**PREGUNTAS FRECUENTES SOBRE LA NECESIDAD DE TENER UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS DE EMPRESA O NEGOCIO:**

**01. ¿QUE ES UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**



Un newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios digital es como una pequeña revista editada por una empresa, una institución o un profesional con el objetivo inicial de difundir noticias y artículos de interés para el lector, es como una misiva informativa o boletín electrónico enviado por correo a los clientes, proveedores, partners, etc., que incluye información recibida mediante e-mail y que puede incluir publicidad.

Es una publicación que se asemeja a un pequeño periódico y cuyo contenido es generado para una audiencia muy especializada; suele dirigirse a un grupo concreto con un interés común. La información generada no se encuentra en las noticias generales de los medios ya que es información muy especializada y ésta es valiosa sólo para personas que se desarrollan dentro de las especificaciones técnicas del tema o en la misma área de negocio, es por ello que el término en inglés se utiliza para referirse a los boletínes confidenciales.

Lo inteligente es hacer que ese newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios sirva para generar una comunidad de suscriptores a la cual, en el futuro cercano o en forma inmediata y hasta automáticamente, su empresa podrá hacerle ofertas especiales de sus productos, servicios etc.

Básicamente, todo newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios nace para dar a conocer algún tipo de información. Información que debe resultar relevante para el lector.

**02. ¿PARA QUE SIRVE UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

Lo más importante en su negocio, no es el producto, el servicio, la tecnología aplicada, etc., sino sus contactos, sus listas o grupos, eso es lo más importante en su negocio, ya que el mismo no tiene valor si usted no tiene a quien vender sus productos. De esta forma, en Internet el activo más valioso reside en su lista de contactos, o dicho de otra forma: sus clientes. De esta forma podemos decir que el newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios sirve para comunicarse con sus clientes y hacer negocios.

**03. ¿UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS PUEDE POTENCIAR MI NEGOCIO?**

Es raro que un newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios, por sí mismo, logre ventas inmediatas. No obstante, puede asegurarse que ir generando "adicción" en el receptor le permitirá lograr un abanico de oportunidades comerciales que jamás se hubiera imaginado.

Logrará generar confianza hacia usted y su organización, sobre los temas que tienen que ver con su actividad. Por eso, todo dependerá de los objetivos perseguidos al asumir el uso este tipo de herramienta. Y así irá construyendo una relación que, luego, le permitirá ofrecer algunos de sus productos o servicios con un alto grado de aceptación.

Más allá de eso, hay un par de cosas ciertas: irá construyendo la base de datos más adecuada para su negocio y estará estableciendo una continuidad de un contacto comunicacional, a un costo mínimo que ningún otro medio le podrá garantizar.

En algunos casos, es posible cobrar por la recepción del newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios. Si bien existen algunos boletínes que exigen un pago o abono, en general es aconsejable que sean gratuitos. Eso ayuda a su difusión. Pero existen otras formas de obtener rentabilidad en el mediano y largo plazo: incluir banners de empresas vinculadas, vender productos a un precio especial, ofrecer servicios que sólo se encuentren disponibles para los lectores

**04. ¿CON QUÉ CRITERIOS SELECCIONAR LOS DESTINATARIOS DEL NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

Es importante que al seleccionar los destinatarios de su comunicación, los mismos sean conocidos, y posean un potencial interés en su comunicación, lo cual permitirá la recepción del mismo, basado en el permiso.

Los newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios digitales que llegan por correo electrónico implican una cierta intrusión en la vida del lector. Usted sólo necesita que lo lea quien es parte de su target. No busque gente que no tiene nada que ver con usted: ni ella ni su empresa poseen intereses comunes. Ni ella se convertirá en su cliente, ni su compañía en su proveedor.

El newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios digital es hijo del marketing directo: no se trata de llegar al mayor número posible de personas, sino de llegar a las personas adecuadas. Por lo mismo, evite los envíos indiscriminados. Pero, como seguramente querrá incrementar su base de suscriptores, no olvide incorporar mecanismos para que los primeros lectores reenvíen los ejemplares a sus amigos, colegas y familiares. Incluya el ofrecimiento de una suscripción gratuita en su web site, en sus avisos, folletos y en toda pieza de comunicación off-line que lleva acabo con su empresa.

**05. ¿NECESITO TAMBIÉN UN WEB SITE O PÁGINA WEB ADEMÁS DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

No necesita tener un web site para tener un newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios de su empresa, ya que con esta herramienta, usted se pone en contacto con sus clientes a través del e-mail, informando o comunicando sus noticias, negocios, etc., aunque si usted posee un web site seguramente potenciará su negocio, haciendo que mas clientes, empresas etc., tengan la posibilidad de conocerlo, suscribirse y así potenciar su negocio. Los lectores puedan encontrar todos los números previos, ya que se trata del lugar natural para guardarlos y para que estén siempre a mano. También, el web site tiene el fin de brindarles más información sobre su compañía, su historia, sus productos, sus responsables, su código de ética.

**06. ¿CON QUÉ RECURSOS HAY QUE CONTAR PARA LANZAR UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

Usted debe poseer una lista de contactos a los cuáles quiere hacer llegar su comunicación, una cuenta de e-mail, un redactor de su newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios que puede ser usted mismo, y nuestra herramienta, que le permitirá obtener grandes beneficios.

**07. ¿QUÉ PASA SI SE RETRASA LA SALIDA DEL NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

Un diario o revista de gran popularidad no pueden dejar de salir de un día para el otro, o aparecer de manera irregular. Por la misma razón, su newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios necesita respetar la continuidad que se haya auto impuesto.

Quizás usted prefiera que al principio aparezca mensualmente, pero tal vez luego descubra que tiene mucho para decir y necesitará ampliar la aparición haciéndola quincenal. Cualquiera sea la frecuencia elegida, procure mantenerla sin alteraciones por un buen tiempo. Tenga en cuenta que la llegada de su newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios es el cumplimiento de un compromiso tácito que usted ha asumido con sus lectores. Es como un encuentro semanal, quincenal o mensual con sus amigos. No los defraude, no falte a esa cita.

**08. ¿ES NECESARIO DEFINIR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

El newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios, como todas las piezas de comunicación que emite su empresa, debería ser parte de una estrategia. La gran diferencia es que el newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios en sí es, al mismo tiempo, un medio que constituye un producto o servicio generado por su organización. Por lo tanto, además de incluirlo en la estrategia de comunicación, debería prever para él ciertas metas. Por ejemplo, obtener un determinado número de suscriptores en un plazo prefijado. A partir de esa estrategia deberá diseñar las tácticas correspondientes, aplicándolas en el momento oportuno.

**09. ¿QUIÉN VA A ESCRIBIR LA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

El tema de la redacción es clave para el éxito de su newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios, quizás no es tan importante qué tan bonito o bien presentado sea, qué tan bien lo gestione, qué tan simpático (a) usted sea, o ser un experto en la materia, lo más importante de cualquier boletín o comunicación electrónica es el contenido del mismo.

Usted puede preparar el editorial o una breve nota en cada número, y dejar el resto para un redactor con experiencia en comunicaciones segmentadas acompañadas de imagenes, etc.

**10.¿CÓMO DISTRIBUIR UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

La distribución posee varios caminos. Uno es el de la distribución interna y manual. Puede funcionar bien cuando el número de lectores es bajo, pero luego se convertirá en un inconveniente más y más grande.

Otro camino es el de la adquisición de una herramienta como la que proponemos, que hace posible no sólo el envío de las sucesivas ediciones, sino también la automatización de las repuestas y que puede ser utilizada por una empresa especializada en marketing interactivo o e-marketing que usted contrate, como herramienta propuesta por usted.

**11.¿ CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE UN NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS?**

Podemos mencionar muchas ventajas de los newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicioss, pero destaquemos lo siguiente:

Cualquier persona ( o empresa) sin distinción de capitales puede editar su propio comunicado con un verdadero alcance global.

Son fáciles de construir, distribuir y mantener, permitiéndole dar a conocer su empresa, sus productos, sus servicios...asimismo genera la confianza y credibilidad necesarias facilitando la construcción de marca (branding).

A diferencia del tráfico en un web site, que puede ser cuantificado, pero se desconoce la identidad concreta de quién lo navega, en un newsletter o boletín de noticias y/o productos y servicios la base de contactos está perfectamente individualizada en cada número, esto le permite mostrar sus ventajas competitivas y fidelizar a sus clientes

Establece relaciones duraderas y de mutuo beneficio con sus clientes actuales y potenciales.

**12. OTRAS VENTAJAS DE LAS NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

**MEDICIÓN DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

¿No sería fantástico poder saber en que punto falla una campaña de marketing directo?
En e-mailing no se mide simplemente la respuesta sino también los e-mails abiertos y el nivel de interés del consumidor / profesional a través de su interacción con los distintos enlaces que componen la creatividad del e-mail.

**RENTABILIDAD DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

La rentabilidad en e-mailing está garantizada. Pudiendo llegar al mismo contacto que por vía tradicional por una quinta parte del importe, no es difícil mejorar vía e-mailing los costes medios de adquisición de cliente de casi cualquier anunciante.

**RAPIDEZ DE LA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS :**

Una campaña de e-mailing puede ser elaborada en 3 días y "cerrada", obteniendo el 90% de las respuestas en poco más de una semana desde su concepción. Para realizar campañas puntuales, no planificadas con anterioridad, es una herramienta insuperable.

**COBERTURA DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

Internet ya llega al 31% (13.000.0000 de personas) de la población española y el e-mail es la herramienta más utilizada y valorada por los usuarios de este medio. Las posibilidades de segmentación sobre este colectivo son equivalentes a las que se pueden realizar en listas tradicionales de correo directo.

**IMAGEN DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS :**

Las empresas que se comunican con sus clientes potenciales a través del medio Internet transmiten una imagen de modernidad y cercanía frente a otras que se mantienen al margen de este medio.

**COSTO DE UNA NEWSLETTER O BOLETÍN DE NOTICIAS Y/O PRODUCTOS Y SERVICIOS:**

Realizar un e-mailing cuesta de media un 80% menos que realizar un mailing tradicional por correo. Se ahorra en papel, sobre, ensobrado, y franqueo, pudiendo llegar a los mismos consumidores y profesionales que realizando una campaña de correo directo tradicional.