

TÉCNICAS PARA COMUNICACIÓN, MARKETING Y VENTAS POR EMAIL

Aprende cómo resolver la problemática que afrontan las pequeñas empresas cuando enfrentan procesos de conversión de visitantes en clientes. Aquí te explicaré las técnicas más efectivas que utilizamos como proceso estándar en mis empresas para que puedas decidir cómo conviene invertir tus recursos al momento de realizar una comunicación efectiva.

*Produce más
clientes satisfechos
con menos esfuerzo*

Sumario

Sumario	1
Formulario de contacto y gestión empresarial de mensajes.....	2
Gestión empresarial con plantillas de correo electrónico	3
Encabezado y firma en la comunicación empresarial	5
Cómo hacer un enlace externo en un email (para la firma, el encabezado, videos, etc.).....	8
Cómo configurar tu dirección de email para que aparezca tu marca y no la dirección.....	8
Responde los correos con contenido de alto valor	9
Gestión empresarial, que los correos de tu empresa se distingan	10

Formulario de contacto y gestión empresarial de mensajes

Si sigues los consejos que te voy a dar en este capítulo aumentarás tu porcentaje de contactos por visita y tus ventas.

Está estudiado científicamente que los internautas, en su búsqueda de información, pasan por muchos sitios, quedándose sólo unos pocos segundos en cada uno.

Luego de una sesión de búsqueda no pueden recordar los sitios que visitaron y al poco tiempo tampoco recuerdan las palabras clave buscadas.

Por más que hayan encontrado información interesante en tu sitio no podrán volver a él, simplemente porque no lo encuentran o porque lo guardaron en favoritos pero no recuerdan como se llama.

Para evitar esto debes reemplazar, en el sitio de tu empresa, el viejo link con el email por un formulario que atrape los datos la gente que se comunica con tu empresa.

Este formulario te permitirá contestar sus preguntas e inquietudes y realizar una breve encuesta de satisfacción, no más que eso, recuerda que es un formulario de contacto, no uno de suscripción voluntaria a un boletín electrónico.

Además debes colocar el formulario en la página principal, la de inicio.

Recuerda que la función principal de tu sitio web es el de crear vínculos entre los visitantes y tu empresa.

Porque nadie compra la primera vez que entra en un sitio, aún si pudiera, sino que normalmente hay una serie de contactos necesarios para construir la credibilidad necesaria para que tus visitantes se conviertan en clientes.

Deberás escribir una carta de ventas que haga que tus visitantes perciban el valor de tu empresa, tus productos y tus servicios.

Con esto ellos simplemente no podrán resistirse a dejar los datos y hacer sus preguntas.

Este muchas veces es la puerta de entrada, el comienzo de relaciones muy duraderas de mutuo beneficio.

Detrás de todo formulario de contacto debe estar el personal de atención a clientes.

Son éstas personas, las encargadas de leer y responder los mensajes que se envían, las que verdaderamente ponen el sello de la excelencia a nuestro formulario de contacto ya que el usuario que nos contacta siempre espera que se le responda rápido y se le aclare la inquietud que lo motivó a enviar el mensaje.

Es muy importante tener en cuenta que si este aparato falla, ya sea porque demoran mucho en responder, no responden o las respuestas no satisfacen; los usuarios perderán la confianza en nuestra empresa.

Te propongo que coloques o hagas colocar un formulario de contacto en la página de inicio del sitio web de tu empresa y entrenes a tu personal para que contesten lo mejor y más pronto posible.

¡Los resultados serán inmediatos!

Gestión empresarial con plantillas de correo electrónico

Si aplicas la técnica de gestión empresarial que te voy a enseñar en este capítulo conseguirás al menos el doble de ventas luego de una consulta por e-mail con mucho menos esfuerzo que el que estabas utilizando para responder las consultas de tus clientes.

Hoy te quiero enseñar cómo generar y almacenar e-mails con información completa, que respondan inclusive las dudas que muchos de tus clientes tienen pero que no se animan a preguntar. E-mails que disipen el 90% de las dudas y que hagan que tus clientes ordenen tus productos inmediatamente.

Recuerdo que hace 15 años yo respondía artesanalmente cada e-mail.

Por más esfuerzo y sacrificio que se ponía en cada respuesta, la información era siempre incompleta, los mails se respondían hasta 2 días después de recibidos y la presentación distaba mucho de ser profesional.

Luego de desarrollar esta técnica no sólo se duplicaron las ventas sino que nuestros clientes envían mensajes de agradecimiento por lo completa, satisfactoria y precisa que es la información que reciben.

Lo que debes hacer es lo siguiente:

- Abres un email nuevo.
- Colocas una imagen del logo de tu empresa.
- Abajo colocas los datos de contacto.
- Luego comienzas escribiendo ESTIMAD@ CLIENTE.
- A continuación colocas la información necesaria como para satisfacer las 15 preguntas más frecuentes.
- Completas la información adjuntando imágenes en la zona de texto.
- Colocas tu firma (nombre, puesto, empresa y datos de contacto).
- En ASUNTO escribes la temática del e-mail.
- Guardas el mail en BORRADOR.

Luego, cuando recibas una pregunta relacionada con ese tema:

- Abres el mail de BORRADOR, SELECCIONAR TODO y COPIAR (en algunos programas de puede seleccionar y copiar sin necesidad de abrir).
- Eliges RESPONDER.
- Seleccionas PEGAR el texto seleccionado.
- Reemplazas la palabra cliente por el nombre del cliente potencial.
- Revisas la consulta y si es necesario completas o retiras información.
- Envías el e-mail.

Después de usar este modelo por un tiempo deberás ajustarlo para satisfacer más adecuadamente los requerimientos de tus clientes potenciales.

Al finalizar este artículo vas a abrir tu programa de correo electrónico, vas a crear un e-mail modelo como te expliqué y vas a guardarlo en BORRADOR.

Cuando llegue la primera consulta referida a esa temática la vas a contestar inmediatamente. Eso te va a llevar 2 minutos como máximo.

Luego de utilizar este modelo durante 7 días vas a modificarlo para ajustarlo para que disipe las dudas que tienen tus clientes y las que les surgirán luego de leer las respuestas al mail que te mandaron.

Cuando te hayas acostumbrado a utilizar este sistema, vas a hacer varias copias del e-mail modelo, de esta plantilla, y vas a usar las copias como base para contestar preguntas de otras temáticas.

Cuando tengas varias plantillas de e-mails hechas, revisadas y corregidas podrás hacer unas copias y mandárselas a tus empleados para que ellos también los usen cambiándoles la firma.

Verás que no sólo podrás dedicar más tiempo a la gestión empresarial sino que también aumentarán las ventas, la productividad, disminuirán los errores y omisiones y la comunicación por e-mail será más profesional y homogénea.

Encabezado y firma en la comunicación empresarial

Esta es una técnica que hará que tus comunicaciones por correo electrónico te lleven menos tiempo, sean más profesionales y más efectivas.

Te voy a enseñar cómo utilizar una característica de la mayoría de los programas gestores de correo electrónico para potenciarla al máximo, convirtiéndola en una excelente herramienta de comunicación, al tiempo que eliminarás errores comunes, ahorrarás tiempo y esfuerzo.

Alguna gente ni siquiera firma los mensajes, otros lo hacen con un simple “Saludos, Juan Pérez”.

La gente que tiene más conocimientos de comunicación empresarial coloca los datos de contacto debajo del nombre.

Pocos colocan un encabezado.

Nadie coloca encabezado con logos, nombre de la empresa, enlace al sitio web y a Google Maps, horarios de atención, enlace a preguntas frecuentes y toda la información que es pertinente según el caso.

Para que tus contactos sean efectivos debes resolverle todos los problemas y debes matar las dudas para allanar el camino a la caja registradora, al botón de comprar o a la orden de compra.

Vas a hacer lo siguiente, vas a hacer una FIRMA en tu programa de gestión de correo y la vas configurar para que salga en los correos nuevos, en las respuestas y en los reenvíos.

Pero antes que eso debes generar la información que vas a incluir, debes tener los logos, buscar la ubicación de tu empresa en Google Maps y copiar el enlace, anotar tu usuario en Skype, Messenger, Facebook, Twitter, YouTube o el canal de comunicación que uses.

Con ese material ya puedes hacer tu firma.

En Outlook hay que abrir un correo nuevo y luego buscar la opción firmas (la ubicación del botón varía según la versión).

La firma debería verse como esta:



Cuando tengas que responder un mail simplemente reemplazarás donde dice “Estimad@ cliente” por el nombre del destinatario del mensaje.

Si vas a utilizar un mail prediseñado simplemente deberás seleccionar todo el encabezado antes de copiar y la firma se borrará.

Cuando te familiarices con este recurso podrás enseñárselo a tus empleados administrativos para que ellos también lo utilicen.

Te propongo que ahora mismo configures tu firma y en una semana me comentes como te ha resultado.

Cómo hacer un enlace externo en un email (para la firma, el encabezado, videos, etc.)

Un hipervínculo es un texto que tiene la propiedad de hacer que, al hacer un clic sobre este, se abra una página de Internet en el navegador.

Esa dirección se denomina enlace externo porque es un redireccionamiento a un contenido externo al texto en cuestión.

Colocar hipervínculos en tus emails permite añadir información adicional como direcciones de email, sitios de Internet de tu empresa, planos de ubicación de tus locales, etc.

Convertir un texto en un hipertexto es muy simple:

- Abres el mensaje
- Seleccionas el texto que has decidido convertir en hipervínculo
- Presionas el botón secundario de mouse
- Seleccionas HIPERVÍNCULO en el menú desplegable
- En la casilla que dice DIRECCIÓN colocas la dirección de Internet de la página que quieres que se abra al presionar sobre el texto

¡Listo!

Aprovecha esta característica y convierte tus textos en textos dinámicos.

Cómo configurar tu dirección de email para que aparezca tu marca y no la dirección

Es muy importante cuidar todos los detalles en la comunicación, es por eso que no debes descuidar el del nombre que verán los destinatarios de correo al recibir un correo de tu empresa.

La gente descarta el correo basura sin siquiera abrirlo, es por eso que es muy importante que identifique tu email como uno de su interés.

Para ello debes colocar tu marca y la actividad a la que se dedica, por ejemplo “Electronor – Reparación de electrodomésticos”.

Esto debes hacerlo al configurar tus cuentas de correo electrónico en tu programa gestor de correos.

En Microsoft Outlook debes colocar el nombre que quieres que tus destinatarios de correo vean en la casilla denominada SU NOMBRE y en la denominada CUENTA DE CORREO que está en “Más configuraciones” / pestaña “General”.

Responde los correos con contenido de alto valor

Esta técnica hará que tus comunicaciones sean más efectivas y transparentes y al menos duplicará tu tasa de conversión (de clientes potenciales a clientes efectivos).

La calidad del contenido de todas tus comunicaciones es un aspecto fundamental a la hora de generar confianza y fidelizar clientes.

Recuerda que la construcción de confianza y credibilidad es fundamental para convertir clientes potenciales en clientes que te compren una y otra vez.

Los correos electrónicos no son la excepción.

Todas las comunicaciones deben ser consideradas piezas de marketing, con eso me refiero a que deben tener como objetivo lograr el mutuo beneficio de todas las partes involucradas.

Sigue estos simples pero efectivos consejos:

- Lee atentamente el mensaje, comprende el problema y la necesidad y ponte en los zapatos de tu cliente potencial.
- Involúcrate, siente compasión por la otra persona, la compasión es una emoción que describe el entendimiento del estado emocional de otro, y debe ser combinada con un deseo de aliviar o reducir su sufrimiento.
- Tu objetivo principal debe ser solucionar el problema de tu cliente potencial.

- Reenvía el texto del mensaje que te envió esa persona. No te imaginas cuantos e-mails me responden sin que yo sepa exactamente lo que les pregunté. No siempre recordamos exactamente cómo fue planteada nuestra interrogante.
- Responde exactamente lo que se le ha preguntado. Luego agrega, si lo deseas, otros puntos que consideres de interés.
- Entrega una respuesta completa. Nada más desmotivador que ir con toda la expectativa del mundo a leer la respuesta que esperábamos y encontrarnos con que la misma solo responde una o dos de nuestras interrogantes. Te aseguro que podrá ser peor incluso que enviar una respuesta tardía. La regla es: responde todo lo que la persona le haya preguntado y, si tienes dudas de si el concepto quedó claro, agrega información complementaria.
- No use largas exposiciones a menos que estés agregándole contenido útil a la respuesta.
- Evita los archivos adjuntos. Éstos suelen generar temor en los receptores, pues es la vía por excelencia para los virus.
- Finaliza el mensaje poniéndote a disposición para nuevas consultas.

Te propongo que a partir de ahora utilices estas técnicas para responder tus preguntas por de correo electrónico, blogs, sitios de comercio electrónico y todo tipo de comunicación.

Si lo haces, la respuesta positiva de tus clientes potenciales no tardará en llegar y ellos elegirán comprar tus productos y servicios una y otra vez y te recomendarán, convirtiéndose en evangelizadores de tu empresa.

Gestión empresarial, que los correos de tu empresa se distingan

Esta simple y poderosa técnica de comunicación, promoción y gestión empresarial hará que tus comunicaciones sean más efectivas, distinguiéndose de las de tus competidores al tiempo que ayudarán a generar la confianza y credibilidad necesarias para que tus clientes potenciales le compren a tu empresa.

Es muy común recibir mensajes de correo electrónico sin asunto, con asuntos intrascendentes del tipo Consulta, Pregunto o Presupuesto o con asuntos incompletos como Presupuesto instalación o Consulta forma de pago.

Estos emails muchas veces se confunden con SPAM (correo no deseado).

Si la persona envió la misma consulta a varias direcciones CCO (con copia oculta) todas las respuestas llegarán con el mismo asunto.

El remitente borrará tu respuesta porque no recordará siquiera que hizo una consulta sobre ese tema.

Además, responder mensajes con asuntos como los descritos te hará perder el tiempo a ti (en el remoto caso de que recibas nuevas respuestas sobre el mismo email) porque es posible que lo confundas con SPAM y te costará encontrarlos para futuras referencias.

La siguiente práctica de gestión empresarial te ayudará a transmitir mejor tus ideas, para aumentar tus ventas en menor tiempo.

Modifica el asunto y agrega tu marca y la temática del correo.

Esto aumentará las probabilidades de que tus clientes potenciales lean tus mensajes. Los ayudará a encontrarlos en el futuro.

Mejorará la difusión de tu marca en la mente del consumidor.

Lo que harás al responder un email es lo siguiente.

Vas a dejar el texto del asunto como lo colocó el remitente
Agregarás o completarás con el ASUNTO REAL, puede ser algo como “limpieza de alfombras”, “control de plagas” o “propiedad en alquiler”.

Vas a agregar el nombre de tu empresa o la marca en cuestión: al final (Inmobiliaria X, Tu marca o La marca del producto en cuestión) o; dentro del texto (“camión SCANIA con acoplado” o “helados Häagen-Dazs al por mayor”).

El texto del asunto debería quedar con la siguiente estructura:

Texto original, asunto real y marca.

Ejemplo:

Recibes un mail con el asunto “Búsqueda”.

Lo respondes con el asunto “Búsqueda de propiedad en alquiler - Inmobiliaria X”.

Espero que apliques estas técnicas y que tus ventas aumenten considerablemente.

Puedes ver más información sobre gestión empresarial en
www.gestionempresarialrentable.com

Saludos,
Santiago Botas