Alba Espejo

10. Gestión y fidelización de clientes online (CRM) Email Marketing y WhatsApp Marketing

CURSO DE MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES

Programa cofinanciado por:

Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE CULTURA

Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

Alba Espejo

Digital Marketing Strategy

Consultora de Quadrant
Alfa, S.L. Empresa
dedicada a la digitalización
de PYMES y territorios.

Profesora asociada de
Marketing Digital Grado
Multimèdia Uvic y
formadora en otras
Universidades

Consultora acreditada en
el programa International
eTrade Acció

Calendario del curso

Sesión	Fecha	Contenido de la sesión
1	16/4	Introducción al curso - Cómo crear un plan - Metodología SOSTAC y Análisis de situación.
2	23/4	Cómo debería ser el sitio web de una compañía. Análisis de competidores. Vender merchandising de la compañía. Fijación de objetivos y creación de un embudo de ventas.
3	30/4	Marketing de Atracción. Creación del Buyer Persona. Creación de Contenidos.
4	7/5	Instagram.
5	16/5	Tik Tok y nuevas generaciones.
6	14/5	La Marca Personal del Artistas y su impacto para las Empresas Culturales.
7	9/5	SEO. Posicionamiento natural en Google de tu página web.
8	21/5	SEM. Publicidad en Google y en Redes sociales.
9	23/5	LinkedIn. Cómo llegar a la persona que toma la decisión de programar.
10	28/5	Gestión y fidelización de clientes online (CRM) Email Marketing y WhatsApp Marketing .
11	30/5	Analítica Web y creación del plan de acción.

Qué veremos hoy

1. Entender qué es un CRM y cómo nos puede ayudar a mejorar la relación con nuestros clientes y fidelizarlos
2. Definir una metodología que nos permita mejorar la gestión de nuestros clientes y sacar partido del Inbound Marketing.
3. Email marketing: ¿sigue vivo?
4. Usando Whatsapp Business
5. Algunas acciones para inspirarse

**La gestión de la
relación con los
clientes: ¿por qué
nos interesa?**

Fidelizar

- ¿Qué crees que es más costoso para una empresa, invertir en captar clientes o retenerlos?

CRM

→ Son las **metodologías, software y capacidades que ayudan a la empresa a gestionar las relaciones con los clientes**. No es un programa informático. Es la “memoria” que nos permite:

- ✓ Obtener y sacar provecho de la información de nuestros clientes con **el objetivo de mejorar aquello que ofrecemos también nuestra propuesta de valor**. → Calificar a los clientes.
- ✓ **Poner en marcha acciones** de acuerdo con los datos de que disponemos. (Campañas de marketing).
- ✓ Incrementar nuestro beneficio.

Ir más allá de la base de datos

- Disponer de toda la información posible sobre nuestros clientes y hacer uso de la herramienta para obtener información y **mejorar nuestras estrategias**.
- **Las organizaciones y empresas culturales necesitan una base de datos que se gestione.**

Por lo tanto, en nuestra estrategia de marketing

- El objetivo no es únicamente conseguir nuevos clientes, también retener a los clientes actuales para poder crecer con ellos.
 - Tenemos que **diseñar una metodología que ayude a que toda la organización abrace esta nueva filosofía.**
 - **En el caso de la cultura debemos evaluar si el clásico CRM os funcionará.**
- Pero, ¿por dónde empezamos?

5 Pilares de la relación con los clientes

Revisar los 5 pilares es fundamental antes de integrar un CRM

Centralizar la información y hacerlo con éxito

- 5 pilares de la relación con el cliente para conseguir el **éxito en la implementación** de una estrategia de marketing relacional:

1. Conoce al máximo tus clientes

- Llevar a cabo un trabajo previo de análisis para **conocer audiencia** y revisar cómo es nuestra base de datos.
- **Segmentar** es fundamental para definir las estrategias de captación.
(Google Analytics, redes sociales)

2. Comunicación

- Definir **los procesos de comunicación con los clientes**.
- ¿Cómo planteamos los mensajes y **en qué canales**?
Customer Journey map
- ¿Qué mensajes podremos automatizar? ¿Nos interesa?
- **¿Dónde los captamos?** → El blog, las redes, la web, chat, plataforma ticketing, teléfono, equipo de ventas, servicio de atención al cliente...

3. Gestión de incidencias

- Detectar y recuperar a los clientes insatisfechos.
- Definir los canales para canalizar las incidencias.
- Definir **nuestro protocolo de respuesta para cada uno de los canales.**

4.Satisfacción

- El valor añadido.
- **Definir qué atenciones ofreceremos a nuestros clientes para incrementar “el valor del cliente” en el tiempo.**
- Programas especiales y eventos.

5. Fidelización

- Una relación con el cliente a largo plazo.
- Avanzarse a sus necesidades.
- Lograr **las recomendaciones de nuestros clientes.**

Una estrategia de éxito

- Para desarrollar una estrategia de éxito tenemos que **definir estos 5 pilares para la gestión de la relación con el cliente en nuestra organización.**

Si ya están definidos, **analiza qué puedes mejorar.**

- A grandes rasgos define como trabajáis estos 5 pilares de gestión de la relación con el cliente.
- ¿Qué crees que podrías mejorar?

La base de datos de la empresa

¿Cómo hacer crecer esa base de datos?

Los datos= son un activo de la empresa

- Tienen un valor.
- Revisamos cómo los obtenemos y gestionamos.
 - Los datos por sí solos no aportan valor.
 - En el contexto actual podremos sacar provecho de nuestros datos para vender más.

En el sector cultural

- **El CRM clásico** está enfocado a la gestión individualizada del cliente. → Gestión por parte equipo comercial comporta curva de aprendizaje compleja.
- En teatros, por ejemplo, **os interesa una herramienta que gestione los segmentos** → buscamos una solución que nos permita automatizar las comunicaciones.
- Tal vez con la propia herramienta de ticketing ya tenéis acceso a esa información, os interesa vincularlo a una herramienta que permita esas automatizaciones.

El centro de la estrategia para incrementar beneficios

- Importante generar una base de datos con **información relevante de los clientes actuales y potenciales** (paso 1 de gestión de la relación con los clientes).
- Evitar perder oportunidades de **optimizar acciones y presupuestos.**
- Crearemos **campañas más personalizadas y segmentadas.**

Customer Journey Map

Google

¿Cómo mejorar tu base de datos?

1. Plantea **qué datos quieres recoger** (no todos serán relevantes).
2. **En qué canales** recogerás la información: cómo alimentarás de manera constante la base de datos.
3. Define los campos de manera independiente.
4. Ten en cuenta **los aspectos legales** de los datos que recoges.

Fuentes para hacer crecer tu base de datos

→ La actividad de negocio:

- Nombre, email...
- Producto que ha comprado, en qué fecha... → plataformas ticketing

→ La actividad digital genera datos:

● Nuestra web:

- Formularios de contacto
- Landing page
- Suscripción newsletter
- WhatsApp
- Chat...

● Redes sociales:

- Promociones
- Encuestas
- Eventos online (b2b): webinars, sesiones...
- Concursos...

IA

- Provide recommendations for effective customer relationship management (CRM) strategies.
- Prompt: What are some best practices or strategies for managing and nurturing customer relationships using our CRM system? [Specify the CRM platform being used and any specific challenges or goals] (font Hubspot)

- ¿Cómo recoges información en tu base de datos?
- ¿Cómo los gestionáis?
- ¿Qué datos y acciones podrías añadir para mejorar tu base de datos?

Ejercicio

Define el customer journey de tus clientes

El customer journey

- Mapa con el proceso de un usuario para comprar un producto o servicio.
- Nos ayuda a:
 - **Entender el proceso de compra.**
 - Las necesidades del buyer persona.
 - Cómo investiga y **qué tipo de información necesita** en cada fase para poder avanzar. (En inbound marketing nos sirve para entender las temáticas de los contenidos).
- **Debemos definirlo para plantear nuestra estrategia de CRM y puntos de contacto críticos.**

EI customer journey

TOUCHPOINTS / CONTENT

CHANNELS

Herramientas para crearlo

UXPRESSIA

PRODUCTS ▾ INDUSTRIES ▾ PRICING ▾ COMPANY ▾ LEARN WITH US ▾ SIGN IN SIGN UP

Create Professional Customer Journey Maps

Visualize customer experience and collaborate with your team in real time

SIGN UP FOR FREE

or request a personal demo

Monica & John

Helen Carpenter

Organizer

Motivations

- Nice vibe
- Close to the office

MARKET SIZE

28%

DELIVERABLES

Buy 6 coffees, get 7th for free loyalty program.

Buy 6 coffees, get 7th for free loyalty program.

Improve driver processes to reduce the time for preparing drinks.

Pod in the coffee shop more frequently.

<https://uxpressia.com/>

- ¿Cómo definirías los puntos principales del customer journey?

First data Party

First Party Data

- El first party data es un concepto que usamos en el ámbito de la publicidad en línea.
- **Cuando creamos campañas de publicidad necesitamos datos sobre sus hábitos a internet**, sus gustos, actividad, combinados con cortes sociodemográficos todo lo que nos ayude a **segmentar de manera mucho más precisa.**
- **Hace referencia a los datos que la empresa recoge a través de la web, CRM...**

El CRM ¿Quién lo gestionará?

El día a día de la información

Debemos tener en cuenta que:

- Hay que definir la estrategia de relación con el cliente:
 - ~~¿Cómo captamos a los clientes potenciales?~~
 - ¿Cómo está organizado el equipo de ventas?
 - ¿Quién responde, quién hace seguimiento?
 - ¿Qué información enviamos?...

¿Quién y cómo lo gestiona?

- Al implantar el CRM tienes que tener presente si hacen falta cambios en la organización.
- Y si es así ¿cómo los introducirán?
 - Hacer una introducción progresiva de la herramienta al día a día de la empresa.
 - **Evaluar la viabilidad de su implantación.** ¿Lo podemos asumir ahora?
 - Hacerlo de acuerdo con las necesidades de la empresa.

Si lo hacemos bien: CRM nos ayuda

- ✓ A nivel de marketing crear **contenido y mensajes que sean relevantes** para los clientes.
- ✓ Brinda **información que facilita la elección de los puntos de contacto** con el cliente más adecuados.
- ✓ Los datos de CRM **nos ayudan a vender más, fidelizar** y conseguir recomendaciones

ChatGPT y CRM

Prompt:

- Prompt: Can you provide a step-by-step guide on how to create a new deal in our CRM? [Specify the CRM platform being used and any specific requirements or fields to consider] Hubspot

Soluciones CRM

¿Qué buscar en una plataforma de CRM?

- ✓ En función tamaño del negocio
- ✓ Fácil de usar
- ✓ Características
- ✓ Integraciones
- ✓ Coste total, incluyendo la instalación y precio/usuario
- ✓ Características de seguridad
- ✓ Soporte y atención 24/7
- ✓ Informes y análisis

Salesforce

Productos Sectores Clientes Recursos Ayuda Empresa

Contáctenos
(+34) 800 300 229

Inicio sesión Prueba gratuita

Datos + IA + CRM + Confianza = más ventas y clientes más satisfechos.

Descubra la IA de confianza que le ayuda a conectar con sus clientes de una forma totalmente nueva.

Prueba gratuita Ver demos

Contacto

- Gestión de relaciones con clientes avanzada
- Automatización de marketing
- Gestión de entradas y donaciones
- Análisis y reportes personalizados
- Integraciones con múltiples herramientas (email, redes sociales, etc.)
- Aplicaciones móviles

<https://www.salesforce.com/es/>

HubSpot

The screenshot displays the HubSpot CRM interface. At the top, there is a navigation bar with tabs for 'Contactos', 'Conversaciones', 'Marketing', 'Ventas', 'Servicio al cliente', 'Automatización', and 'Informes'. A search bar on the right contains the text 'Buscar en HubSpot'. On the left, a 'Guía del usuario' (User Guide) sidebar lists 'Marketing', 'Ventas', 'Servicio al cliente', and 'Sitio web (CMS)'. The main content area features a progress bar titled 'Tu progreso con las herramientas de marketing' at 20%. Below this, there are two main sections: 1) 'Recomendado: todo lo que necesitas para empezar' (Recommended: everything you need to get started), which includes a sub-section 'Configura los aspectos básicos' (Configure the basics) with a 'Comenzar ya...' button. 2) 'Atrae nuevos clientes con Marketing Hub' (Attract new customers with Marketing Hub), which includes sub-sections 'Interactúa con leads y conviértelos en clientes' (Interact with leads and convert them into customers) and 'Monitoriza y analiza el rendimiento' (Monitor and analyze performance), both with progress indicators at 0%.

<https://www.hubspot.es/products/crm>

- Gestión de contactos y empresas
- Herramientas de marketing (email, landing pages, etc.)
- Automatización de tareas y flujos de trabajo
- Seguimiento de correos electrónicos y llamadas
- Análisis de rendimiento
- Integración con plataformas de eventos

Zoho CRM

Begin CRM Plus Desk Campaigns Survey Teaminbox Todos los productos

Q Español INICIAR SESIÓN

Zoho CRM

Funciones Precios Recursos

TRABAJO SUPER RÁPIDO, CRECIMIENTO CONSTANTE

Obtenga lo mejor de sus equipos que tratan con clientes a través de automatizaciones robustas, analítica detallada, soluciones personalizadas y más. Regístrese y comience en unos minutos, la implementación más rápida en el mercado empresarial de CRM.

Comience con el período de prueba gratuito

Nombre completo

Correo electrónico

Contraseña

+34 Teléfono

Según su IP, parece que se encuentra en **ESPAÑA**.
Sus datos se almacenarán en el centro de datos de EU.

Si, me gustaría recibir comunicaciones de marketing sobre Zoho productos, servicios y eventos de Zoho y sus partner regionales.

Estoy de acuerdo con los [Términos de servicio](#) y la [Política de privacidad](#).

EMPEZAR

o inicie sesión usando

- Gestión de clientes y ventas
- Automatización de marketing
- Integraciones con herramientas de terceros
- Análisis y reportes
- Funcionalidades móviles
- Gestión de eventos

<https://www.zoho.com/>

Active Campaign

English - Contact Login

ActiveCampaign > Solutions Platform Pricing Request demo Email Address Try it free ▶

DON'T JUST EMAIL

Drive growth with customer experience automation

ActiveCampaign gives you the email marketing, marketing automation, and CRM tools you need to create incredible customer experiences.

Email Address Start your free trial

Try it free. No credit card required. Instant setup.

The #1 Automation Platform

- CRM y automatización de marketing
- Campañas de email marketing
- Seguimiento y análisis de clientes
- Integración con plataformas de eventos
- Funcionalidades de ecommerce

Eventbrite organizer

Gestiona las acreditaciones e invitaciones de tu próximo evento con la app "Eventbrite Organizador"

- Gestión de eventos y venta de entradas
- Herramientas de promoción y marketing
- Reportes de ventas y asistencia
- Aplicación móvil para gestión de eventos en tiempo real
- Integración con redes sociales y otras herramientas de marketing

Teknedata

audencias datos software clientes nosotros blog contacto SOPORTE Acceso clientes ES

teknedata

BUSINESS INTELLIGENCE PARA LA CULTURA

Accede a los datos de tus ventas, analiza tus públicos presenciales y digitales y evalúa la eficacia de tus contenidos y campañas de marketing.

Integrado con los principales sistemas de ticketing del mercado español y los canales de marketing digital más utilizados.

Pide una demo

- Integraciones con los sistemas de ticketing.
- Pensado y adaptable para el sector cultural.

Arenamatrix

Nuestras soluciones

Nuestras conexiones

Clientes

Quiénes somos

Concertar una
reunión

Artes escénicas – Teatro

Tus espectadores merecen la mejor experiencia.

Arenamatrix es la plataforma de marketing y CRM que te permite :

- **Conocer** a tu público para fidelizarlo
- **Personalizar** su experiencia
- **Alcanzar** tus objetivos de desarrollo

Concertar una reunión

Teatro

Salas de conciertos

Festivales

Productor de espectáculos

- Automatización del marketing: creación y gestión de campañas de marketing.
- Análisis para comprender mejor el comportamiento del público.
- Ayuda a identificar oportunidades para aumentar las ventas y la retención de clientes.
- Garantiza la protección de los datos personales de los clientes conforme a las normativas vigentes.

Agile CRM

SALES ▾ MARKETING ▾ SERVICE ▾ ABOUT ▾ PRICING

LOGIN

GET STARTED

Sell & Market Like the Fortune 500

Sales Enablement + Marketing Automation + Customer Service

Enter your e-mail here

TRY FOR FREE

FREE for 10 Users. No credit card required.

Fidelización y desarrollo de clientes

Vamos a revisar buenas prácticas: programa de lealtad

- **Programas de fidelización** que recompensen a los clientes frecuentes con descuentos, acceso anticipado a entradas y eventos exclusivos.
- Crea **un sistema de puntos** que puedan canjear por beneficios.

Eventos y promociones Exclusivas

- Organiza eventos exclusivos para tus seguidores más leales, como ensayos abiertos, meet-and-greet con artistas y talleres.
- Promociones y descuentos especiales a los suscriptores de tu boletín, sí, pero que esté bien segmentado.

Comunidad: hazte amigo

TEATRE PRINCIPAL ▾ PROGRAMACIÓ ▾ DÓNANS SUPORT ▾ ENTRADES ▾ NOTÍCIES CONTACTE CAT

Sempre has estat important, però ara ets imprescindible. Fes-te amic del Principal i **dóna suport** al nostre projecte cultural i social.

Per només una **quota anual de 40 €** rebràs avançaments de la nostra programació, un descompte del 15% a gairebé tots els espectacles, vendes exclusives i molts avantatges més!

Volem que siguis **part activa** del Teatre Principal de Maó. T'ho posam molt fàcil!

FORMULARI DE SUBSCRIPCIÓ

<https://teatremao.com/fes-te-amic/>

FUNDACIÓN AMIGOS DEL TEATRO REAL HAZTE AMIGO LA FUNDACIÓN ACTIVIDADES NOTICIAS CONTACTO

Amigo Mecenas

Familia Amiga

Amigo Benefactor

Amigo Colaborador

Amigo Protector

Amigo Joven

Abonado Amigo

Amigo Mecenas

Comprar entradas días antes de la salida a venta, descuentos únicos, promociones exclusivas y tarifas especiales en talleres, cursos y mucho más.

Hazte Amigo

Donación desde 135 € al año

Venta Preferente

- Venta Preferente 2 días antes de la venta al público para entradas de ópera, danza, Voces del Real y Real Junior (4 entradas por título).

Tarifa Especial

- En compra de espectáculos de ópera, danza y conciertos organizados por partners culturales.
- 15% de descuento en My Opera Player.
- En barras, menú Entreacto, Entreacto-Flash y restaurante Papagena.
- 20% de descuento en el parking de la Cuesta de Santo Domingo, 5.
- 15% de descuento en impresión a la carta de fotografías.
- 10% de descuento en la Tienda del Real (excepto en impresión a la carta y tarjeta experiencia).
- 5% de descuento en todos los espectáculos de Flamenco Real.

Tratamiento Exclusivo*

<https://www.amigosdelreal.es/hazte-amigo>

Contenido (mejor, segmentado)

- Envía newsletters y correos electrónicos personalizados con información relevante sobre próximos eventos, promociones y contenido exclusivo.
- Personalizado: si es un espectáculo para familias (cómo aparcar, transporte público...). Nombre del cliente, referencias al evento que ha visto, su cumpleaños...
- PRE-EVENTO, EL MISMO DÍA, DESPUÉS DEL EVENTO

Te avanzamos...

RESERVA TU ENTRADA

¡Comparte! X @ f

📍 CaixaForum Barcelona

New Orleans Gospel Quartet & Sunset Rhythm Kings

Disfruta de una tarde de góspel y música de Nueva Orleans con los **New Orleans Gospel Quartet**. Inspirados en legendarios grupos de los años sesenta, ofrecen interpretaciones de clásicos del góspel y de espirituales de la música negra norteamericana acompañados por la banda **Sunset Rhythm Kings**.

2 de junio, a las 19 h

ME APUNTO

¡Comparte! X @ f

<https://caixaforum.org/es/barcelona>

Feedback del cliente o público

- Solicita y valora el feedback de tus clientes o espectadores a través de encuestas y comentarios post-evento.
- Automatiza encuesta y anima a que participen en redes, Google Business profile, por ejemplo.

Comparteix la teva experiència als nostres teatres
[@Teatre_Condal](#) [@La_Villarroel](#) [@TeatreRomea](#) [@Teatre_Goya](#)

Pots [accedir a la política de privacitat](#), així com consultar les empreses vinculades del Grup Focus, mitjançant l'enllaç següent: [Política de privacitat](#)

Vols actualitzar les teves dades o canviar com rebre aquests emails?
Pots [actualitzar les teves preferències](#) o [donar-te de baixa de la llista de destinataris](#)

<https://www.focus.cat/teatre/>

La experiencia de usuario

- Asegúrate de que la web y plataformas de venta de entradas sean fáciles de navegar y **móviles**.
- Ofrece una experiencia de compra rápida y sencilla, con opciones de pago seguras. → Testea

Comprenda a los usuarios. Mejore sus productos.

Mejore su negocio.

Clarity es una herramienta gratuita que captura cómo los usuarios usan su sitio. El programa de instalación es fácil y empezará a obtener datos en cuestión de minutos.

- ✓ Listo para RGPD y CCPA
- ✓ Sin muestreo
- ✓ Basado en código abierto

[Empezar](#) [Ver demostración en vivo](#)

4.8 de 5 4.5 de 5

<https://clarity.microsoft.com/>

En redes sociales, también fidelizamos

- Interactúa con tu audiencia mediante comentarios, encuestas y contenido detrás de escenas.
- Responde a comentarios, plantea encuestas →
Escucha
- Contenido útil.
- Humaniza la marca.

IA

Assist with creating and managing customer advocacy programs.

Prompt: Can you help me develop a customer advocacy program to empower and mobilize our loyal customers to promote our brand? [Provide Any specific rewards or incentives to offer and any existing customer base]

Hubspot

- ¿Cómo crees que podrías ampliar el listado de acciones de fidelización comentadas hasta ahora?

Ejercicio

Estrategia básica de Marketing

Técnicas básicas del marketing

Herramientas del Marketing Directo

El email marketing no ha muerto

- Es una técnica del marketing digital en cambio constante y muy vigente.
- Veremos los tipos de campañas y las mejores estrategias para planificar campañas: **Optimizadas!**
- En la sesión os propongo pensar una estrategia para una campaña de inbound marketing.

Datos relevantes

- *Statista: En el 2023 los ingresos del Email Marketing superarán los \$ 10 000 millones de dólares a escala global.*
- *Oberlo: El ROI (return of investment). Se calcula que por cada 1\$ invertido en email marketing hay un retorno de 42\$ de media (DMA, 2019).*

<https://www.oberlo.es/>

Aspectos clave del éxito estrategia email marketing

- Tienes que definir una estrategia clara y basada en tu audiencia.
- Trabaja la segmentación.
- Saca provecho → hiper-personalización.
- Ya hemos hablado de CRM, de herramientas de automatización.
- ¿Cómo nos puede ayudar la IA en email marketing?

**¿Qué tipos de campañas
podemos planificar?**

Los tipos de campañas

- **Orientadas a la venta:** promociones, ofertas o nuevos eventos.
- **Informativas:** lanzamientos, novedades que llevan tráfico a la página web.
- **Personales:** pensadas para establecer relación con cliente comercial, programar reunión. (Entidades, ayuntamiento).
- **Automatizaciones:** en función comportamiento del usuario. (ha completado un formulario de contacto)
- **Transaccionales:** ha comprado una entrada, notificaciones y envíos a partir de ese momento.

¿ Por dónde empezamos a definir la estrategia?

Benchmarking

- Nos puede ayudar a poner en contexto las campañas de Email Marketing.
- Insíbete a todos los boletines de la competencia.
Así
 - Veremos qué tipo de información envían, qué tono de comunicación, diseño, cuáles son sus puntos fuertes o debilidades.
 - Así veremos en qué lugar estamos respecto a la competencia.

Inspiración

The screenshot shows the homepage of Really Good Emails. At the top, there is a navigation bar with a logo on the left, links for 'Categories' and 'Pricing', a search bar with the placeholder text 'Search by keyword or category', and links for 'Log In' and 'Sign Up' on the right. The main content area features a large, light-colored background with the headline 'Join the 169k+ email marketers already using Really Good Emails' in bold black text. Below the headline is a sub-headline: 'We've got over 10,000+ emails waiting to be collected and shared with your client or team.' A prominent red button labeled 'Get started' is centered below the text. Underneath the main content, there are two rows of category filters. The first row includes: Behavioral, Enhancement, Inaugural, Industry, Miscellaneous, Promotional, Punctual, Seasonal, and Templates. The second row includes: Abandoned Cart, Behavioral, Comment Notification, Curated, Customer Appreciation, Customer Service, Discovery, Engagement, Follow Up, Loyalty / Rewards, and Personalized. At the bottom, a horizontal carousel displays several email preview cards. The first card is from 'SUNDAYg' with the subject 'Natural nutrition is headed'. The second card is from 'xumoTV' with the subject 'The new...'. The third card is from 'ASHLEY & CO' with the subject 'LET'S...'. The fourth card is partially visible and shows a red and white design.

<https://reallygoodemails.com/>

Tipos de correos que podemos enviar

- Promocionales
- Bienvenida
- Informativos
- Newsletter
- Solicitar la opinión de los espectadores sobre los espectáculos anteriores y sugerencias para futuros eventos.
- Enviar recordatorios a los suscriptores sobre los espectáculos que han comprado o que les podrían interesar.

- Haz un listado de competidores y comprueba si tienen suscripción a un boletín/Newsletter.
- ¿Has recibido algún mensaje automatizado?

EXERCICIO

Aspectos clave a tener en cuenta

1. ¿Qué objetivo persigues con cada campaña y comunicación?

→ Objetivos

- ¿Visitas al sitio web? Vender entradas.
- Solicitudes de información sobre un producto o servicio.
- ¿Interacciones en las redes sociales?
- ¿Fidelización?
- ¿Suscripciones a club, comunidad?

2. El público objetivo

- ¿A quién dirigimos el email?
- ¿Cómo y cuándo se dieron de alta?
- Los segmentos.
 - Nuestra base de datos y audiencia tendrá que estar segmentada.

¿Cómo segmentar la audiencia?

- Datos demográficos.
- Intereses y preferencias.
- Comportamiento de viaje.
- Pregunta a IA →
 - Quiero crear una campaña de email marketing para X. Cuáles son las principales variables que puedo tener en cuenta para segmentar mi audiencia?

¿Tenéis bien definido el buyer persona?

Imagina ser un especialista en marketing digital. Crea de 1 a 3 buyer-personas para un negocio de [DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO]. El tipo de cliente que buscamos es [DESCRIPCIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO]. Para crear el buyer-persona responde preguntas del estilo "¿cómo sería un día típico para este buyer-persona?" o "¿cuáles son los objetivos y desafíos de este arquetipo de cliente?"

3. Crea un listado de temáticas

- Definir qué temáticas en base a los objetivos queremos conseguir.
- ¿Qué interesa a nuestro público objetivo?
 - ¿Ya disponemos de esta información?: texto, imagen, audio y/o video.
 - ¿De qué tipo será? Nuevos productos o servicios, consejos, actualidad.
 - Las creatividades: banners, reviews, foto, videos, testimoniales.

Algunos consejos contenido

- **Primero los suscriptores:** se han suscrito al boletín, por deferencia tienen que ser los primeros al recibir la información, piensa contenidos u ofertas exclusivas...
- Piensa en qué correos abres. ¿Qué os aportan?
 - **Tono de comunicación:** tenemos que escoger cómo nos dirigimos con ellos: con seriedad, humor, lenguaje técnico... (en línea a los contenidos web, Redes...)
 - **Breves y directos:** más simple, mejor. Textos extensos en el web, nuestra misión es redirigirlos allá.

4. Propuesta de valor

- ¿Cuál es nuestra propuesta de valor especialmente pensada para ellos?
- Anunciar nuevos espectáculos con información detallada, fechas y enlaces para comprar entradas.
 - ¿El contenido será exclusivo para los suscriptores?

La llamada a la acción

→ **Call to action:** CTA para que abra el correo, compre, etc. Uno por correo, mejor.

SUBLIM
AN EVENT IN ANDORRA BY
CIRQUE DU SOLEIL®

Reserva tus asientos para SUBLIM

Aprovecha esta preventa exclusiva del Club Cirque y reserva tus asientos para un viaje emocionante. Descubre el estimulante mundo de SUBLIM by *Cirque du Soleil*, donde la creatividad, la moda y las impresionantes acrobacias se dan la mano.

En Andorra, en el Aparcament Comunal Prada Casadet, del 6 de julio al 4 de agosto.

[Reserva ya](#)

An arrow points from the 'Reserva ya' button to the text in the adjacent slide.

Revisa la newsletter de tu empresa.

Qué automatizaciones tenéis programadas?

Cómo trabajáis inbound marketing y email marketing? → Customer Journey con 4-5 emails y acciones vinculadas a email marketing.

EXERCICI

Customer journey

Workflow de emails creado con ChatGPT

You

eres el responsable de marketing de una compañía de danza que comercializa sus espectáculos a ayuntamientos de España. ¿Puedes crear un workflow de correos para hacer seguimiento a peticiones de información que entran a través de nuestra web?

ChatGPT

Answer

Claro, aquí tienes un workflow de correos para hacer seguimiento a las peticiones de información que entran a través de vuestra web:

1. Confirmación de Recibo (Inmediato)

Asunto: ¡Gracias por tu interés en nuestros espectáculos!

Contenido:

- Agradecimiento por el contacto.
- Confirmación de que hemos recibido su solicitud.
- Información básica sobre la compañía y un enlace a nuestro catálogo de espectáculos.
- Promesa de respuesta detallada en breve.

Press / to open the commands menu

Maquetación

Mailchimp

[Layouts](#)

[Themes](#)

[Saved templates](#)

[Campaigns](#)

[Code your own](#)

More ways to tell your story

Get access to a variety of layouts that can keep your emails looking professional and fresh.

[Upgrade Now](#)

Featured

Sell Products

Market a line of products or promote seasonal items.

Make an Announcement

Share details about a sale, event, or other big news.

Tell A Story

Send a newsletter to let people know what you've been up to.

Themeforest

Web Themes & Templates Code Video Audio Graphics Photos 3D Files

themeforest

All Items WordPress Simple Site Builder HTML Marketing CMS eCommerce Muse UI Design Plugins More

Search

Home > Files > Marketing > Email Templates > Newsletters

Multimail | Responsive Email Set + Template builder

Item Details Reviews Comments Support

SUPPORT RESPONSIVE

Multimail

Multi-Purpose Email Template Set
Majors Client Mail Support

16 TEMPLATES

207 MODULES

EMAIL BUILDER 2.3

Live Preview

Share

f G+ t p

Regular License ▾ **\$24**

- ✓ Quality checked by Envato
- ✓ Future updates
- ✓ 6 months support from akedodee
What does support include?

Extend support to 12 months **\$7.50**
Get it now and save up to \$10

Price is in US dollars. Price displayed excludes sales tax.

all-templates

Buy Now

♥ Add to Favorites

📁 Add to Collection

Plataformas email marketing

You've got big ideas. Now what?

Get a smarter all-in-one Marketing Platform to start growing your cat harness business. Or your not-cat-harness business.

[Sign Up](#)

Email Marketing, aumenta tus ventas enviando gratis hasta cada mes_

A veces todo lo que necesitas para aumentar tus ventas es enviar algunos miles de emails. Si lo haces gratis ¿no será más rentable?

[Crea tu cuenta gratuita](#)

<https://mailrelay.com/es/>

Zoho Campaigns

[Mail](#) [Bigin](#) [SalesIQ](#) [PageSense](#) [Flow](#) [TransMail](#) [Todos los productos](#) ▾

[Características](#) ▾ [Precios](#) [Resources](#)

Software de mercadeo por correo electrónico que impulsa las ventas.

Cree, envíe y realice un seguimiento de las campañas por correo electrónico que permiten construir una sólida base de clientes. Zoho Campaigns lo tiene todo: desde hermosas plantillas de correo electrónico hasta un editor fácil de usar y herramientas de automatización para realizar análisis en tiempo real.

[ACCEDER A ZOHO CAMPAIGNS](#)

<https://www.zoho.com/es-xl/campaigns/>

**¿Cómo funciona la ley de
protección de datos en
relación al e-mail
marketing?**

Check a la legalidad vigente en cada país

- *En España la ley que afecta a la protección de datos de carácter personal de nuestros contactos es la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPD-GDD).*
- *LOPDGDD:*
<https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3/dof/spa/pdf>
- *Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE).*
- *La RGPD (que es el derecho a la protección de tus datos personales).*

Más info: <https://marinabrocca.com/>

La LOPD

- **Ley Orgánica de Protección de Datos Personales:**
 - Ley Orgánica tiene por objeto garantizar y proteger, en lo que concierne el tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar.
 - AEPD: <https://www.aepd.es/index.html>

<https://www.montsepenarroja.com/ley-de-proteccion-de-datos/>

Ten en cuenta

- Hay que informar siempre a los destinatarios de porque están recibiendo este correo.
- Dar siempre la opción para darse de baja, tanto en las comunicaciones comerciales como en el sitio web donde se dan de alta.
- Informar del derecho a acceder, rectificar y cancelar sus datos.
- Usar un remitente claramente identificable.
- No esconder nunca la identidad del remitente ni del receptor de la comunicación.

Evaluación:
**De qué tipos de ratios de
apertura y reactividad
tendríamos que tener**

La Ratio apertura

- El número de emails abiertos dividido por los emails enviados.
- Depende de muchos factores (los veremos a continuación).
- Tendría que ser de entre un 30% y un 100%

Factores que afectan a la apertura

- ✓ El día y la hora de semana en el que se envía un email: mejor martes y jueves, dependerá si es B2B o B2C.
- ✓ El asunto del mensaje.
- ✓ Depende de quién sea el remitente
- ✓ Depende de si conseguimos pasar o no los filtros antispam.

Filtros Anti-Spam

- ¿Qué revisan los filtros anti-spam a nivel general?
- Filtro técnico:
 - Metadatos de la campaña (código que indica quién lo envía y a quién). Ayuda que el correo lleve el nombre de la persona a quien lo envías.
 - Que el dominio no salga a las listas de spam.
 - Que la IP no salga a las listas de spam.
 - Con mailchimp no hay problema.
- Filtro de contenido:
 - Calidad en el nombre del remitente.
 - Calidad en el “asunto”.
 - Código HTML correcto.
 - Imágenes bien estructuradas.

Para evitar que te consideren SPAM

- Buen mantenimiento de la lista de suscriptores, retiramos a la gente que no abre la newsletter. (Mailchimp lo hace de forma automática, aún así mantengámoslo limpio).
- Pedir a la gente que nos muevan de la carpeta de promociones. Puedes aprovechar el mensaje de suscripción del web para comunicar y explicar qué tipo de información recibirán a partir de ahora.

Evaluar

- Métricas y ratios:
 - Ratio de cancelaciones o bajas: 0,2%
 - Ratio de apertura:
 - Para un boletín mensual: 22%
 - Para un email puntual: entre 30% y 40%
 - Ratio de clics por apertura:
 - En un boletín: 4,4%
 - En una promoción: 15%

Google Analytics

- Podréis analizarlas desde el punto de vista del comportamiento web.
- Que hacen nuestros suscriptores una vez han hecho clic al email.
- Ratio de rebote por debajo del 40% en email-marketing.
- Más información:

<https://mailchimp.com/es/help/integrate-google-analytics-with-mailchimp/>

Incluye UTMs para seguir newsletter

Los parámetros UTM (Urchin Tracking Module) son cadenas de texto que puedes adjuntar a tus URLs para realizar una monitorización cada vez que hacen clic en ellas.

The screenshot shows the 'Campaign URL Builder' tool in Google Analytics. The left sidebar contains navigation options: Home, Demos & Tools (with sub-options UA, GA4, Campaign URL Builder, Event Builder, Dimensions & Metrics Explorer, Query Explorer), and Resources (About this Site). The main content area is titled 'Campaign URL Builder' and has tabs for WEB, PLAY, and IOS. Below the tabs, there is a description: 'This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can measure Custom Campaigns in Google Analytics.' A heading reads 'Enter the website URL and campaign information', followed by the instruction: 'Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.' A text input field labeled 'website URL *' contains the text 'https://bdbarcelona.com/es/contract-division/restaurantes'. Below the field, a note states: 'The full website URL (e.g. https://www.example.com)'. A gear icon is visible in the top right corner of the main content area.

<https://ga-dev-tools.web.app/ga4/campaign-url-builder/>

Saca provecho de la IA

Provide suggestions for optimizing email marketing campaigns.

Prompt: Can you give me some tips on improving our email open rates and click-through rates? [Specify any specific challenges or current performance metrics.]

En resumen

- ✓ Optimiza tu campaña y define el tipo de campaña en función del embudo de ventas.
- ✓ Segmenta y actualizada constantemente tu base de datos.
- ✓ Orienta el contenido de los boletines a tu cliente e incluye tu propuesta de valor.
- ✓ Programa los envíos en función de tu estrategia y campañas.
- ✓ Revisa los ratios de apertura y reactividad.

Whatsapp Marketing

Herramientas del Marketing Directo

No confundir con SPAM

SPAM es el envío de comunicaciones comerciales a una base de datos que no desea este tipo de comunicación.

Ofrece muy mala imagen de la empresa.

La ley española de protección de datos prohíbe los envíos comerciales automáticos y periódicos no solicitados.

Esto significa:

- **Necesitamos el permiso de los usuarios para que estén en una lista a la que enviamos mensajes.**
- **No necesitamos su permiso si son clientes y sólo les enviamos una notificación.**

Whatsapp

Whatsapp encabeza las redes sociales en España

EL 80% DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA USA REDES SOCIALES

Los usuarios se decantan mayoritariamente por el teléfono móvil (casi 98%) para conectarse a las redes sociales, y pasan en ellas casi dos horas al día, como se recoge en el estudio.

Satisfacción usuarios

Valoración de redes | Satisfacción

iab spa
#IABEstudioRRSS

Whatsapp sigue siendo la Red Social **mejor valorada entre sus usuarios**, seguida de **Spotify, YouTube y TikTok**. **BeReal, Reddit** (con bases pequeñas) **y Telegram** pierden valoración y **pierden varias posiciones**. Por otro lado, **Snapchat, Discord y Tinder** adelantan otras RRSS gracias a **la mejor percepción**.

Estudio Anual Redes Sociales 2024

PATROCINADO POR:

ELABORADO POR:

Fuente: IAB Estudio Redes Sociales 2024

Plataformas más utilizadas: Generación Alpha, Z y Millennials

La **generación Z es la que usa más redes sociales**, especialmente **TikTok, Twitter, Facebook y BeReal**. Los **más jóvenes (generación Alpha)**, en cambio, son los que menos redes utilizan y prefieren apps como **TikTok, Pinterest y BeReal**. Por otro lado, los **Millennials** decantan por utilizar **Facebook, Twitter, Telegram, LinkedIn y Tinder**. **WhatsApp, Instagram y YouTube** son las **más transversales**.

Estudio Anual Redes Sociales 2023

Whatsapp Business

Ventajas para las empresas

1. Velocidad: es una de las herramientas más rápidas para comunicarse.
2. Ratio de apertura muy elevado (casi 100%)
3. Frecuencia de uso muy elevada (a diario, hay quien lo abre más de 100 veces al día)
4. Proporciona una comunicación más directa y personalizada con los clientes, mejorando la experiencia del usuario.
5. Canal preferido de los consumidores

Empresas verificadas por Meta en WhatsApp

Novedades

La función para usar dos cuentas de WhatsApp a la vez en el mismo móvil.

https://blog.whatsapp.com/multiple-accounts-coming-to-whatsapp?lang=es_LA

Recuerda darlo a conocer a través del sitio web

Free
WIFI·MIFI

CASUAL HOTELES

Oficinas Centrales:

C/ Convento San Francisco, 7

46002 Valencia (Spain)

Tel: +34 963 517 460

Whatssapp: +34 677 511 305

Email: hola@casualhoteles.com

o a través de nuestro espacio físico

Los grupos

- Se crean desde el menú del móvil (también en sobremesa)
- Sólo son útiles cuando los miembros tienen algo en común. No suelen utilizarse para clientes.
- Puede tener sentido tener un grupo de Clientes VIP

Las listas de difusión

- Es el equivalente a un boletín (newsletter).
- No se pueden crear desde el menú de sobremesa, pero sí se pueden gestionar.
- Enviamos 1 mensaje a una lista de personas. Cuando alguien responde, nos responde a nosotros directamente, no a todos los miembros de la lista.
- Las listas están limitadas a 150 miembros.

Consentimiento

- Para mensajes recurrentes necesitamos siempre el consentimiento del usuario.
- Hay que ser persuasivo para que nos den su teléfono móvil.

Canales de difusión WhatsApp

Para difundir mensajes a una audiencia más grande.

Los usuarios no pueden escribir.

Canales públicos para personalidades, cuentas comercial y noticias.

Novedades sobre los canales de WhatsApp

Encuentra los principales canales

Busca en el directorio

Usa reacciones

Anuncios en Facebook e IG

Vinculado a Facebook

Enviar código de WhatsApp

Conecta tu página de Facebook con WhatsApp

Cuando conectas tu página a una cuenta de WhatsApp, puedes:

- **Recibe más mensajes**
Agrega el botón de WhatsApp a tu página. Las personas podrán tocarlo para enviarte mensajes directamente en WhatsApp.
- **Muestra tu número a las personas**
Agrega tu número de WhatsApp a la sección "Información" de tu página.
- **Crea anuncios de WhatsApp**
Dirige a las personas a WhatsApp con los anuncios que publiques en Facebook.

The screenshot shows the Facebook page management interface for 'Tea Lover'. The left sidebar contains navigation options: 'Administrar página', 'Inicio', 'Herramientas profesionales', 'Panel para profesionales', 'Estadísticas', 'Centro de anuncios', 'Crear anuncios', 'Crear anuncios automatizados', 'Promocionar publicación', 'Promocionar publicación de Instagram', 'Vincular WhatsApp', and 'Meta Business Suite'. The main content area shows the page profile with the name 'Tea Lover', 2,9 mil Me gusta, and 3 mil seguidores. Below the profile is a section titled '¿En qué estado se encuentra tu página?' with a progress bar indicating 'Estado de la página: bueno'. There are three action buttons: 'Vincula tu cuenta de WhatsApp', 'Invita a amigos a que indiquen que les gusta tu página', and 'Ver más'. At the bottom, there is a 'Detalles' section with the text 'A blank space to share stories and experiences around tea. Hope you enjoy it!' and an 'Editar presentación' button.

Anunciar a WhatsApp

Mensajes personalizados

Atención al cliente

Función: catálogo

- Abrir Whatsapp Business
- Ir a "Ajustes"
- Clicar "Ajustes de empresa" □ "Catálogo"
- Añade los productos (a mano)
- Una vez añadidos los encontraremos en la función de adjuntar un fichero a un mensaje.

← Ajustes de empresa

← Administrador de catálogo

← Añadir

GUARDAR

Perfil de empresa

Catálogo

Estadísticas

Enlace directo

Herramientas de mensajería

Mensaje de ausencia

Mensaje de bienvenida

Respuestas rápidas

Crear un catálogo

Envía productos y servicios a tus clientes y ahorra espacio en el teléfono.

Al utilizar esta función, estás usando un [producto de Facebook](#) y aceptas que se apliquen las [Condiciones comerciales de Facebook](#) y las [Políticas comerciales de WhatsApp](#).

AÑADIR PRODUCTO O SERVICIO

Añadir
imágenes

Nombre del producto o servi...

Precio € (opcional)

Descripción

Enlace

Código del producto o servic...

Mensajes automáticos

Mensaje de bienvenida

Mensaje de “ahora no estamos”

→ Entrar en “ajustes”--> “herramientas para empresas” →
“mensajería”

Respuestas rápidas

Podemos crear palabras que sean atajos para escribir más rápido.

Ejemplos:

- “/gracias” = “Muchas gracias por contactarnos vía Whatsapp”
- “/intro” = “En nuestra òptica encontrará las mejores...”
- “/revisión” = “Si lo desea, puede responder a este mensaje solicitando una revisión gratuita de su vista”

Mensaje

Lo sentimos pero eso no es posible.
Solo vendemos cafe ☺

Escribe el mensaje que quieres enviar

Atajo

/puesno

19

Escribe el atajo para este mensaje

🔒 Los mensajes y llamadas en este chat ahora están protegidos con cifrado de extremo a extremo. Toca para más información.

Respuestas rápidas

/gracias ¡Muchas gracias por tu compra!

/puesno Lo sentimos pero eso no es posi...

/

Etiquetado de conversaciones

Puedes marcar las conversaciones de manera que sea más fácil encontrarlas o clasificarlas.

Whatsapp Business API

Permite conectar servicios de terceros a una cuenta de Whatsapp. Por ejemplo: un chatbot.

Ejemplo CreaEnergía

Una tarifa de luz que cuenta con un chatbot inteligente con la voz de Belén Esteban →

<https://www.lavanguardia.com/andro4all/tecnologia/no-lo-vi-venir-pero-belen-esteban-se-ha-convertido-en-una-ia-con-la-nueva-tarifa-energetica-de-creaenergia>

WhatsApp CRM

Gestión de
clientes desde
una app de
Whatsapp
Business

The screenshot displays the Kommo CRM web interface. At the top, the navigation bar includes the Kommo logo, a menu icon, and links for 'Guía', 'Precios', 'Clientes', and 'Blog'. On the right side of the header, there are options for 'ES', 'INICIA SESIÓN', 'PIDE UNA DEMO', and 'PRUEBA GRATIS'. The main content area features a dark background with the text 'Kommo (anteriormente amoCRM)' and a large headline 'Leads desde cualquier canal'. Below this, there are icons for various communication channels: WhatsApp, Messenger, Slack, WeChat, Telegram, Instagram, and a generic chat icon. A red button labeled 'PRUEBALO GRATIS' and a blue button labeled 'CONOCE MÁS' are positioned at the bottom of this section. On the right side, a sidebar menu lists 'Panel', 'Leads', 'Chats', 'Calendario', 'Listas', 'Correo', 'Estadísticas', and 'Ajustes'. The main chat area shows a list of 'ENTRADAS' (incoming messages) from contacts like Lena Boone, Lexi Weeks, Mary Andrews, John Harrison, Soren Ember, Melanie Greene, Brenda Marini, and Eloise Blake. A detailed chat window for Mary Andrews is open on the right, showing a conversation where she asks to buy a painting and the user responds positively.

<https://www.kommo.com/es/>

CRM

ActiveCampaign >

Soluciones ▾

Plataforma ▾

Precios

Solicita una demostración

Escribe aquí tu email

Pruébalo gratis ▶

Mensajería

Email Marketing

Mensajes de texto y marketing por SMS

Mensajes Del Sitio

Públicos Personalizados de Facebook

Marketing conversacional

MENSAJES DE TEXTO Y MARKETING SMS

Haz que tu marketing llegue directamente a sus bolsillos

Los mensajes de texto y el marketing SMS llegan a las personas donde sea que estén. La automatización de las campañas de mensajes de texto hace que llegar a las personas cuando están fuera de casa sea más fácil.

<https://www.activecampaign.com/es/omni-channel/sms-marketing>

Algunas acciones para inspirar

Actualizaciones

Y notificaciones a los clientes sobre productos, servicios o eventos relevantes.

The image shows a Facebook post from Teatro Solís, dated January 29, 2018. The post text is as follows:

Teatro Solís
29 de enero de 2018 · 🌐

👉 ¿Nos tienen en WhatsApp? 🗨️ Semanalmente recibirán información de nuestra programación y promociones exclusivas para nuestros suscriptores.
📌 Para ser parte de nuestras listas de difusión solo deben:
📞 Agendarnos: 099 186 951
📩 Enviarnos un Whatsapp con su nombre y apellido
¡Estamos más cerca!
🏷️ #ExperienciaSolís

The post includes a green graphic with the following text:

¡EL SOLÍS EN TU CELULAR!
¡AGREGANOS A WHATSAPP!

Escribinos al **099 186 951** y te agendamos. Semanalmente recibirás información y podrás participar de sorteos y promos exclusivas.

Montevideo Cultura | SOLÍS

Desde 1856, generamos emociones, creamos futuro.

<https://www.facebook.com/teatrosolis/posts/1543008285813021>

Recordatorios de citas

Lo que deberías recordar de esta sesión

- Plántate cómo optimizar tu base de datos y las comunicaciones directas con tus clientes.
- Dibujar el customer journey y define el flujo de trabajo de tu equipo.
- ¿Necesitas un CRM? ¿Tengo suficiente con herramienta email marketing?
- WhatsApp es la herramienta preferida de los usuarios.
- Aprende a usar las funciones propias de Whatsapp Business

¡Muchas gracias!

**PERFECTO
¡Hemos
terminado!**

*Nos vemos el próximo
28 de mayo*

Muchas gracias por tu atención