**CONSEJOS Y TRUCOS PARA ENVIAR UNA NEWSLETTER CON EXITO. COMO SE PROGRAMA Y DISEÑA UNA NEWSLETTER CORRECTAMENTE EN HTML.**



**RECOMENDACIONES TÉCNICAS PARA ENVIAR UNA NEWSLETTER O UN BOLETIN DE NOTICIAS:**

• No usar div en las maquetaciones para newsletters, no lo soportan bien los clientes de correo, vía web y de escritorio.

• No usar MAPs de enlaces en las newsletters (una imagen con diferentes enlaces o links), no es soportado en la mayoría de clientes de correo.

• No usar formularios en los newsletters ya que no es soportado en la mayoría de clientes de correo.

• Si utilicéis estilos en los newsletters se debe comprobar que estén soportados por la mayoría de clientes de correo para enviar correctamente una newsletter.

• Intentar dividir la maquetación de newsletters en tablas diferentes de manera que la cabecera este independiente del resto, eso hace que haya una sensación de velocidad de carga en el navegador del cliente.

• Todas las imágenes del newsletter o boletin electronico deben tener el alto y ancho, ya que los clientes de correo bloquean la carga de las imágenes hasta que el usuario las desbloquea. De esta forma aunque no se vean las imágenes, la maquetación tendrá la estructura final de la Newsletter.

• Evitar en lo posible en la maquetación y confección de newsletters, tablas dentro de tablas, además de que hasta que no este cargada toda la tabla no muestra el contenido, da problemas en algunos clientes de correo.

• Intentar en la newsletter que valide el HTML por el WC3, en Firefox tienes la extensión “Web Developer” y “Html Validator” que te facilita esto.

• No insertar nada de lenguaje javascript en la newsletter, no se permite.

• No usar flash para hacer newsletters, no va bien y es muy posible que el cliente no vea nada o sea bloqueado.

• Evitar al hacer una newsletter que el HTML + imágenes suban mas de 150KB, ya que tanto para el cliente que visualiza el email, como el servidor que debe enviar miles de emails con esos KB de texto, se necesita un ancho de banda.

• Usar ALT en las imágenes y TITLE en los enlaces dentro de las newsletters, ya que normalmente los clientes de correo bloquean las imágenes hasta que se autorice a ello.

• Publicar un enlace con el HTML original por si no pueden visualizar bien el HTML. En caso de que el envío tenga parámetros esto no es posible.

• No usar cuentas propias de la empresa para las pruebas de envio y recepción de newsletters, no es fiable por los sistemas antispam que puedan tener y puede que no lleguen las pruebas.

• Probar enviar newsletters tanto en Gmail como en Hotmail. Gmail llegan todos los mensajes y podéis ver las cabeceras por si hubiera algún problema con la IP desde donde se envía. En Hotmail hay que probarlo en una cuenta que este configurada por defecto, ya que el 80% de los emails en España tienen una cuenta en Hotmail. Es un punto muy importante para validar el exito de envio de newsletters a nuestros emails o clientes.

• Las combinaciones de Gmail, Hotmail con Explorer y Firefox a veces no se consiguen que se vea la maquetación de la newsletter igual, podéis probar estas 4 combinaciones Explorer-Hotmail, Explorer-Gmail, Firefox-Hotmail, Firefox-Gmail, os podríais llevar alguna sorpresa. El problema un 90% de las veces es que Hotmail no sigue los estándares. Un ejemplo puteante en Hotmail es que centra todas las celdas de una tabla, con lo que tienes que poner Align=”right” o aling=”left” para evitar este problema.

• Para enviar un newsletter no tener en cuenta el Lotus Notes, casi todos los diseños fallan ya que es muy restrictivo

• En todos los envíos de newsletters y boletines de ofertas y noticias, debe haber texto e imagen, si solo mandáis imagen, es posible que los sistemas antispam, lo rechacen al considerarlos Spam. Que a vosotros os llegue no significa que llegue al resto. Por lo tanto debe estar siempre junto el texto y las imagenes.

• Evitar las palabras al crear un newsletter: dinero, ganar, descuento, etc... ya que los filtros antispam lo tienen en cuenta, sobretodo en el asunto del email. Lo mismo en ingles con palabras en ingles, todas son bloqueadas y se pierde el envio de la newsletter no llegando a su destino.

• Si veis que en Hotmail y Gmail se ve bien la newsletter, podéis enviarlo, ya que llegáis al 85% de los emails que tenemos, el resto de clientes, si seguís las recomendaciones suele ser suficiente para que la newsletter o el boletin de noticias tenga un gran exito.

• No poner símbolos en el asunto del email newsletter, ya que algunos no están soportados por clientes de correo. Ejemplo: el símbolo EURO no esta soportado, con lo que deberíais sustituirlo por la palabra EURO.

• El 80% de las aperturas se producen durante las 48 horas posteriores al envio de la newsletters, y pasados 15 dias del envio, aun se producen nuevas aperturas, por diversos motivos: vacaciones, viajes, pendiente de leer. Hay que tener en cuanta esto, si se tiene idea de eliminar los ficheros relacionados con este envio, por lo tanto se debe tener un historico de newsletters para que se puedan consultar tanto la newsletter actual como las antiguas.

• Aunque no es una recomendación técnica se recomienda no hacer los envios los lunes y viernes, ya que los ratios de apertura y click disminuyen. Y por tanto disminuye el éxito del envío de la newsletter o email de noticias y ofertas.

• En general hay que maquetar como si fuera con HTML de hace 10 años

**CONFIGURACIONES DE SERVIDOR Y COMPROBACIONES:**

• Cuando creáis un dominio nuevo, tenéis que dar de alta la IP de envío, sino queréis que Hotmail os ponga como usuario SPAM, al comprobar que la IP de envío no corresponde con la IP del dominio con la que mandáis.

• Es preferible mandar mas lentamente que todo de golpe, Hotmail y Gmail tienen técnicas que comprueban si se mandan muchos emails desde una misma IP bloquean los envíos, por eso usar robots de envío que no estén bien configurados pueden causar problemas al usar la misma IP de envío.

• De vez en cuando comprobar en las blacklist si estamos incluidos, por ejemplo en: http://lookup.uribl.com/ buscando por “mimail.info” nos podría dar problemas.

• Ante cambios de versiones en Hotmail y Gmail, comprobar que todo va bien, la maquetación, la recepción del envío, o otros cosas podrían dejar de funcionar correctamente

**EMPRESAS CON LAS QUE TRABAJAMOS EXTERNAMENTE RELACIONADOS CON NEWSLETTERS QUE PUEDE QUE DESCONOZCAN LOS PUNTOS ANTERIORES:**

• Depende de la empresa donde se externaliza el diseño y maquetación, esto causa una serie de problemas en el confección y envío de newsletters.

• Normalmente hay muchas empresas que no tiene ni idea de maquetar para Newsletter y muchas veces ni siquiera para web, ya que suelen usar a los mismos diseñadores que crean las piezas, y estos normalmente no saben maquetar correctamente y mucho menos para newsletters. Por lo que no tendremos éxito en nuestros envíos y por tanto tendremos dificultades en vender y comunicar con newsletters.

• Las empresas cuando hacen una newsletter deben revisar todas las maquetaciones nuevas.Normalmente hay que subir imágenes al servidor y poner el enlace de las imágenes donde las hayamos subido.

• A veces el creador de la newsletter pone el Hosting para esa campaña, pero depende del volumen podría no tener dimensionado correctamente sus servidores y se podrían colapsar, con lo cual la newsletter podría no visualizarse correctamente.

• De vez en cuando hay newsletters que direccionan a un juego, formulario, etc, donde se recogen datos para posteriormente usarlos en futuras campañas. Hay que tener en cuenta el volumen de emails para redimensionar los servidores, cuando se envía una newsletter normalmente aumenta el numero de visitas por minuto, con lo que si hay acceso a una Base de Datos y no esta debidamente redimensionada, podrían producirse errores debido a un aumento de accesos a la Base de Datos.

**ESTAS RECOMENDACIONES TIENEN ESTOS EFECTOS EN LAS NEWSLETTERS, VENTAS Y CAPTACIÓN DE CLIENTES:**

• Consiguen aumentar la tasa de apertura, al conseguir que HTML sea más estándar y se comporte mejor ante los sistemas AntiSpam

• Consiguen aumentar la tasa de click, al conseguir que la newsletter sea más accesible

• Estas recomendaciones provocan indiferencia con el paso del tiempo sobre las personas que deciden sobre cuando y como enviar una newsletter, así como para la apertura tarde de una newsletter.

• Si el producto o servicio que ofertan no es llamativo, estas técnicas no consiguen aumentar las ventas. Por lo que también es importantísimo el diseño de la newsletter y su contenido.

• Con el paso del tiempo se aumenta la Base de Datos de emails, pero disminuye el ratio de apertura y click por saturación. Las newsletters se deben enviar con moderación y deben ser muy atractivas para el cliente, tanto en diseño como en el contenido. Si no son interesantes pasan al olvido o las borran automáticamente al recibirlas.