



Los autorespondedores de correo electrónico

Por: Álvaro Mendoza V.
Director MercadeoGlobal.com

Una herramienta que considero absolutamente indispensable en cualquier campaña de mercadeo, sin importar cómo sea de grande o pequeño su presupuesto, es el autorespondedor de correo electrónico.

La clave para tener éxito en el mercadeo a través de la red, se basa en la habilidad de realizar múltiples y repetitivas tareas en el menor tiempo posible. ¿No sería bueno tener un clon sentado a nuestro lado, que se dedique a enviar nuestras cartas comerciales, cartas de bienvenida, de agradecimiento, confirmación de órdenes o cualquier otra información que consideremos necesaria, a través del correo-e?

Bueno, ¡pues podemos hacerlo por medio de los contestadores automáticos de correo-e (autorespondedores)! Éstos nos permiten hacer llegar nuestro mensaje, cualquiera que este sea, durante las 24 horas del día y en tan sólo unos cuantos segundos después de haber recibido la solicitud de información de la persona interesada. Es algo así como poner nuestro negocio en 'piloto automático'.

El más importante beneficio que nos otorga la Red -y en este caso los autorespondedores- es, sin duda, el tiempo. El tiempo es un beneficio que tomamos como un hecho y que, generalmente, pasa inadvertido, hasta que empezamos a quedarnos cortos de él y aprendemos su verdadero costo. Si tenemos un cliente potencial que nos solicita información sobre nuestros productos/servicios, con cada día que nos demoremos en responderle y hacerle llegar la información es posible que pierda, poco a poco, el interés inicial.

En este caso, el tiempo actúa en nuestra contra.

Afortunadamente, los autorespondedores de correo-e nos permiten enviar dicha información en fracción de segundos. Lo anterior, significa que podemos proveer la información a nuestros clientes potenciales cuando el interés aún esta en un punto alto.

Pero, ¿qué es un autorespondedor?

A los autorespondedores también se los conoce como autocontestadores, correo electrónico automatizado, o bien correo electrónico bajo demanda. Es, simplemente, un programa que corre junto con un programa de correo-e y está diseñado para responder automáticamente a cualquier mensaje enviado, con una contestación predeterminada, a la dirección electrónica de la persona que solicita la información.

¿Cómo funcionan? Una vez que un cliente potencial nos envíe un mensaje de correo-e a la dirección del autorespondedor, éste, automáticamente, enviará la información solicitada por el cliente.

La mejor forma de entender el uso de los autorespondedores es usándolos. Para probar un autorespondedor en este momento, basta con que envíe un correo-e en blanco -o con cualquier tipo de mensaje- a uno de los siguientes autorespondedores:

Ejemplo 1:

Artículo “¿Qué diferencia existe entre una empresa exitosa en Internet y una que fracasa, o está a punto de fracasar? ¿Qué tan grande quiere que sea su negocio en Internet? Lo que no todo el mundo sabe o quiere contarle”.

Autorespondedor: exito@mercadeoglobal.com

Ejemplo 2:

Artículo: “Mirada crítica a las páginas *splash*. Con este artículo, pretendo mostrarle por qué el uso de las páginas *splash* es un error frecuente que cometen los diseñadores web. Además, también le doy la "excepción a la regla" **Autorespondedor:** splash@mercadeoglobal.com

Una vez que envíe un e-mail a cualquiera de esas direcciones -o las siguientes que mencionaremos- automáticamente el autorespondedor le enviará la información correspondiente. En este caso, le enviará el artículo que usted haya seleccionado.

Sencillo, rápido y efectivo.

Los autorespondedores se están convirtiendo en una herramienta muy popular y su uso puede incrementar nuestras ganancias, entre un 20 y un 45 por ciento. Las ventajas de un autorespondedor son tan grandes, que cualquier desventaja que pudiera llegar a tener se ve opacada por sus beneficios.

Los ejemplos anteriores tienen la característica de que usted solicita la información y el autorespondedor “dispara” una única respuesta automática a dicha solicitud. Sin embargo, el **poder** de los autorespondedores se amplifica con lo que se conoce con el nombre de autorespondedores “inteligentes” o **secuenciales**.

Autorespondedores 'inteligentes' o secuenciales

Los expertos han demostrado que, frecuentemente, toma alrededor de **siete** contactos con sus clientes potenciales, antes de que éstos se decidan a comprarle. Por ello, existen algunos proveedores que suministran autorespondedores 'inteligentes' o secuenciales, pues tienen la capacidad de hacer **SEGUIMIENTO**.

Imagínese un sistema completamente automatizado, que envía información instantánea a sus clientes potenciales y que personaliza los seguimientos automáticamente durante los siguientes días, semanas e incluso meses.

Tener un sistema automatizado que no sólo envía información, sino que hace seguimiento a sus clientes potenciales, le ahorrará tiempo y dinero, maximizará sus esfuerzos de mercadeo, lo ayudará a mantenerse organizado y le puede favorecer para 'cerrar' las ventas.

Las aplicaciones de los autorespondedores inteligentes son múltiples; pero, quizás, una de las que más me gusta es la de impartir cursos vía email. En MercadeoGlobal.com tenemos un curso utilizando esta tecnología: ***"Cómo comenzar a vender tus productos en Internet"***

Para suscribirse a dicho curso, basta con enviar un email a curso-como-vender@mercadeoglobal.com o bien diligenciar el formulario que encontrará en nuestro sitio web:

<http://www.mercadeoglobal.com/cursos/como-vender/index.htm>

Visite esa página y suscríbese. El curso, no sólo le permitirá vivir "en carne propia" la potencialidad de los autorespondedores, sino que le será de gran utilidad.

¡Al fin y al cabo, es de la misma temática que manejamos aquí! ☺

En el caso del ejemplo anterior, una vez que usted se suscriba -bien sea haciendo uso del formulario o enviando un email a la dirección del autorespondedor- el sistema, automáticamente, le envía un primer mensaje y una lección diaria, hasta completar el curso.

Como puede ver, esto es muy potente; no solamente para lo referente a los cursos, sino para hacer seguimiento a sus clientes. Tan sólo imagínese que alguien lo contacta a usted por alguno de sus productos. Usted lo incluye en la base de datos de su autorespondedor. El autorespondedor envía la información requerida al instante. Al día siguiente, su cliente potencial recibirá otro e-mail suyo verificando si recibió la información y preguntándole si tiene dudas. A la semana, le envía un e-mail preguntando si ha tenido la oportunidad de evaluar su e-mail, le agrega más información, recalca los beneficios de su producto. A la siguiente semana, le envía otro e-mail y así sucesivamente envía una serie de mensajes que usted ha preprogramado para que dicha persona los reciba.

La ventaja de estos cursos es que le permiten, prácticamente, estar en contacto diario con sus “alumnos”, que serán sus clientes potenciales, y los cursos de este estilo le permiten crear **confianza** y **credibilidad** casi instantáneas. Esto mismo se puede crear con un boletín electrónico por suscripción voluntaria, pero el proceso es mucho más largo. Al fin y al cabo, usted sólo envía 2-4 ediciones al mes, mientras que con un curso de, por ejemplo **siete** lecciones a razón de una diaria, usted estará en contacto durante esos siete días y luego, si así lo decide y configura el sistema, puede hacer múltiples seguimientos posteriores a la finalización del curso.

Otro curso que dicto usando esta modalidad es el de “**7 sencillos pasos para iniciar su propio boletín electrónico**” Encontrará toda la información en: <http://boletineselectronicos.com/cursos/index.htm>

Si está interesado en que le informe cada vez que lance un nuevo curso, basta con que me envíe un e-mail al siguiente autorespondedor: futuros-cursos@mercadeoglobal.com y lo mantendré informado de nuevos recursos que ponga a disposición. ¿Capta la facilidad con que usted puede crear una lista de futuros “alumnos”, y cómo puede hacerles un seguimiento?

¿Capta la potencialidad de los autorespondedores?

¿Está usted preparado para hacer seguimiento a cada uno de los visitantes de su sitio web o a los suscriptores de su boletín electrónico?

Algunos 'expertos' le harán creer que todos los visitantes a su sitio web comprarán durante esa primera visita. **Nada más lejano de la realidad.** Lo que ellos no le dicen es que usan un sistema automatizado para gestionarles -de forma consistente y persistente- los seguimientos.

Si usted no cree que hacer seguimiento es una labor importante, lo invito a leer este extracto de la "*National Sales Executive Association*".

Sus estadísticas muestran que muchas de las ventas son realizadas entre el contacto 5 al 12. Estos son algunos de los datos que ellos han compilado:

- 2 % de las ventas son efectuadas en el primer contacto
- 3 % de las ventas son efectuadas en el segundo contacto
- 5 % de las ventas son efectuadas en el tercer contacto
- 10 % de las ventas son efectuadas en el cuarto contacto
- 80 % de las ventas son efectuadas entre el quinto y doceavo contacto

¿Cuántas veces al día ve o escucha acerca de Coca-Cola o Pepsi? Al menos, una docena de veces al día.

¿Por qué?

Sólo existe una razón: mantener a Coca-Cola en su mente lo más frecuentemente posible, de tal manera que, con seguridad, se verá inclinado a desearla y, por tanto, comprarla. Ellos quieren que usted piense en Coca-Cola tantas veces como humanamente sea posible.

Esto significa que usted necesita abordar a sus clientes potenciales de manera similar. ¿Está usted dispuesto a perder uno de sus prospectos?

¡Por supuesto que no! Esta es la razón por la cual los profesionales del marketing en Internet usan los autorespondedores de correo electrónico: para tomar partido de esos autorespondedores en su propia ventaja.

Si usted se familiariza con esta **potente** herramienta y empieza a usarla, déjeme decirle que estará un paso más cerca de dominar el mercado, desbancar la competencia y, lo más importante, rentabilizar sus negocios online, llámese sitio web comercial, o boletín electrónico.

La mejor forma de ver dichos sistemas en "acción" es que visite las empresas especializadas en ofrecer este tipo de soluciones. Allí tienen una gran cantidad de literatura, ejemplos y demostraciones que le permitirán complementar el tema.

Componentes esenciales de un autorespondedor

No todos los autorespondedores son creados de la misma manera. Existen miles de compañías que ofrecen este servicio, así como es variada la estructura de los servicios y precios ofrecidos. Por tanto, trataré de sintetizar los componentes esenciales que usted debe tener en cuenta a la hora de adquirir uno, con el fin de que sea una efectiva herramienta de mercadeo y un compañero invaluable en su negocio.

Nombre

Necesitará cierta flexibilidad a la hora de darle un nombre a su autorespondedor. Quizás quiera darle un nombre relacionado con el contenido del mensaje, con el producto o servicio ofrecido, o cualquier otro tipo de codificación. Lo anterior, tiene la finalidad de poder estudiar y rastrear los niveles de respuesta que tiene su autorespondedor.

Longitud

Asegúrese de seleccionar un servicio que le ofrezca una longitud ilimitada de texto a su autorespondedor. No hay algo peor que tener que cortar material para poder ajustarse a las limitaciones del proveedor de servicio.

Actualizaciones ilimitadas y gratuitas

A la hora de seleccionar un autorespondedor, escoja aquel proveedor que le ofrezca actualizaciones ilimitadas y gratuitas al contenido de sus autorespondedores. Necesitará tener el control total para poder agregar, borrar, modificar sus documentos cuántas veces así lo desee, sin pagar costos extras por ese beneficio. En el mundo en-línea necesitamos de la flexibilidad de proveer información actualizada a nuestros clientes; de ahí la importancia de poder actualizar ilimitadamente los contenidos de nuestros autorespondedores, sin necesidad de incurrir en gastos extras.

Palabras clave

Muchos autorespondedores requieren que el interesado coloque ciertas palabras clave, bien sea en la línea de 'Asunto' o en el cuerpo del mensaje de correo electrónico. El usuario fácilmente puede olvidarse -o simplemente digitar incorrectamente- por lo que el mensaje no será despachado. Asegúrese de escoger una empresa que le ofrezca el servicio de un autorespondedor que no requiera el uso de palabras clave.

Acuse de recibo

Esta característica es vital. Simplemente, consiste en que, cada vez que el autorespondedor envía un mensaje de correo electrónico, el mensaje original enviado por el solicitante es redirigido a nosotros con el fin de tener la dirección de correo electrónico de nuestros clientes potenciales y de conocer cualquier comentario que haya hecho en el cuerpo o 'Asunto' del mensaje.

Ventajas de los autorespondedores

Velocidad

Es la principal razón de usar autorespondedores y su uso es vital en el éxito de nuestros negocios. Actualmente, vivimos en un ambiente en el que estamos ávidos de información y no queremos esperar varios días, horas e incluso minutos para obtenerla. Simplemente, la queremos **¡YA!**

Lo anterior es especialmente cierto cuando respondemos un aviso clasificado, solicitando que nos amplíen la información. Una publicidad en-línea bien escrita, debe tocar a nuestros clientes potenciales en sus emociones y generar una respuesta de quien la reciba, obligándolo a solicitar más información. Cuando las emociones están involucradas, es absolutamente necesario que, como profesionales del mercadeo, demos una respuesta inmediata a dicha solicitud de información. Al dar dicha información, haremos que nuestro mensaje comercial sea leído en el mejor ambiente posible: cuando el cliente potencial está 'caliente'. Esta es la razón por la cual

mencionaba con anterioridad que el adecuado uso de un autorespondedor puede incrementar nuestras ganancias, entre un ¡20 y un 45 por ciento!

Costo

A diferencia de otros anuncios, en los que al cliente potencial le toca enviar partes de correo para que le sea enviada la información, con los autorespondedores, al cliente potencial no le cuesta solicitar más información. Manejamos una base potencial de más de 75 millones de personas que tienen acceso al correo electrónico.

Uso de autorespondedores en conjunto con su sitio web

Uno de los problemas que tienen que afrontar los *webmasters* es el de lograr obtener información sobre los visitantes a su sitio *web*. Esta información se puede obtener de diversas maneras, como ser: a través de Libros de Invitados, Formularios, suscripción a boletines electrónicos, concursos y, especialmente, al ofrecer información gratuita adicional a través de los autorespondedores.

Por medio de los autorespondedores, usted puede enviar listas de precios actualizadas, relación de productos y servicios o cualquier otro tipo de información que quiera distribuir. Cuando el cliente potencial hace clic sobre el enlace de su autorespondedor, inmediatamente recibirá la información solicitada y usted podrá capturar su dirección de correo electrónico.

Automatiza sus esfuerzos de mercadeo

Como mencioné con anterioridad, el tiempo es vital para todo profesional del mercadeo. Todo lo que podamos hacer para automatizar nuestras labores diarias, hará que las mismas sean más eficaces. Y el uso de autorespondedores es la forma más sencilla de automatizar este proceso.

Imagínese no tener que gastar horas en la lectura de todos sus mensajes de correo electrónico entrantes y en la contestación uno por uno. Mercadear es labor de profesionales y busca dos objetivos simultáneos: proveer información al instante y obtener la dirección electrónica de quien solicitó la información, para hacer el seguimiento del caso.

Preguntas frecuentes sobre los autorespondedores

Hace algunos meses recibí el siguiente correo electrónico:

¡Hola! Recibí el artículo referente a los autorespondedores. Y pensaba que si tengo una información de interés para mis clientes, la publico en la WEB.

¿Para qué tomarme la molestia de seleccionar, contratar y administrar autorespondedores? ¿O se trata de empresas que no tienen una publicación en

el web? ¿O el interés es darle una variación a las vías en que le llega la información al cliente?

La ventaja interesante de los autorespondedores es que puedo obtener la dirección correo electrónico del interesado...

Disculpen si les hago perder tiempo, o si parezco no haber leído las ventajas que enumeraron en el artículo, es que todavía no veo la diferencia entre usar un autorespondedor y usar el web.

Atentamente y agradeciendo desde ya por todo lo que brinda Mercadeo Global,

Saluda

XXXXXXXXXXXX

¡Excelentes preguntas! Cuando yo apenas me iniciaba en mis labores de mercadeo me planteé los mismos interrogantes; y pasó bastante tiempo antes de que lograra captar el verdadero potencial de los contestadores automáticos de correo electrónico.

Trataré de contestar de la mejor manera posible haciendo uso de ejemplos:

EJEMPLO 1

En TODA comunicación que envío por correo electrónico, siempre incluyo mi firma al final del mensaje. Dependiendo del caso, puede parecer así:

=====
<http://MercadeoGlobal.com> Herramientas de mercadeo, publicidad y promoción para su sitio web. Suscríbase GRATUITAMENTE a nuestro boletín-e "Mercadeo & Internet", enviando un correo electrónico a: control-altas@mercadeoglobal.com
=====

Dicha firma también la incluyo cada vez que participo de un Foro (*newsgroup*), dejo mis comentarios en un Libro de Invitados, publico un artículo y, en fin... en toda comunicación que envío a través de Internet.

¿Adónde voy?

La dirección control-altas@mercadeoglobal.com es un autorespondedor; si alguien ve la firma y le interesa su contenido tienen dos vías:

- 1.) visitar mi sitio web y suscribirse al boletín desde allí, o
- 2.) enviar un correo electrónico al autorespondedor que allí aparece.

Un alto porcentaje de los suscriptores lo hacen directamente accediendo al autorespondedor, sin siquiera visitar el sitio web.

¿Qué gano yo con esto? Suscriptores. ¿Qué ganan quienes se suscriben? Reciben una confirmación de su suscripción inmediatamente y reciben el primer boletín electrónico.

Otro tipo de firma que utilizo:

Álvaro Mendoza V.
Director BoletinesElectronicos.com
Director MercadeoGlobal.com

Paquete de e-Commerce gratuito

Mayores informes en:

<http://MercadeoGlobal.com/paquete-ecommerce.htm>

En este caso, el “Paquete de e-commerce gratuito” consta de la suscripción a tres de mis boletines y uno de mis cursos. Es decir, los he incluido en tres bases de datos –autorespondedores- que me permiten hacerle seguimiento a mis clientes potenciales. ¡Recuerde que un suscriptor, equivale a un cliente potencial!

SUSCRIPTOR = CLIENTE POTENCIAL

EJEMPLO 2

Muchas empresas -por más que tienen toda la información que eventualmente un cliente puede llegar a necesitar publicada en sus sitios web- se ven bombardeadas por solicitudes de información por cuestiones que, efectivamente, se encuentran publicadas.

Muchas personas prefieren analizar las propuestas directamente desde un correo-e, imprimirla y leerla fuera de línea, redirigirla a sus colegas, etcétera.

Mucha gente, simplemente no tiene tiempo de navegar por el web y analizar y procesar las cosas... les gusta todo "masticado" y, con preferencia, para leer fuera de línea, bien sea impreso o en pantalla, sin estar conectado a Internet.

Por ello no es mala idea tener para cada producto o servicio la correspondiente versión en autorespondedor.

EJEMPLO 3

Si uno provee un servicio, es buena práctica no sólo tener en el web una sección con las respuestas a las preguntas frecuentes, sino también tener un autorespondedor con dicha información. Es así como, muchas empresas, especialmente en Estados Unidos, tienen un autorespondedor; por ejemplo: soporte@empresa.com.

Todo mensaje que llega a dicho autorespondedor le informa al cliente con las respuestas a preguntas frecuentes. El 90% de los clientes que buscan soporte, hacen las mismas preguntas una y otra vez. ¿Para qué contestar todos los correos electrónicos manualmente?

EJEMPLO 4

Un ejemplo de aplicación de un autorespondedor INTELIGENTE de correo electrónico es el boletín electrónico MEI www.MercadeoEnInternet.com Este boletín no es más que la selección de los mejores artículos que han circulado en MercadeoGlobal.com durante nuestros **cinco** años de vida.

Quienes se suscriben a dicha publicación, reciben un ejemplar cada diez días y todo es manejado automáticamente por un autorespondedor de correo electrónico. Son tantos los artículos que tenemos en nuestro material de archivo, que tenemos contenidos para muchos años y serán repartidos de forma automática e ininterrumpida por este autorespondedor.

El ejemplo desde donde podrá ver este boletín "en acción" y, por supuesto, suscribirse al mismo, está en:

<http://mercadeoglobal.com/mei/>

O, enviando un e-mail a: boletin-mei@mercadeoglobal.com

EJEMPLO 5

Al comienzo de todos nuestros boletines, encontrará la dirección de correo electrónico de nuestro "departamento" de Publicidad. Si alguien está

interesado en comprar publicidad en nuestro boletín, recibirá información al instante gracias a nuestros autorespondedores. Pero, ahí no para, sino que los tenemos configurados para que, a los dos días, envíen un mensaje de seguimiento.

EJEMPLO 6

Otra aplicación: cuando contratamos espacio publicitario en otros boletines e incluso en el nuestro, no sólo incluimos la dirección de nuestro sitio web, sino las direcciones del autorespondedor.

Por ejemplo:

¿Buscando donde hospedar su sitio web? Hospédese con profesionales que le ofrezcan las herramientas necesarias para el comercio electrónico, además de un inigualable servicio al cliente y soporte técnico. Mayores informes --> xxxxx@MercadeoGlobal.com o directamente en: <http://HospedajeGlobal.com>

A quien esté interesado en el Aviso, le llegara la información inmediatamente, cuando aún el interés está en los niveles más altos. ¿Resultados? Se incrementa la probabilidad de venta en proporciones que ni se imagina.

EJEMPLO 7

En este caso, podrá verlo en acción en el sitio web www.NovedadesEnRED.com Este sitio web es un portal creado por y para los editores de los principales boletines electrónicos en Español en la Red. Si usted va a las secciones “Súmese al proyecto” o “Publicidad” y diligencia el formulario respectivo esto es lo que ocurre:

1. Su nombre, apellido y correo electrónico entra a formar la base de datos de gente interesada en el servicio; es decir, CLIENTES POTENCIALES. Que significa, personas a las que podrá hacer seguimiento.
2. El autorespondedor le envía información AL INSTANTE. En el caso de “Súmese al proyecto” le enviará la información que necesita saber para formar parte de este portal. En el caso del formulario de “Publicidad”, le enviará toda la información que usted necesita saber sobre las diferentes modalidades publicitarias en esta red de boletines que ya supera el MEDIO MILLÓN de suscriptores voluntarios.

¿No le parece esto algo poderoso?

Bueno, podría continuar dando ejemplos de posibles aplicaciones para los autorespondedores, pero creo que la idea general ha quedado aclarada.

El uso de los autorespondedores de correo electrónico está limitado por su imaginación.

¿Quién ofrece autorespondedores?

OPCIÓN 1:

Es usual que las empresas de hospedaje web le suministren autorespondedores **sencillos**, como parte del servicio contratado. Sin embargo, no conozco empresas de hospedaje que suministren los autorespondedores **inteligentes o secuenciales** como parte del servicio.

Además, generalmente, los autorespondedores que suministran gratuitamente las empresas de hospedaje web son muy limitados. En la gran mayoría de los casos, lo único que admiten son: mensajes solo-texto; es decir, que si usted quiere enviar mensajes en HTML e incluir gráficos, fotos, colores, sencillamente estos sistemas no lo soportarán.

En mi opinión, los autorespondedores gratuitos que ofrecen las empresas de hospedaje son muy limitados y no permiten el sacar máximo provecho de esta herramienta.

El uso que la gente le da a este tipo de autorespondedores es el de enviar un email de autorespuesta confirmando la recepción de un email, o avisar que el dueño de tal email está de vacaciones, etc., y este es uno uso poco creativo de los autorespondedores.

OPCIÓN 2:

Si su propio proveedor de hospedaje web no le suministra la posibilidad de tener sus propios autorespondedores, necesariamente se verán en la necesidad de contratar empresas externas que se los suministren.

Bajo esta modalidad, usted contrata el servicio y le dan la posibilidad de crear uno a varios autorespondedores. Estos proveedores de servicio son muy potentes. Le permiten enviar mensajes de seguimiento, usar formatos HTML, solo-texto o multiparte y, adicionalmente, usted podrá ir construyendo la base de datos con nombre, apellido y correo electrónico de las personas que se han suscrito a sus autorespondedores.

Con esas características, usted paga una mensualidad por el servicio. Las buenas empresas que ofrecen este servicio generalmente están en Inglés. Algunas de las más conocidas en proveer dichos servicios son:

www.aweber.com

www.getresponse.com

Se me olvidaba comentarle que estos proveedores -y muchos otros- le ofrecen autorespondedores “gratuitos” con la misma potencialidad de los pagos; PERO, con la única condición que ellos se reservan el derecho de colocar publicidad en todo mensaje que el autorespondedor genere.

Lo realmente deficiente de esto, es que la publicidad la colocan al COMIENZO de su mensaje de autorespuesta. ¡Ah! Y, además, en inglés, para colmo de males.

En lo personal NO RECOMIENDO este tipo de servicios “gratuitos”, especialmente si su intención es la de usarlos con fines comerciales, pues nada PEOR para su imagen y la de su empresa que dar la impresión de que no tienen los recursos para tener su propio autorespondedor y tener que acudir a autorespondedores gratuitos, o patrocinados.

La mensualidad es relativamente económica, aunque en mi experiencia uno siempre va a necesitar más de un autorespondedor. En nuestras empresas: www.MercadeoGlobal.com, www.BoletinesElectronicos.com, www.MercadeoEnInternet.com hacemos uso extensivo de los autorespondedores y saldría muy COSTOSO contratar una de estas empresas. Imagínese pagar una mensualidad por cada autorespondedor contratado. Sería una locura.

Ahora, si usted contrata los servicios de una de estas empresas, su autorespondedor será de la forma:

Lo-que-usted-quiera@empresa-proveedora-autorespondedor.com

En mi caso, prefiero usar mis propios dominios. Esto no sólo da una mejor imagen mía y de mi empresa, sino que les agrega credibilidad a mis productos y servicios.

OPCION 3

Comprar el software e instalarlo en su propio servidor. Esta es la opción por la que hemos optado nosotros, por varias razones:

- ❖ hacemos uso de nuestro dominio; es decir, cualquier autorespondedor que creemos será del estilo XXXX@MercadeoGlobal.com

- ❖ tenemos la capacidad de disponer de ILIMITADOS autorespondedores inteligentes (secuenciales) con ilimitados seguimientos.
- ❖ NO pagamos mensualidades
- ❖ El software es mucho más potente que cualquiera de los que analizamos.

El sistema que usamos es el de Autorespondedores.com Este software pertenece a una empresa INGLESA, ajena a nosotros (excepto que somos clientes).

Los precios del mismo son muy económicos, si los compara con proveedores de servicio (bajo la modalidad ASP), que no sólo le cobran una mensualidad (por cada autorespondedor contratado), sino que también se ve usted obligado a usar el dominio de ellos. Es decir, autorespondedor@empresaproveedoradelservicio.com

Le recomiendo que los visite. Este software de www.autorespondedores.com es muy potente y muy económico. Si no estoy mal informado, la versión más económica es de apenas 99 dólares (licencia de uso para un dominio y actualizaciones gratuitas por un año). Bajo esta modalidad, usted paga una anualidad para hacer uso del software en su propio servidor. Existe otra modalidad que permite uso ilimitado del software sin restricciones de tiempo; es decir, no hay anualidades. Igualmente, existen licencias para múltiples dominios. En fin, lo mejor es que usted visite dicho sitio web, pues cualquier cosa que yo escriba al respecto, puede estar desactualizada.

Como le dije, esta empresa es Inglesa y ajena a nosotros; por lo tanto, lo mejor es verificar los datos en el sitio web que le mencioné. Le digo esto, pues este software ha sufrido muchas modificaciones (todas positivas) desde que ingresaron al mercado y cada día lo hacen más potente.

Eso sí; si decide comprar, consulte con su webmaster, pues el servidor de hospedaje web en donde vaya a instalar la aplicación debe tener algunas características mínimas. Todas ellas las mencionan en dicho sitio web. No son cosa del otro mundo, pero es mejor que verifique con su personal técnico.

En nuestro caso, nuestros proveedores de hospedaje web: www.HospedajeGlobal.com son 100% compatibles con dicho sistema.

Adicionalmente, sugiero que usted o su técnico tengan experiencia en la instalación de programas CGI basados en Perl, pues de lo contrario la instalación será todo un dolor de cabeza.

En el caso de que usted o su técnico no tengan mucha experiencia en la instalación de estos programas, tendrá que contratar los servicios

profesionales de instalación. Incluso, en dicha empresa dan un listado de instaladores profesionales avalados por ellos.

El único PERO que le he encontrado a este software, es que está en Inglés; pero qué le vamos a hacer, nadie puede negar que es la lengua que se está convirtiendo en idioma universal. En mi caso, no tengo problema con el Inglés; sin embargo, muchos de mis clientes preferirían un software potente en castellano; pero, desafortunadamente, NO EXISTE.

En resumen

Los autorespondedores son una alternativa práctica y económica para automatizar la tarea de proveer cierto tipo de información a nuestros clientes potenciales. Un autorespondedor es la versión de correo-e comparable con el fax por demanda, y no es más que un programa especializado que corre en un servidor (computador) y que, al recibir un correo-e, responde de manera automática enviando un archivo, o archivos, a la dirección de correo-e de quien solicita la información.

Así, usted podrá enviar información acerca de su compañía, sus productos y servicios las 24 horas del día, los **siete** días de la semana durante todo el año, sin necesidad de la intervención humana para responder individualmente a cada mensaje de solicitud de información. El proceso funciona en 'piloto automático'.

Otra excelente alternativa para hacer seguimiento a sus clientes potenciales, es mediante un boletín electrónico por suscripción voluntaria. De hecho, le recomiendo ambos sistemas -autorespondedores + boletín- unidos a su propio sitio web y le **garantizo** que verá que sus ventas se dispararán.

Sin lugar a dudas, la fórmula del éxito es: BOLETÍN + AUTORESPONDEDORES + SU PROPIO SITIO WEB = ÉXITO

Si desea profundizar sobre el tema de los boletines electrónicos por suscripción voluntaria, le recomiendo:

- ❖ Suscripción **gratuita** al **único** boletín electrónico en castellano que trata este tema (por lo menos al momento de escribir estas líneas): <http://boletineselectronicos.com/archivo/index.htm>
- ❖ Suscripción **gratuita** al curso “7 sencillos pasos para iniciar su propio boletín electrónico” en el siguiente autorespondedor: curso-boletines@mercadeoglobal.com
- ❖ Escuchar la audio conferencia **gratuita** "**Descubra POR QUÉ tener un boletín electrónico (por suscripción voluntaria) es**

LA FORMA INTELIGENTE de hacer negocios en Internet': <http://boletineselectronicos.com/conferencias/001/> o descargar el audio-ebook en: <http://boletineselectronicos.com/conferencias/001-index.htm>

- ❖ El libro “Estrategias inteligentes para iniciar y/o potenciar el valor de su boletín electrónico” en: <http://BoletinesElectronicos.com/estrategias/>
- ❖ La “Biblia” sobre el tema: “El poder de los boletines de correo electrónico” en: <http://boletineselectronicos.com/libro/boletines/index.htm>

Por último, si desea aprender a construir un sitio web efectivo, es decir, VENDEDOR y aprender los pormenores del mercadeo en Internet, le sugiero el libro “**Mercadeo & Internet**” en: <http://mercadeoglobal.com/miembros/>

¿Quiere que le cuente otro secreto?

Lo que intento plasmar en este artículo es, quizás, una de aquellas cosas que requieren su **máxima atención**, pues aquí le contaré algo que no todo el mundo sabe o quiere contarle.

Así que léalo, reléalo, imprímalo, analícelo y cáptelo en toda su dimensión.

Empecemos...

Quiero que imagine su negocio como si fuera un edificio. En cada piso usted tiene una oficina -buscadores, promociones, boletín, alianzas estratégicas, ventas, autorespondedores, etc.- y, sin duda, usted quiere que este edificio sea lo más grande y sólido posible, que le genere dinero y que sea a prueba de toda calamidad.

¿Cierto?

Usando la analogía del edificio, usted sabrá que para que este edificio sea sólido, alto y robusto deberá tener unos cimientos, estructuras y bases sólidas. De lo contrario, el edificio no podrá crecer y podrá desplomarse en cualquier momento.

Un edificio sin **FUNDAMENTOS**, sin bases sólidas no podrá soportar el peso y se desplomará, tarde o temprano.

Recuerde que estoy usando el edificio como analogía de lo que debe ser su negocio en Internet. Mientras más grande, fuerte y sólido usted quiera que sea, más **PROFUNDAS** y fuertes deben ser las bases.

Siguiendo este orden de ideas, ¿sabe usted cuáles son las bases o cimientos de un negocio en Internet?

Las bases y los fundamentos de su negocio en Internet están representadas por el EMAIL MARKETING. Sí, así como lo lee, el EMAIL MARKETING.

Sin él, es **imposible** -o se hace más difícil- hacer negocios en Internet. Es necesario tener algún tipo de e-mail marketing para que su negocio crezca de una forma sólida, consistente y fuerte.

El e-mail marketing es la base que sostendrá su negocio. Si tiene bases sólidas, su edificio -negocio- crecerá y se sostendrá. Sin bases sólidas no podrá hacerlo crecer y, por lo tanto, los resultados económicos de su negocio no alcanzarán su máximo potencial.

¿La mala noticia? POCOS negocios "online" hacen uso del e-mail marketing o, si lo hacen, no lo realizan de forma efectiva.

¿La buena noticia? Usted acaba de enterarse de la clave de los negocios en Internet.

Repita las siguientes premisas:

- NADA, absolutamente NADA, se acerca al poder del e-mail.
- El e-mail marketing es la fundación de su negocio.
- El dinero está en sus listas.

De allí la importancia de las listas: de suscriptores a su boletín, de clientes, de clientes potenciales, de socios, de aliados, etc.

Métase lo siguiente en la cabeza: todo lo que usted haga en Internet debe estar enfocado a construir su negocio, y nada se acerca al poder de una buena lista. Por lo tanto, aprenda a usarla.

Resumiendo: el e-mail marketing es la base, el sustento de su negocio. No importa en qué tipo de negocio esté usted. Todo lo que usted haga en Internet debe ayudar a construir su lista, ¡sus listas! Todo gira alrededor del e-mail marketing.

Mientras más profundas sean las bases de su negocio -edificio- más alto podrá construirlo. Si quiere que su negocio crezca, debe tener unas bases **PROFUNDAS**.

Si ha leído con detenimiento hasta el momento, ya sabrá la respuesta a la siguiente pregunta: *¿Qué cree usted que es lo más importante para su negocio en Internet?*

¿El producto?

¿El diseño de su sitio web?

¿Los contenidos?

¿El posicionamiento en los motores de búsqueda?

Respuesta: NINGUNO DE LOS ANTERIORES.

Lo más importante para su negocio en Internet es SU LISTA; sus listas.

Tenga la seguridad de que:

- No importa cuán bueno sea su producto o servicio
- No importa cuán bonito sea su sitio web
- No importa si tiene los mejores contenidos de la Red
- No importa qué posición ocupe en los buscadores

Todo esto **no tiene valor**, si usted no tiene a quién vender sus productos y una forma de hacerle seguimiento a sus clientes potenciales: sus suscriptores.

De esta forma, en Internet, el activo más valioso reside en **SU LISTA**, o dicho de otra forma: **SUS SUSCRIPTORES**. Sin sus listas, sin suscriptores, usted no tiene **nada**.

Sigamos... que aún no termino. :-)

Si en este punto usted ya coincide conmigo en que el e-mail marketing es la base o cimiento de su negocio y si aceptamos la analogía del edificio, sabemos que para que el edificio –negocio- sea lo más grande y próspero posible, deberá tener bases **PROFUNDAS**.

Veamos qué entiendo yo por PRO-FUN-D-AS y por qué estoy separando las palabras con guiones.

¿Recuerda sus épocas escolares en donde tenía que memorizar datos y usted hacía uso de recursos nemotécnicos como ayuda para memorizar las lecciones?

Por lo menos en mi caso, cuando tuve que aprender en química la famosa tabla periódica de los elementos, la mejor forma de

aprendérmela fue haciendo uso de técnicas nemotécnicas. Quizás a usted le ocurrió lo mismo.

Pues bien, lo mismo quiero lograr dividiendo la palabra PROFUNDAS en PRO-FUN-D-AS, para que nunca se le olvide en qué consisten las bases profundas del e-mail marketing; es decir, las características que deben tener sus LISTAS.

PRO: deben ser proactivas

FUN: deben funcionar, es decir, deben ser efectivas y rentables

D: deben ser diversas: múltiples listas

AS: deben ser altamente segmentadas; por lo tanto, **PRO-FUN-D-AS.**

¿Interesante, no?

Voy a profundizar en cada una de ellas, empezando por la **D.**

DIVERSAS

Lo primero que tiene que aprender, es que debe construir varias listas. Con una, **no** basta. Debe construir LISTAS, en plural. Y aquí voy a dejar a más de un editor de boletines electrónicos literalmente "boquiabierto".

¿Por qué? Porque es erróneo pensar que la única forma de hacer marketing a través del e-mail son los boletines de correo electrónico, por suscripción voluntaria. Los boletines electrónicos son tan sólo "la punta del iceberg" del e-mail marketing.

En mi caso particular, manejo alrededor de 40-50 listas, de las cuales tan sólo tres son boletines. Edito el Boletín de MercadeoGlobal.com -éste que está leyendo-, el de MercadeoEnInternet.com, el de BoletinesElectronicos.com y, adicionalmente, tengo entre 37-47 listas adicionales, cada una con un propósito específico.

A esto me refiero con diversidad. Empiece a pensar en términos de LISTAS, en plural: sublistas, familia de listas...

¡Ah! Antes de seguir, me gustaría dejar en claro que TODAS las listas a las que me refiero son listas por SUSCRIPCIÓN VOLUNTARIA, pues si me conoce ya sabrá que soy enemigo número UNO del correo electrónico no solicitado (s-p*a-m).

Por lo tanto, si pensaba que a las listas a las que me refiero son aquellas que venden en esos CD's con UN MILLÓN de e-mails, se equivoca.

Habiendo dejado esto en claro, sigamos con la siguiente parte de las bases PRO-FUN-D-AS: **FUN**, es decir, listas que **funcionen**, que sean efectivas, que sean rentables.

Para que una lista sea efectiva -es decir, rentable- debe tener la capacidad de convertir a sus suscriptores -clientes potenciales- en compradores de sus productos y servicios. De lo contrario, ¿para qué tener una lista?

Para que una lista sea efectiva, usted debe lograr establecer relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas con sus lectores.

Deberá educar a sus lectores, y suministrarles información de **ALTA CALIDAD**, pues a diferencia de lo que muchos piensan, el e-mail marketing **NO CONSISTE** en "bombardear" con mensajes comerciales a sus prospectos. El e-mail marketing va mucho más allá de buscar una sola transacción comercial de sus lectores.

El e-mail marketing le permite establecer la confianza y la credibilidad que usted debe tener, para que sus futuros clientes le compren una y otra vez. De allí la importancia que usted le dé al **VALOR** de un cliente a través del tiempo.

Alguna vez escuché en una conferencia que sólo existen tres formas de hacer crecer un negocio:

1. Captar más clientes
2. Captar más clientes que compren más
3. Captar más clientes que compren más y más frecuente

Esa es la magia de las listas y la importancia de las siguientes dos letras de las bases PRO-FUN-D-AS, las **AS**, es decir, que las listas deben ser **ALTAMENTE SEGMENTADAS** y, obvio, de alta calidad.

¿A qué me refiero con altamente segmentadas?

Se lo voy a ilustrar con un ejemplo. Digamos que usted se dedica a vender un software para la creación de páginas web. Es un software muy poderoso, funcional, económico, pero poco conocido.

¿En dónde va a buscar clientes?

¿En un boletín de chistes que tiene 500,000 suscriptores?

¿En un boletín especializado en mercadeo en Internet con 50,000 suscriptores?

¿En un boletín de diseñadores web con tan solo 500 miembros?

La respuesta es obvia y si la entendió, a eso me refiero con listas **ALTAMENTE SEGMENTADAS**.

Ya para terminar, pues me estoy extendiendo mucho, veamos el último componente de las bases PRO-FUN-D-AS; es decir, la **PRO** que hace alusión a la **PROACTIVIDAD**.

Por **proactividad**, me refiero a que usted debe trabajar "agresivamente" en la construcción de sus listas.

Y se lo ilustro con un ejemplo: en todo boletín que usted recibe de mí, hago mención a un curso gratuito vía e-mail, lo invito a suscribirse a un boletín, le obsequio un libro... En todo curso, lo invito a suscribirse a alguna lista o hago referencia a otros cursos... Si usted usa la herramienta de registro gratuito en los principales motores de búsqueda que tengo en MercadeoGlobal.com, le pido su email... etc.

En fin, si usted lleva un buen tiempo conmigo sabrá a qué me refiero. Si usted es nuevo, no demorará en ver a qué quiero significar y, a partir de este artículo, podrá entender cual es la psicología que hay detrás de todo esto.

Para concluir, si usted pretende que su negocio en Internet crezca y sea sólido, deberá trabajar en las bases, en los cimientos de su edificio –e-mail marketing- y para que estas bases sean fuertes y soporten la estructura de su edificio –negocio- deberán ser PRO-FUN-D-AS.

PRO: deben ser **proactivas**

FUN: deben **funcionar**, es decir, deben ser efectivas y rentables

D: deben ser **diversas**: múltiples listas

AS: deben ser **altamente segmentadas**

¿Cuán grande quiere que sea su negocio en Internet?

En este punto usted me dirá "Álvaro. ¿Y esto qué tiene que ver con los autorespondedores de correo electrónico?"

Sencillo. ¿Con qué herramienta cree usted que puede automatizar y sistematizar todas sus listas? ¿Con qué herramienta cree usted que puede gestionar las altas / bajas y seguimientos que tendrá que hacer a sus diferentes listas?

Con autorespondedores de correo electrónico. ☺

Para finalizar...

¿Le gustaría aprender a construir sus listas de una forma rápida y efectiva?

Acostumbro a dictar un seminario presencial sobre el tema, pero he decidido crear una versión 100% *online* del mismo.

La temática del curso está orientada a la construcción de listas de correo electrónico; es decir, cómo hacer crecer la base de datos de sus suscriptores y cómo hacerlo de una forma rápida y efectiva. Adicionalmente, le enseñaré formas de rentabilizar las listas y convertirlas en fuente de ingresos crecientes y constantes. También aprenderá como “escribir” sus mensajes de tal forma que tengan todo el poder, para convertir a sus lectores en compradores de sus productos y servicios.

Este curso está dividido en varias lecciones con material en audio digital apoyado con material escrito, ejemplos, programas que se pueden emplear, etc. de cada uno de los temas a tratar.

Tal y como está conceptualizado es algo eminentemente práctico y sencillo, de tal manera que el "estudiante" podrá poner dichas herramientas en práctica de inmediato, y por lo tanto, empezar a ver crecer su propio listado de suscriptores y generar ingresos económicos sustanciales mediante el e-mail marketing.

Adicionalmente, tendrá acceso a una zona privada en donde no sólo tendrá acceso al material, sino también a un formulario de acceso directo al "tutor", para que pueda hacer sus preguntas y que podamos resolverle las dudas que pudiera llegar a tener.

Todos los detalles sobre este curso los podrá solicitar en el siguiente autorespondedor: email-marketing@mercadeoglobal.com

Se autoriza la libre distribución de este reporte, siempre y cuando lo distribuya en su formato original y lo haga de forma gratuita. Si tiene dudas, contáctese con su autor: Álvaro Mendoza V.
amendoza@mercadeoglobal.com

Autor: Álvaro Mendoza V.

Edita: MercadeoGlobal.com © 2003

Textos revisados y corregidos por Hilda Lucci.

Correctora Literaria Universitaria, Redactora: correcciones@hildalucci.com.ar
www.hildalucci.com.ar