SESIÓN 3

W.K. KELLOGG FOUNDATION®

Prácticas recomendadas para correos electrónicos

El correo electrónico es la manera más rápida y asequible de llegar a un público amplio. Algunas plataformas de correo electrónico populares MailChimp, Send in Blue, NationBuilder, NGP y Constant Contact.

Estas prácticas recomendadas lo ayudarán a aumentar las respuestas e impulsar su programa de correo electrónico.

Cuando redacte correos electrónicos, recuerde lo siguiente:

- **Sea intencional.** Solo debe considerar enviar un correo electrónico cuando tenga algo tangible que quiera que sus seguidores hagan.
- **Sea oportuno.** Los correos siempre funcionan mejor cuando se envían en momentos clave: en reacción a noticias o acontecimientos nuevos. Aproveche estos momentos. Dele a su público la oportunidad de actuar e involucrarse.
- **Sea considerado.** Su público acude a usted en busca de ideas tangibles de lo que deberían hacer. También quieren saber si haber participado sirvió de algo. Dé noticia de su campaña de recaudación de fondos y de cómo su apoyo hizo que las cosas avanzaran para resolver un problema.
- **Sea respetuoso.** Su público se inscribió a su programa de manera voluntaria, así que deles motivos para que continúen siguiéndolo. No olvide ser puntual, oportuno y estratégico con lo que les pida hacer.
    - No los haga perder el tiempo pidiéndoles que hagan cosas repetitivas, en especial cosas que ya hayan hecho.

Redacción de borradores de correo electrónico:

Antes de redactar un correo electrónico, decida cuál es su intención principal. ¿Quiere recaudar dinero? ¿Quiere que las personas hagan algo? ¿O quiere contar una historia? La intención ayudará al enfoque de su correo.

Un correo electrónico = una idea.

Sea específico y vaya directo al grano. Sus suscriptores y seguidores no quieren que su página “Acerca de” sea un resumen pormenorizado, pero tal vez se sientan motivados a donar cuando lean su plan para mejorar la calidad de la educación pública por medio de la contratación de más profesores. Hágales saber qué acción quiere usted que hagan, y de qué manera el hacerla contribuye a resolver un problema que les interesa.

Presente el problema, la solución y un llamado a la acción. Tenga en cuenta que la solución debe ser realista y corresponder con la magnitud del problema. Muéstreles lo que usted puede lograr con su ayuda y se ganará sus donativos, tiempo y confianza.

Siempre hable desde el corazón y sea auténtico.

Nuestros valores y nuestras emociones nos impulsan a actuar. Oír estadísticas sobre los efectos dañinos de una política podrían motivar a la gente a oponerse a ella, pero considere contar una historia para mostrar de qué manera esa política afecta la vida de las personas.

Por ejemplo: Cuente la historia de uno de sus votantes, cuya familia podría perder su cobertura médica cuando más la necesita. No todos los llamados tienen que ser negativos. También puede motivar a su público contando la historia de un integrante de su equipo o un seguidor que sea la personificación de su misión.

Planificación y evaluación de correo electrónico:

Mantenga al día su calendario editorial y lleve el seguimiento de sus métricas para que sepa qué contenido funciona mejor.

- Un calendario bien organizado puede ayudar con las revisiones internas, de modo que alguien puede revisar todo el contenido de la semana de una sola vez.
- También puede ser útil para redactar y programar sus correos electrónicos con antelación..

Para consultar el ejemplo de una plantilla para programar y evaluar correos electrónicos, **haga clic aquí.**