

</> Composición del material html

☑ -Priorizar contenido responsive

Asegurate que tu contenido se adapte al entorno de nuestro Suscriptor, basándose en el tamaño de la pantalla y en el cliente de correo.

☑ -No utilizar la etiqueta <head>

Muchos clientes de correo no la interpretan.

☑ -Tablas para tu plantilla HTML

Utiliza tablas para organizar tu plantilla. Piensa como distribuirás el contenido del mailing masivo (imágenes, texto, enlaces...) y crea una tabla colocando cada porción de contenido en cada celda de la tabla. Las tablas pueden tener tantas filas y columnas como necesites, pero recomendamos que tengan un ancho máximo de entre 600 y 650 píxeles.
Importante: Evitar etiquetas <div>.

☑ -Usar celdas HTML

Las etiquetas de bloque en nivel como <h1> o <p> pueden causar problemas en algunos buzones de correo. Utiliza celdas <td> para contener dentro el texto y aplícales estilos de formato como indicamos en el punto anterior.

☑ -No se puede utilizar:

1. Javascript
2. Flash
3. Imágenes de fondo (en cambio utilizar colores de fondo en las celdas o tablas con el atributo *BG*COLOR)

☑ -Evitar estilos CSS

Gmail y otros clientes de correo no soportan estilos (CSS), así que mejor dejarlos de lado en tu HTML para mailing masivo. Además, muchos buzones sólo dan soporte a los estilos más básicos de HTML (font-family, font-weight, etc) y no soportarán estilos avanzados (clear, float, z-index, etc).

Los estilos, en caso de usarlos, deberán estar embebidos INLINE.

Uso correcto: <p style="font-size: 12px; color:#3C3C3C;">Texto</p>

Otro consejo a la hora de dar formato es evitar formas cortas de código; se debe escribir entero .

☑ -Los Textos deberán contener los caracteres especiales.

Por ejemplo:
 üá = ´
 üñ = ˜
 ü" = "
 ü¿ = ¿

☑ -No usar mapas de imagenes.

Evitar etiqueta <map>, no es soportado correctamente por los clientes de correo, tal como Gmail.

☑ -Balance imagen-texto plano HTML en el mailing masivo

Una pieza de email marketing que contenga un adecuado balance entre imágenes y texto plano, idealmente un 50% de cada una, obtiene una mejor recepción por parte de clientes de correos. Esto contribuye a descartar posibles identificaciones como spam.

☑ -Recomendable que las imágenes contengan el atributo alt.

☑ -Las imágenes deberán tener un peso máximo recomendado de 100kb



Evitar ser considerado como spam

☑ -El Asunto es uno de los factores claves para generar aperturas y no ser catalogados como Spam. Por lo tanto se pueden tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Evitar el uso de palabras como: Gratis, Ingresos extra, Dinero, Descuentos, Rebajas, Ahorra, Gana, OFF, SALE, Urgente, Regalo, Sin Riesgo, Seguro, Garantía, 100%, etc.
2. Evitar el uso de MAYÚSCULAS y signos !!!.
3. Ser Breve y Directo: entre los 5 y los 20 caracteres se genera la mayor optimización. Es importante no superar los 40 caracteres ya que muchos clientes no muestran una longitud superior.
4. El uso de preguntas creativas genera mayor intriga e interés de abrir el correo.

☑ -¡El contenido también influye!

Reiteramos, mensajes con demasiadas imágenes y muy poco texto son considerados como spam, buscar el balance es la clave.

☑ -Incluye siempre enlaces seguros y fiables. Evitar el uso de short url.