



Comunicado de prensa

Julio 2011

www.cabestan.es

Nueva Funcionalidad! **La personalización condicional en el asunto de sus** **campañas de email marketing**

EMAIL MARKETING A MEDIDA

La personalización condicional en el asunto de sus campañas de email marketing

Cabestan, con más de 2.000 usuarios de su plataforma de gestión de campañas de email marketing, refuerza ahora su posición en el mercado integrando la personalización condicional en el asunto de las campañas de emailing.

Las marcas han adoptado definitivamente el email marketing como un muy buen canal de comunicación con el cliente, y se encuentran ahora con la necesidad de desarrollar campañas más personalizadas. Como dice Anne-Sophie Mullier, directora general de Cabestan, "la pertinencia de los mensajes es definitivamente el mayor y más importante desafío para todas las marcas en sus campañas de email marketing. En Cabestan, recomendamos a nuestros clientes personalizar cada vez más sus campañas, y para ello desarrollamos con nuestro equipo de R&D herramientas cada vez más avanzadas para que puedan realizarlo. La nueva funcionalidad de personalización condicional en los asuntos es el fruto de esa investigación".

La personalización condicional es una personalización automática y dinámica del contenido del asunto, que va en concordancia con la personalización dinámica del contenido del email.

Imaginemos un email con personalización dinámica del asunto en función de mi sección preferida (dato que sabemos bien por la analítica en nuestra web, por la tipología de enlaces en los que suelo clicar en los emails o gracias a un centro de preferencia en mi cuenta en la web de la marca).

En el caso de una mujer embarazada (visita muy a menudo la sección correspondiente en la web), el asunto será:

"¡-15% sobre toda la sección Mujer y bebé!"

En el caso de un hombre (suele visitar secciones con productos típicamente masculinos, o solamente no ha indicado que era hombre al suscribirse), el asunto cambiará automáticamente a:

"¡-15% sobre toda la sección Hombre!"

Y si soy un cliente potencial reciente y la marca tiene muy pocos datos sobre mí, entonces el asunto que se me aplicará por defecto será:

"-15% ¡solamente esta tarde!"

Así, ya desde el asunto el destinatario se siente más implicado.

Hasta hoy, la personalización del asunto era más simple: personalizar con los datos declarativos, como el nombre o el apellido. Hoy, puedes personalizar el asunto de la newsletter en función de lo que se promociona en el contenido.

La personalización condicional permite cambiar el asunto en función de los criterios individuales de cada destinatario.

Con esta funcionalidad, se puede perfectamente imaginar personalizaciones aún más avanzadas:

Imaginemos una newsletter con una oferta para el día del padre. Para los suscritos de los cuales no sabemos su nombre ni tampoco si tienen niños, propondremos un asunto por defecto:

"¡Es el día del padre! ¡15 euros de regalo solamente hoy!"

Pero si gracias a los datos que hemos recopilado durante nuestros contactos con los suscritos, estos nos han llegado a informar de que tienen hijos, entonces a ellos les podremos proponer automáticamente un asunto más relevante aún:

"¡Es el día del padre {NOMBRE}! 15 euros de regalo para ti"

Es tan sencillo como indicar qué se deben mostrar en función de qué criterios; En el ejemplo que hemos dados, se parecería a algo como:

"Si la civilidad = Señor

Y además

Si el número de hijos es diferente de 0

entonces el asunto para mostrar es:

"¡Es el día del padre {NOMBRE}! 15 euros de regalo para ti"

Y para aquellos suscritos para los cuáles estas dos condiciones no se cumplen, se muestra el asunto por defecto."

Personalizar el asunto permite:

- **ganar tiempo: utilizar una plantilla única, y evitar hacer segmentos.**
- **aumentar la tasa de apertura.**
- **suscitar el interés de los destinatarios.**
- **evitar el spam.**
- **Y, como fruto de todo ello, aumentar las conversiones.**