responsive, para que se despliegue correctamente desde cualquier dispositivo móvil, pc o Tablet.



- 2. En las organizaciones descentralizadas**, con trabajadores trabajando fuera de la sede, en distintas oficinas o teletrabajando, es muy común que cada trabajador despliegue una firma de email diferente, poco corporativa y con errores: firma desconfigurada, logo y colores no corporativos, mensajes inapropiados, cargos no autorizados...

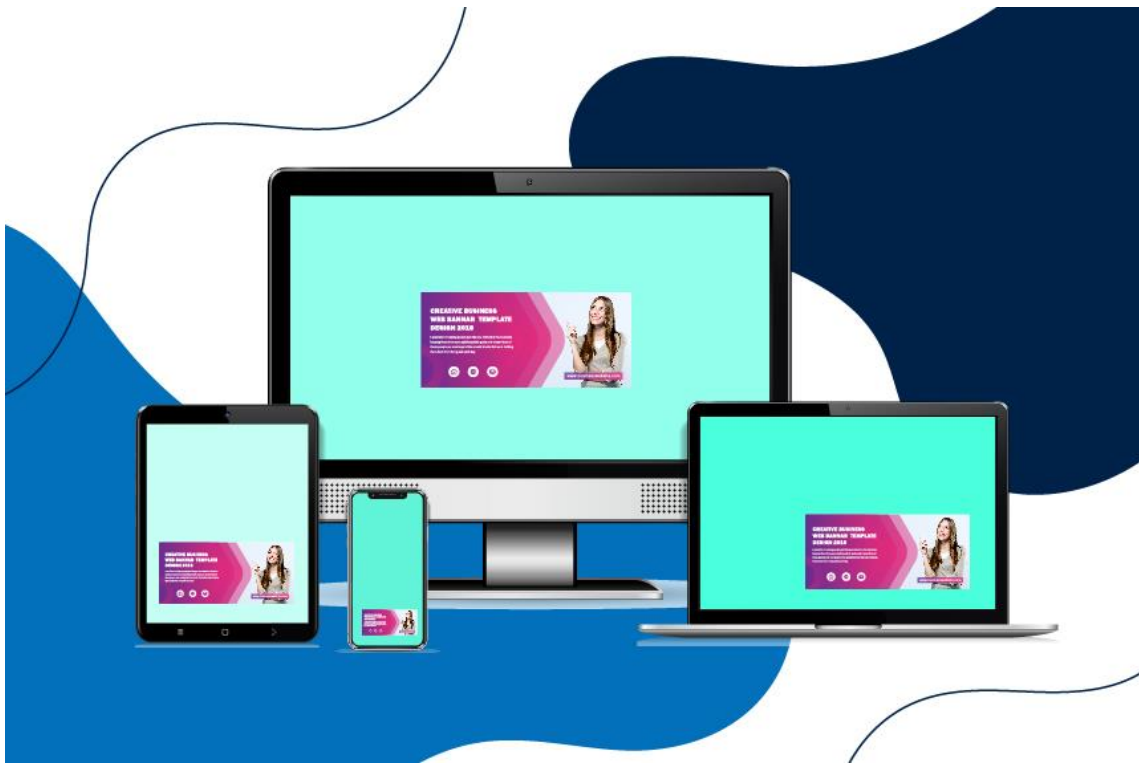


- 3. El 95% de nuestro comportamiento es inconsciente.** Y la mayoría de las acciones comerciales se realizan guiados por las emociones. Por eso, las marcas que ofrecen valor y tienen una fuerte respuesta emocional, incrementan sus ventas y la lealtad de sus clientes, de un 20% a 200%.



- 4. Es importante aportar valor añadido en las comunicaciones por email** para construir relaciones de confianza duraderas. Para ello, es necesario que haya una comunicación fluida, cercana, informar las novedades, logros, acciones comerciales, saber qué opinan los clientes, cuál ha sido su experiencia, intentar fidelizarles, sorprenderles y crear experiencias positivas con la marca.

5. **Para generar una percepción de marca positiva y duradera**, es necesario cuidar la marca en todos los canales y embudos del cliente por email. Y controlar, no solo los emails automatizados, sino también los correos transaccionales diarios, saber se despliega correctamente su firma de correo, evitando suplantaciones de cargos, mensajes inapropiados o logos no corporativos.



Hay plataformas web que te ayudan a administrar las firmas de correo de toda la organización de forma muy simple y te permiten homogeneizar la marca, sin que los usuarios finales tengan que hacer nada. Además, tienen otras funcionalidades: puedes actualizar todas las firmas a la vez en 3 clics, te permite insertar banners en las firmas de forma automatizada y segmentada y puedes medir el impacto de las campañas en tiempo real (número de visualizaciones, clic, CTR). Te ayudan a vender y comunicar de forma sutil e innovadora todo lo que quieras: un nuevo producto, un premio, una promoción, un evento, etc.



Recomendaciones

- Controla que toda la organización firma con la misma imagen de marca
- Aprovecha todos los emails que envían y reciben a diario tus clientes para insertar banners o noticias en las firmas de correo
- Comunica de forma innovadora, ¡diferénciate!
- Transforma las firmas en un nuevo canal de ventas, comunicación y marketing.
- Programa campañas en las firmas y redirige a la audiencia a la web del cliente, marketplace o Ecommerce.