

Boletines **Electronicos.com**



Sencillos **PASOS** para
CONSTRUIR su propio
Boletín Electrónico por
suscripción voluntaria

por **Álvaro Mendoza V.**

Álvaro Mendoza V., autor de este curso es psicólogo, radicado en los Estados Unidos, con especialización en Administración de Mercadeo y *Master Certified Internet Webmaster*. Es experto en tecnologías de la información aplicadas al comercio electrónico. Ha escrito varios libros y cursos en su especialidad, entre los cuales se destacan: "[Mercadeo & Internet](#)" y "[El poder de los boletines de correo electrónico](#)", "[Carta de Ventas – tu vendedor automático online](#)", "[Publicidad Científica](#)", "[Estrategias Efectivas de Email Marketing](#)", entre otros.

Adicionalmente fundó el Club de Marketing de MercadeoGlobal.com, también conocido como **CMMG**, en donde enseña estrategias que le permiten disfrutar de lo que denomina [EL ESTILO DE VIDA INTERNET](#).

© Álvaro Mendoza V. Última actualización: 2005

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Derechos de Reventa

Este e-book tiene un valor de US\$17 y se le entrega con los DERECHOS DE REVENTA INCLUIDOS.

Sí tal y como lo lee. Por el solo hecho de haber recibido este ebook, usted podrá revenderlo o entregarlo como bono de regalo libremente, quedándose con el 100% de los ingresos generados, con la única condición de NO modificarlo y entregarlo tal cual lo está recibiendo.

Si está interesado en **PERSONALIZAR** este libro con sus propios enlaces de afiliado y ganar dinero **adicional**, estamos vendiendo un número limitado de licencias de personalización.

Mayores informes en: MercadeoGlobal.com/afiliados/derechos.htm

Copyright © 2005. Álvaro Mendoza. Todos los derechos reservados.

Los textos e imágenes disponibles en Internet pueden ser sujetos a derechos de autor y otros derechos intelectuales en poder de terceras partes. Todos los URL, productos, nombres, y o logotipos pueden ser marcas registradas o tener derechos de autor de sus respectivos dueños.

Este curso se vende con el conocimiento de que la editorial y el autor no están comprometidos a prestar servicios legales, contables u otros servicios profesionales. Si se requiriera asistencia legal o experta, se deben buscar los servicios de un profesional competente. La editorial quiere recalcar que la información contenida aquí puede estar sujeta a la variación de leyes o regulaciones de otros estados y / o las localidades. Se advierte a todos los usuarios que averigüen con consejeros competentes para determinar cuales regulaciones o leyes del estado y / o leyes locales se aplican en particular a la empresa de cada usuario.

El editor ha hecho un esfuerzo en conjunto para brindar consejos útiles e informativos en los temas tratados a través de la publicación de este boletín. De todas maneras no hacen representaciones o dan garantías, ya que la totalidad o exactitud de esta fuente, y / o su aplicabilidad es concerniente a cada circunstancia específica. No aceptan responsabilidad de ningún tipo por cualquier tipo de pérdidas o daños ocasionados —o alegados de ser causados— directa o indirectamente por usar la información provista.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

CONTENIDOS

CONTENIDOS	3
Lección 1 ¿Cuáles son las ventajas de tener un boletín electrónico y qué tan difícil es editar uno?4	
Lección 2 Temática, planeación, apariencia y formato de su boletín.	8
Lección 3 Nombre de su boletín... contenidos, estructura e interactividad	12
Lección 4 ¿Cómo distribuir su boletín electrónico? Otras herramientas.....	17
Lección 5 Contenidos para su boletín	22
Lección 6 - Parte 1 Encontrando suscriptores	27
Lección 6 - Parte 2 Encontrando suscriptores calificados.....	35
Finalización del curso	48
Recursos recomendados.....	50

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 1 ¿Cuáles son las ventajas de tener un boletín electrónico y qué tan difícil es editar uno?

Tener un boletín electrónico por suscripción voluntaria le permite establecer una presencia efectiva en la Red y no hay nada más valioso para su negocio que tener una publicación que es distribuida cumplidamente cada semana, cada quincena o cada mes.

El modelo de negocios de un Boletín electrónico difiere substancialmente del que se corresponde a un sitio Web tradicional, tal como difiere un programa de televisión de una revista por suscripción.

Mientras que un sitio web -o un programa de televisión- dependen de mantener su audiencia día a día, los boletines electrónicos -al igual que una revista de suscripción- tienden a desarrollar una comunidad de suscriptores estables, homogéneos y crecientes.

Usted no deberá esperar a que la gente lo visite en su sitio web, usted llegará a ellos cumplidamente cada semana/quincena/mes directamente a su buzón de correo electrónico. La gente se suscribe a su publicación y si usted hace un buen trabajo, estos estarán esperando la siguiente edición con expectativa.

Mientras **más antiguo** es un suscriptor, más integrado está en la comunidad y más identificado se siente con la misma.

Y lo más importante: todo consumidor termina direccionando su **capacidad de consumo** en los entornos en los que se siente cómodo, seguro, representado y atendido y un buen Boletín electrónico, dotado de las adecuadas herramientas de comunidad posee la potencialidad de aprovechar -dentro de su segmento temático o perfil- una parte importante de ese **poder de compra**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

De allí que el valor de las comunidades virtuales sea tan elevado y que los boletines electrónicos posean plena capacidad para aprovechar a fondo ese potencial económico.

Podemos mencionar muchas ventajas de los boletines electrónicos, pero destaquemos las siguientes:

- q Velocidad en la entrega
- q Cualquier persona (o empresa) sin distinción de tamaños o capitales puede editar su propio boletín con un verdadero alcance **global**.
- q Sus **costos operativos tienden a cero**, ya que básicamente dependen de la calidad e idoneidad de su autor o editor y del tiempo que éste invierte en redactarlo.
- q Son fáciles de construir, distribuir y mantener
- q Le permite dar a conocer su empresa, sus productos, sus servicios...
- q Le permite generar la confianza y credibilidad necesarias para que los suscriptores direccionen su capacidad de consumo hacia sus productos
- q Facilita la construcción de marca (branding)
- q Le permite mostrar sus ventajas competitivas
- q Le permite convertir clientes potenciales en consumidores
- q Le permite fidelizar a sus clientes
- q A diferencia del tráfico en un sitio web, que puede ser **cuantificado**, pero se desconoce la **identidad concreta** de quién lo navega, en un boletín-e la **base de suscriptores** está perfectamente individualizada en cada número.
- q Constituye una estrategia de respaldo a las labores de mercadeo de su sitio web
- q Le permite "testar" (probar) ofertas
- q Le permite establecer relaciones duraderas con sus clientes actuales y potenciales.

Estas características hacen de los Boletines electrónicos una de las plataformas de negocios **más sólidas, confiables y duraderas**.

Mucha gente piensa que editar un boletín electrónico es una labor imposible. Para algunos el problema radica en el **compromiso** y para otros es el sentimiento que no podrá hacerlo por que **no saben escribir**. Para otros, es una mezcla de ambas razones. Durante el transcurso de este curso verán con

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

claridad que ni el uno ni el otro son excusa suficiente para desaprovechar el potencial y las ventajas de un boletín electrónico.

El verdadero poder del correo electrónico y por consiguiente de los boletines electrónicos no ha sido aún del todo captado y muy pocas personas entienden su verdadero potencial. El común de los usuarios cree que el web equivale a Internet y olvidan que éste tan solo es una porción de aquello que conocemos como Internet.

Sin ir más lejos, el email representa la herramienta de mayor uso en la Red. Basta con que piense: ¿qué es lo primero que **usted** hace cuando se conecta a Internet? Apostaría que antes de cualquier cosa lo primero que hace es revisar si tiene mensajes en su buzón de correos. ¿Me equivoco?

¿No es esta una razón poderosa para empezar a crear su propio boletín electrónico?

¿Cuántos sitios web existen en Internet? MILLONES. ¿Quien le asegura que un visitante a su web regrese con frecuencia? NADIE. No es de extrañar que esta persona lo visite una, dos o tres veces y jamás regrese. Sin embargo, si en una de esas visitas usted logra que se suscriba a su boletín, podrá tener la posibilidad de establecer una relación con esta persona para toda la vida.

Las comunicaciones con sus clientes potenciales y clientes actuales son de radical importancia en sus labores de mercadeo y aquí radica el éxito de los boletines electrónicos. Dado que -en la mayoría de los casos- no conocerá personalmente a sus clientes, necesitará aprender a explotar al máximo las ventajas comerciales del correo electrónico, y específicamente de los boletines.

Nada en mercadeo se acerca al poder de los boletines electrónicos. No cometa el error de subestimar dicho poder y de no usar toda su potencialidad. Es cierto, existen muchas otras estrategias de mercadeo llamativas y poderosas, pero el email siempre será la **número uno**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Para terminar esta lección, recuerde que la clave del éxito del mercadeo es la de lograr establecer relaciones duraderas y de mutuo beneficio con sus clientes. Un boletín electrónico por suscripción voluntaria nos permite lo anterior y... mucho más.

Para profundizar en este tema, le sugiero escuchar la siguiente conferencia:

Conferencia: ["Descubra POR QUÉ tener un boletín electrónico \(por suscripción voluntaria\) es LA FORMA INTELIGENTE de hacer negocios en Internet"](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 2 Temática, planeación, apariencia y formato de su boletín.

En la lección pasada veíamos algunas de las principales ventajas de tener un boletín electrónico por suscripción voluntaria. Hoy nos dedicaremos a tratar acerca de la temática del boletín, su apariencia y formato.

Planeación estratégica

Le quiero recalcar que quizás esta es la etapa más importante y sin embargo es la que muchos editores le dedican menos tiempo. Esto es sin duda un gran error, pues lo que verdaderamente diferencia un **buen** boletín de uno **mediocre** es el seguimiento de un **plan estratégico**. Esta es quizás una de las tareas a la cual tendrá que dedicar más tiempo, de lo contrario cometerá muchos errores que pudo haber evitado fácilmente desde un comienzo.

No se apresure, tome las cosas con calma y piense en cada una de las ediciones con profundidad para que así pueda formular un plan que le permita que su publicación sea todo un éxito.

Póngase en los zapatos de sus potenciales lectores y analice las necesidades de **ellos**.

Dedíquele tiempo a determinar **metas** y **objetivos** de tal manera que pueda tener un plan de juego que le permitirá ingresar al mundo de los grandes editores.

Hágase las siguientes preguntas:

- ¿Para qué es usted bueno?
- ¿A quién va dirigido su boletín?
- ¿Cuál es su público objetivo?

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- ¿Por qué y para qué quiere comenzar un boletín electrónico?
- ¿Cuáles son las necesidades de sus potenciales lectores?
- ¿Por qué han de suscribirse a su boletín?
- ¿Que lo diferenciará de la competencia?
- ¿Con qué periodicidad lo va a enviar? ¿Diario? ¿Semanal? ¿Quincenal? ¿Mensual?

Mi principal sugerencia en este punto es que inicie un boletín en un tema que **verdaderamente** lo apasione. Un tema que lo motive a estar actualizado, que le guste leer, hablar, escribir e investigar. No necesariamente tiene que ser un **experto** en la materia, aun cuando ese sería un valor agregado. Lo más importante es algo que lo **entusiasme**.

Si el tema no lo apasiona, jamás podrá transmitir el mensaje a sus lectores y no los podrá **fidelizar** jamás.

Otra recomendación: trate de seleccionar un nicho que no esté ya dominado por otras publicaciones. Sea único. Colóquele su propio toque personal y no se dedique a copiar lo que otros ya vienen haciendo.

Antes de decidir aspectos tales como formato, periodicidad, estructura le sugiero que analice con detenimiento los boletines de su eventual competencia. ¿Qué están haciendo? ¿Qué contenidos están difundiendo? ¿Con qué periodicidad hacen los envíos?

Suscríbase a sus publicaciones, analícelas, haga críticas constructivas, innove, dele su toque personal. Llegue a una fórmula que le permita determinar la o las características que lo **diferenciarán** de los demás boletines del mercado.

Si su boletín electrónico es del **área de negocios**, le sugiero que se suscriba GRATUITAMENTE a los que encontrará [aquí](#).

Y, no deje de visitar NovedadesEnRed.com el sitio creado por y para los propietarios de los principales boletines electrónicos de la red en español. Allí encontrará boletines en las siguientes áreas temáticas:

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- q Empresa y negocios
- q Informática e Internet
- q Actividad Profesional
- q Ciencia y Educación
- q Arte y Cultura
- q Turismo y Esparcimiento
- q Salud y Estética
- q Sociedades y Comunidades
- q Hobbies y Deportes

Suscríbase a aquellas publicaciones "compatibles" con la suya, analícelas, vea qué y cómo lo están haciendo.

Otras fuentes de boletines en castellano:

- q Domeus.es
- q Elistas.net

Presentación

La calidad de la presentación de su publicación debe ser impecable en todo sentido, no importa qué tipo de formato escoja.

Si bien es cierto que hace unos años el formato preferido era el de texto plano (solo-texto), durante los últimos meses hemos visto una transición hacia HTML, que permite aprovechar las características propias de este formato para la inclusión de gráficos, fotos, uso de colores, fuentes diferentes, tablas, etc.

Así mismo, empezamos a ver el formato PDF como una alternativa viable y que está lentamente ganando adeptos.

¿En formato debo publicar?

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Todo depende de su público objetivo, del tema a tratar y de las habilidades que usted tenga para desarrollar su boletín en un formato u otro.

No hay normas establecidas. El formato solo-texto tiene la ventaja de la universalidad (todos pueden leer mensajes en este formato). El HTML se agrega la funcionalidad de una mejor diagramación, gráficas, colores, interactividad. El PDF es ideal si desea que sus suscriptores lo impriman y lo vean con la misma calidad y maquetación de como usted lo creó.

Este es sin duda un tema que inquieta a los editores, especialmente si apenas están iniciándose en este proceso.

Una última sugerencia: **nunca** envíe su boletín como archivo adjunto (*attachment*), un ALTO porcentaje de sus suscriptores no se tomarán el trabajo de abrirlos, bien por que no tienen la aplicación requerida para ello, o por temor a un virus. La única excepción a la regla que se me ocurre en este momento son los archivos PDF. Claro, si usted escoge este formato no solo es por que es su preferido sino por que el perfil de sus lectores así lo exige.

En este punto habrá visto que publicar un boletín electrónico tiene una gran cantidad de variables a considerar, se requiere de una planeación, se requiere que le dedique tiempo, dinero y esfuerzo. Pero lo más importante... **pasión**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 3 Nombre de su boletín... contenidos, estructura e interactividad

Bautizando su boletín-e

Escoger un nombre para su boletín puede ser algo tan sencillo como usar el nombre de su empresa, lo que ayuda a generar un conocimiento de marca y relacionar un boletín con un sitio web.

- Boletín de MercadeoGlobal.com
- Boletín de BoletinesElectronicos.com

Si lo prefiere puede agregar algo como "Boletín 'Mercadeo & Internet' de MercadeoGlobal.com" o algo por el estilo. Este ejemplo cumple dos funciones: 1) Da claridad sobre el tema a tratar, 2) lo relaciona con su sitio web.

A mi parecer no es lo mismo que el boletín se llame "Mercadeo & Internet" solamente, pues con tanta cantidad de boletines con esta temática que han proliferado recientemente, se pierde esa conexión con el sitio web. ¿Me explico?

Sin embargo, esto no siempre debe ser así y puede usar nombres llamativos y de fácil recordación. Entre los que se me vienen a la cabeza en este momento y de los cuales soy suscriptor están:

- "Novedades Empresarias y Profesionales" del Dr. Marcelo Perazolo
- "El consejo útil de la semana" de Francisco Segura
- "Management & Negocios en la Nueva Economía" de Gustavo Marchisone.
- "La cocina de la Abuela Cata" de la familia Teruel
- "Arquitectura + Informática: Arquinea" de Diego Repetto
- "Claves Musicales" de Gabriel Blasberg
- "El Reporte Delta" de José Gabriel Daccach

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lo clave y el punto al que quiero llegar es que el nombre que le dé a su boletín es de suma importancia pues es la marca de **su** producto. Es la marca que quiere dar a conocer.

Si opta por darle un nombre como los anteriores a su publicación recomiendo que **siempre** coloque en sus boletines una clara referencia a su sitio web, tal y como lo hacen las anteriores publicaciones. De forma que los suscriptores sepan que "Novedades Empresarias.." es de psp-sa.com, "El consejo útil de la semana" es de marketing-eficaz.com, y así sucesivamente.

Contenidos

La información constituye un **insumo vital y crítico** en el mundo de los negocios, las finanzas, el derecho, el entorno académico y todo sin dejar de lado la cultura, las artes y las ciencias en general.

Hasta no hace mucho tiempo, el rol de "*productor de información*" estaba reservado para empresas, corporaciones o instituciones; las únicas con la capacidad financiera para producir contenidos y distribuirlos o comercializarlos.

Desde la aparición y difusión de Internet este contexto se ha visto fuertemente modificado y hoy, casi cualquier persona está en condiciones de producir y distribuir información.

Sin embargo, la situación es tan sencilla como que:

- q no importa de qué se trate su boletín
- q no importa qué tan bonito o bien presentado sea
- q no importa qué tan bien lo gestione
- q no importa qué tan simpático(a) usted sea
- q no importa que usted sea un experto en la materia
- q no importa que tenga UN MILLÓN de suscriptores

lo más importante de cualquier boletín electrónico es **EL CONTENIDO**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Así como en la lección de ayer le hacía ver la importancia a la **planeación estratégica** de su boletín y lo instaba a no cometer el mismo error que cometen el 90% de los boletines, es decir, dedicar poco tiempo a las etapas previas al lanzamiento del boletín número uno, los **contenidos** son **cruciales**.

Créame lo que le digo: usted será juzgado duramente por sus lectores en cada una de las ediciones, especialmente por novatos. La única forma de impresionarlos es ofreciendo **contenidos de calidad EXCEPCIONAL**. Este es el único truco.

Pregúntele a cualquier editor digital y todos le dirán lo mismo: **EL CONTENIDO ES EL REY**. De tal forma que si usted suministra consistentemente información de calidad, su boletín será todo un **éxito**.

No cometa el error que muchos editores cometen (o hemos cometido), es decir, incluir material de "relleno" para tan solo cumplir con la periodicidad de nuestras publicaciones. Es mil veces mejor no publicar nada a publicar algo mediocre.

TIPOS DE CONTENIDOS

Depende en gran medida del boletín. Algunos optan por enviar simples enlaces interesantes, otros editorializamos contenidos y presentamos contenidos pertinentes con nuestros temas. Todo depende de los objetivos que **usted** se haya trazado durante la **planeación estratégica** de su publicación. En este punto no hay fórmulas ganadoras o perdedoras, siempre dependerá de usted, de su empresa, del tema a tratar, de los objetivos que se haya trazado y por supuesto de sus lectores potenciales.

Algo que considero bien importante es que trate de hacer su boletín **interactivo**. Haga que sus lectores participen, que se involucren en el proceso, que tengan sentido de pertenencia, que formen una comunidad...

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

¿Recuerda cuando en la primera lección hablaba de que los boletines electrónicos son ideales para consolidar **comunidades virtuales** de gran valor?

Un punto bien importante y que es error frecuente. La gente cree que por el hecho de tener un boletín está creando comunidad. Nada más lejos de la realidad. Conozco muchos boletines en donde el sentido de comunidad es NULO. Tal y como lo leen: NULO.

Los boletines electrónicos son tan solo una herramienta que permitirá crearla, consolidarla y dinamizarla. No son la comunidad en sí. Por lo tanto sugiero usar contenidos interactivos, generadores de comunidad.

Lo que diferencia a Internet y al correo electrónico de medios tradicionales como el radio, la televisión, los periódicos o revistas es el **potencial** de una comunicación de **doble-vía** o interactividad con los lectores. Esto es particularmente sencillo de lograr con un boletín.

¿Ven la importancia de interactuar con sus lectores? ¿Ven el elemento de calidad que le imprime a su publicación?

- q Puede establecer relaciones más cercanas y personales con sus lectores
- q Puede determinar con facilidad sus preferencias, gustos, disgustos, quejas, reclamos, sugerencias, aportes, críticas
- q Puede solicitar retroalimentación
- q Puede recolectar información demográfica de su audiencia
- q Puede lograr que sean sus mismos lectores los que provean los contenidos. ¿no se le había ocurrido?

Tan solo enumero algunas ideas:

- q realización de encuestas
- q solicitud de retroalimentación (feedback)
- q agregar una lista de discusión
- q agregar foros web interactivos
- q salas de charla (*chats*)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- solicitar contribuciones (artículos, notas de interés, sitios web para recomendar, chistes, anécdotas, entrevistas)

En fin, tal y como acostumbro decir: "todo se limita a **su** propia imaginación".

Es común observar que muchos de los principales boletines que circulan en la red, o bien no cuentan con herramientas adicionales para brindar servicios a sus comunidades (*tales como Foros, Tableros de Anuncios, Listas de Discusión, etc.*), o bien ni siquiera existe un sitio web vinculado al cuál puedan concurrir sus suscriptores a consultar un número anterior.

Y esto, sin referirnos a uno de los problemas **más críticos** a los que se enfrentan los productores de contenidos: **cómo rentabilizar su emprendimiento**. (Tema de nuestra lección final).

Al terminar el curso les daré una serie de recursos web en donde podrán escoger software y herramientas generadoras de comunidad, para que las implementen en su boletín y sitios web.

Sin duda, los temas tratados hasta el momento son susceptibles de ser profundizados al máximo o incluso dan para un curso específico sobre dicho tema o para un completo libro de 200, 300 ó 400 páginas, sin embargo profundizar en ellos se sale de las dimensiones mismas de este.

Si desea profundizar sobre los contenidos a usar, el formato del boletín (solo-texto, HTML, PDF), uso de plantillas, uso de autorrespondedores, secciones a incluir, etc. he escrito un completo libro sobre el tema: ["El poder de los boletines de correo electrónico"](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 4 ¿Cómo distribuir su boletín electrónico? Otras herramientas.

Hemos visto las ventajas de tener un boletín electrónico por suscripción **voluntaria**, le he mostrado la importancia de una adecuada **planeación estratégica** y el dedicar tiempo para determinar las **metas** y **objetivos** de su publicación.

Habrá visto lo crucial que es conocer a la **competencia**, a los **suscriptores potenciales** y lo importante que es **diferenciarse** del resto.

Hemos dedicamos tiempo a la importancia de una buena **presentación**, a los diferentes **formatos** (solo-texto, HTML, PDF) y ya tiene claro que "**el contenido es el REY**".

Sin duda ya sabe cual es el tema que **verdaderamente le apasiona** y estará pensando un **buen** nombre para su publicación, los **contenidos** que presentará a sus futuros lectores, las herramientas generadoras de **comunidad** que va a usar y ya se le estarán ocurriendo ideas para **rentabilizar** su emprendimiento. ¿Cierto?

Bueno, hoy vamos a tocar un tema bien importante y es el de las diferentes alternativas que tiene para despachar y gestionar su boletín, así como otras herramientas que le permitirán añadir la característica de **interactividad** que mencioné ayer.

¿Cómo distribuir su boletín electrónico?

ALTERNATIVA 1: hágalo usted mismo

En las etapas iniciales de su boletín, es decir, cuando tiene CERO suscriptores y no va a tener una avalancha de suscriptores, es bien probable que baste con

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

que recolecte los emails manualmente en un archivo y cada vez que va a enviar una edición bastará con que "copie y pegue" esos emails a su programa de correos en el campo BCC (copia oculta a destinatarios) y presione el botón de "enviar".

Si bien es cierto que este es un procedimiento sencillo y usted tendrá todo el control sobre el proceso y además es económico, pues no tiene que pagar por software o empleados, **no tardará** en convertirse en una "misión imposible". Agregar emails a su base de datos, retirar emails de los que se den de baja, cerciorarse de que no haya error de escritura, etcétera.

Si opta por esta alternativa, prepárese a invertir tiempo y esfuerzo en la gestión de su listado de suscriptores (altas, bajas, emails incorrectos, emails rebotados). A medida que la lista crezca el envío de tantos emails puede ser un verdadero "dolor de cabeza" y empezará a depender del proveedor de acceso a Internet. Si no tiene una conexión veloz tardará horas haciendo los envíos. En este punto, cualquier problema técnico por pequeño que sea puede causar que un porcentaje de sus lectores no le llegue el material o quizás le llegue por duplicado, triplicado...

Por otra parte, algunos proveedores de correo limitan la cantidad de emails que pueden enviar en una sola tanda. Por lo general este límite está alrededor de los 25. Lo que quiere decir que cuando tenga 250 suscriptores necesariamente tendrá que "partir" el listado de suscriptores en 10 archivos y hacer 10 envíos. Luego le piden cancelar una suscripción, ¿en cual de los 10 archivos estará el suscriptor?

Creo que capta mi mensaje. La única ventaja que le veo a este sistema es que es una excelente experiencia de aprendizaje en los diferentes aspectos de distribución de su boletín.

Si en realidad piensa editar un boletín electrónico por suscripción voluntaria... **no use este método.**

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

ALTERNATIVA 2: Proveedores de servicio

Existen muchos y muy buenos proveedores de servicio de distribución de listas y los hay tanto **gratuitos** como de **pago**. Hasta hace unos años, los proveedores de estos servicios -en su mayoría- operaban exclusivamente en idioma Inglés, pero hoy contamos con excelentes empresas que prestan el servicio en nuestro idioma.

En la categoría de **gratuitos**, los más conocidos, en castellano:

- Elistas.net (Elistas)
- Domeus.es (Domeus)
- es.groups.yahoo.com (Yahoo! Grupos)

Personalmente he tenido experiencias directas con los 2 primeros y déjeme decirle que no tienen nada que envidiarle a las contrapartidas en Inglés.

Estúdielos, analícelos, conozca cómo funcionan y cual se ajusta más a sus necesidades. Si bien las empresas ofrecen los mismos servicios, **sí** existen diferencias entre los diferentes proveedores. Estas diferencias no solo son en la forma en que operan, las interfases que ofrecen, sino también en el soporte técnico y servicio a sus usuarios.

¿Por qué ofrecen el servicio gratis? Sencillo. Ellos prestan el servicio sin costo, pero se reservan el derecho a incluir publicidad en forma de texto o banners al pie de todos los emails enviados por el sistema.

En la categoría de **pagos**, Elistas.net también ofrece el servicio de listas comerciales, libres de publicidad y con una gran cantidad de características que realmente valen la pena considerar, en especial soporte técnico y la posibilidad de usar su propio nombre de dominio en vez del domino del proveedor gratuito y tendrá mayor control sobre las diferentes funciones del servidor de correos.

En mi caso particular uso mi propio servidor de listas comercial (contratado con eListas): listas.boletineselectronicos.com y desde allí envío, administro y

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

gestiono todos mis boletines (MercadeoGlobal.com, BoletinesElectronicos.com) y los de algunos clientes y/o amigos. Decidí hacer esta inversión, pues el nivel de emails que envío al mes supera los 300.000, además los quería libres de publicidad y con la posibilidad de tener un mayor control y uso de mis propios dominios.

Bien sean **gratuitos** o **pagos**, esta alternativa de distribución es infinitamente superior a la primera que le presenté. Configurar una de estas listas es supremamente sencillo y toma tan solo unos cuantos minutos crearla y podrá empezar a usar el servicio de inmediato.

Si aún no tiene experiencia con estos proveedores, le recomiendo que una vez concluya esta lección los visite, abra su lista con uno o con dos, y verá lo potente que es esta forma de distribución. Compárelos, analícelos y decida cual se ajusta más a sus necesidades.

Verá que estos servicios no solo le automatizan la mayoría de las funciones administrativas sino que las aplicaciones corren en servidores muy potentes, confiables y veloces. Cosas con las que NO cuenta con la alternativa casera.

ALTERNATIVA 3: compre el software e instálelo en su propio servidor

Esta opción solo la recomiendo si usted es un **experto** en tecnologías de servidores de listas y si tiene su propio servidor dedicado con un proveedor confiable, veloz y estable. De lo contrario, ni lo piense.

Acá encontrará una gran variedad de programas, desde el famoso *Majordomo* que es gratuito, hasta el poderoso y costoso *Lyrís*. Una gran desventaja de este tipo de software es que en su mayoría vienen configurados para idioma Inglés y los comandos administrativos que han de usar sus suscriptores están en dicho idioma.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Ahora, existen muy buenas soluciones en programas escritos en Perl (cgi scripts) que son muy buenos, muy fáciles de instalar (si tiene conocimientos en el tema) y muy funcionales.

En http://cgi-resources.com/Programs_and_Scripts/Perl/Mailing_Lists encontrará alrededor de 120 programas.

APLICACIONES QUE AÑADEN INTERACTIVIDAD

Tal y como lo mencionaba ayer, también es importante que vaya pensando qué herramientas utilizará para potenciar su boletín y añadirle **interactividad**. Recuerde que su boletín le permitirá construir su propia **comunidad virtual**, y ya conoce la importancia de una.

En cgi.resourceindex.com/Programs_and_Scripts/Perl/ encontrará gran cantidad de aplicaciones que le ayudarán a tal fin. Para instalar dichas aplicaciones deberá tener conocimientos de CGI o contratar a alguien que lo haga por usted. No es difícil y si tiene el tiempo y la dedicación para aprender algo nuevo, se lo recomiendo.

Desafortunadamente no conozco un sitio en castellano de la calidad y variedad del sitio web anterior, pero con seguridad han de existir.

Otra alternativa es que su empresa proveedora de hospedaje web (hosting) le proporcione herramientas y aplicaciones web profesionales, listas para ser usadas.

En HospedajeGlobal.com además de los diferentes planes de hospedaje web, encontrará una serie de aplicaciones web profesionales precisamente pensando en emprendedores como usted o como yo:

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- q PHP-Nuke: un portal para su comunidad
- q PHP-BB: foros para su web
- q PHP-AdsNew: gestión de su publicidad
- q PHProjekt: gestión de proyectos
- q osCommerce: tienda virtual

¡Bienvenido al mundo de la edición digital!

Lección 5 **Contenidos para su boletín**

En la lección 3 le decía que:

- q no importa de qué se trate su boletín
- q no importa qué tan bonito o bien presentado sea
- q no importa qué tan bien lo gestione
- q no importa qué tan simpático(a) usted sea
- q no importa que usted sea un experto en la materia
- q no importa que tenga UN MILLÓN de suscriptores

lo más importante de cualquier boletín electrónico es **EL CONTENIDO**.

Dada la importancia del tema, voy a profundizar ciertos aspectos.

TIPOS DE CONTENIDOS A USAR

Usted es quien conoce el perfil de sus suscriptores y en base a la planeación estratégica inicial usted es quien decide el giro que quiera darle a su publicación. Sin embargo, estas son unas sugerencias:

- **Editorial**

Usted será percibido por sus lectores como el **experto** en el tema. Con el tiempo empezarán a **confiar** en sus opiniones y en sus recomendaciones. Por tanto, usted debe explotar (en el buen sentido de la palabra) este fenómeno editorializando los contenidos. Use la editorial para compartir sus puntos de vista. Use la editorial para **establecer relaciones** con sus lectores.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- **Artículo principal**

Sin duda este es el componente más común de los boletines y el de mayor importancia, pues es el que contiene los mejores contenidos. Le recomiendo que no escriba o incluya artículos muy extensos y asegúrese que el tema es pertinente con la temática de su boletín.

En particular me gusta incluir artículos **didácticos**, material que aporte luces sobre un problema y/o aporte soluciones concretas al lector. El artículo debe ser original. No se dedique a publicar contenidos que aparecen en toda parte.

- **Noticias e historias**

Mantenga a sus lectores actualizados con las últimas noticias de su sector. Informe sobre eventos o acontecimientos en el futuro cercano.

- **Recursos valiosos**

Dado que usted debe ser un experto en el tema, usted debe estar al tanto de todo lo que ocurre en su sector. Los lectores le agradecerán cuando usted les pueda recomendar recursos valiosos..

- **Evaluaciones**

Póngase en los zapatos de sus lectores. Esté al tanto de sus necesidades. Guíelos. Deles sus evaluaciones y comentarios de productos, software, el último libro, la última canción...

- **Actualizaciones de su web**

¿Algo nuevo en su sitio web? ¿Actualizaciones? ¿Alianzas? ¿Nuevos productos / servicios? ¿Nuevas versiones? ¿Conferencias? Mantenga actualizados a sus lectores. Recuérdeles las características de su web. Invítelos a que lo visiten, genere visitas a su sitio web.

Sin duda, un boletín es la mejor manera de recordar a sus lectores que regresen al web una y otra vez.

- **Entrevistas**

Publique entrevistas con expertos del sector. Este es un recurso que he venido usando con mucho éxito en el boletín de BoletinesElectronicos.com, pues dado que muchos de los suscriptores a la vez son editores de sus propios boletines, ellos tienen mucho que decir y **todos** tenemos mucho que aprender de la experiencia ajena. Eso sí entreviste gente "clave", gente que tenga material para compartir, gente de la que usted y sus lectores puedan aprender. Guíe la entrevista de tal forma que sus lectores **aprendan** algo que no sabían o que no habían tenido la oportunidad de profundizar.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- **Contenidos de sus lectores**

Recuerda que en pasadas lecciones le hacía énfasis de incluir herramientas interactivas (foros, chats, etc.). Pues esta es una excelente fuente generadora de contenidos. En un foro web usted puede ver cuales son las necesidades más inmediatas de sus lectores, qué temas están de actualidad, etcétera. Pero lo más importante son los **aportes** que sus lectores hacen, bien sea preguntas interesantes o soluciones a las preguntas de otros.

En BoletinesElectronicos.com, me gusta usar mucho este tipo de contenidos, pues me genera sentimientos de **comunidad**, los lectores sienten que no solo son espectadores, sino que son participantes activos.

- **Encuestas**

No solo es buena idea encuestar a sus lectores sobre temas de interés y presentarles los resultados analizados, sino que también usted puede ofrecer los resultados de encuestas del sector. Esto les permitirá estar constantemente actualizados y les permite tener una radiografía actualizada del sector.

Ya en el apartado anterior le dí muchas ideas de dónde encontrar información y qué tipos de contenidos incluir. Algo bien importante es que usted genere **sus propios contenidos**: Si usted realmente es un experto en el tema y tiene la capacidad y el tiempo de escribir contenidos valiosos e interesantes con cierta regularidad... **hágalo**.

Si usted es un experto en el tema, pero no cree tener la capacidad para escribir, no se asuste, inténtelo. En menos tiempo del que se imagina estará escribiendo con facilidad.

Mi anécdota personal: **jamás** me imaginé tener la habilidad para escribir. Siempre me ha apasionado **transmitir** conocimientos y experiencias, pero **nunca** lo había hecho de forma escrita. Siempre me consideré bueno para transmitir información de forma oral, pero jamás escrita. ¿Qué paso? Cuando me aventuré en el mundo de Internet y al ver el potencial que dicho medio me daba, empecé a escribir para plasmar mis ideas en papel y desde ese momento me picó "el gusanillo del escritor" y no he podido parar. Es así como hoy a hoy

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

he varios libros, infinidad de artículos (ya perdí la cuenta), mas de 200 ediciones del boletín de MercadeoGlobal.com, 30 ediciones de BoletinesElectronicos.com, cursos... En fin, parece que nada ni nadie me puede parar. Escribir es una **fiebre**.

¿Por que es importante que usted escriba? Sencillo. Usted es el experto y así lo perciben sus lectores.

El boletín y su personalidad

Uno de los errores que con mayor frecuencia se cometen, es que el propietario no le imprime su propia personalidad al boletín. Se limitan a colocar artículos de terceros. Se limitan a colocar publicidad. Se limitan a proveer enlaces. Se limitan a proveer contenidos, sin dar su propio criterio. No editorializan lo contenidos. Redactan los textos de forma impersonal. No le imprimen ningún sello personal.

Recuerde que a sus lectores les gusta saber que están tratando con una persona de carne y hueso. Les gusta saber que hay alguien detrás de la publicación. Alguien con quien pueden estar en acuerdo o desacuerdo. Alguien que puedan contactar y eventualmente confiar.

No tenga miedo de darse a conocer. No tenga miedo de cometer errores, pues le aseguro que los va a cometer. ¿Acaso no todos nos equivocamos?

Debe ser consciente que no todo lo que usted diga, predique o haga va a ser aceptado por todos sus lectores. En ocasiones algunos se ofenderán con lo que usted dice y seguramente cancelen la suscripción. Esto no debe traumatizarlo. Al fin de cuentas estas personas tampoco iban a comprarle nada.

Mi recomendación: sea una persona **real**, imprímale a su publicación un **toque personal**. Sea usted mismo. Sus lectores quieren tener contacto con personas **reales**, que tengan criterio, que opinen, que generen inquietudes e incluso que cometan errores.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Si ustedes ya llevan un tiempo leyéndome habrán vivenciado mis errores, la forma en que los he abordado y la credibilidad que tengo entre mis lectores precisamente por reconocerlos, afrontarlos y enmendarlos. ;-)

A la par de la personalidad, van los contenidos.

Muchos boletines-e son simples cartas comerciales y nada más. Los mejores boletines-e ofrecen material valioso y asistencia de calidad. En la Red, es un hecho que quienes comparten información valiosa a sus lectores tienen mayores probabilidades de mantenerlos en sus páginas *web* y, obviamente, generar visitantes constantes. Aún más, si usted vende algo en-línea, un buen contenido le dará a sus visitantes y posibles clientes la **confianza** y **credibilidad** que buscan antes de realizar cualquier transacción.

No envíe material solo por enviarlo o por cumplir con las fechas prometidas de circulación. Es preferible no enviar nada, que enviar material de relleno.

Y recuerde: **El derecho de autor y la propiedad intelectual TAMBIÉN existen en Internet. No se dedique a PLAGIAR contenidos.**

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 6 - Parte 1 Encontrando suscriptores

Quizás la lección 6 es la más larga de todas, pues es el tema que más interés despierta, el que más confusión genera y en el que más errores cometen los editores "novatos". Por ello, he dividido esta lección en 2 partes. La primera, es esta que está leyendo, la segunda la recibirá el día de mañana.

Hoy hablaremos de lo que **NO** debe hacer, mañana de lo que **SI** debe hacer.

Empecemos...

He tenido la oportunidad de trabajar con propietarios de boletines electrónicos y su principal inquietud es el saber cómo lograr tener miles o decenas de miles de suscriptores de forma rápida y sencilla. Esto los lleva a cometer errores tales como suscribir personas sin su consentimiento, a usar el **spam** (envío de email no solicitado) como herramienta promocional y de difusión, comprar listas a 'mayoristas', etcétera.

Este tipo de propietarios de boletines lo único que les interesa es tener suscriptores en **cantidad** y poco o nada se preocupan por la **calidad de los suscriptores**.

Si vamos a tener miles de suscriptores, estos deben pertenecer a nuestro grupo objetivo. ¿De qué me interesa tener 100,000 suscriptores a un boletín de golf si el 80% de ellos no les interesa el tema?

Acá la palabra clave es **calificados**. Suscriptores calificados, suscriptores que pertenezcan a nuestro "target". Este es el tipo de suscriptores que nos interesan, el resto **no nos sirve**.

Ahora, si recuerda una de mis lecciones anteriores, le advertía que una de las principales fortalezas de un boletín es el de **construir relaciones duraderas** y

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

de **mutuo beneficio** con los lectores. ¿Cree que lo logrará suscribiendo a la fuerza a la gente? **NO**.

Lo primero que tendrá que entender es que un boletín con miles de suscriptores **no calificados NO** es el objetivo a perseguir. Su objetivo como hombre o mujer de negocios, no ha de consistir en tener un listado de 100,000 o más suscriptores. Su objetivo es tener una base de datos de suscriptores **calificados**, de suscriptores que verdaderamente les interese lo que usted tiene que decir. Su objetivo es **obtener beneficios económicos** en la Red. Su objetivo es **hacer dinero**. Su objetivo es rentabilizarlo y la única forma de hacerlo es si sus suscriptores son **voluntarios**.

Construir el listado de suscriptores tan solo es el vehículo que le permitirá lograr el objetivo de rentabilizar su publicación. Pero no me refiero a cualquier tipo de suscriptor, estos tienen que ser suscriptores calificados, es decir, que pertenezcan a su grupo objetivo (target).

Por eso el título de este curso. Si recuerda, hablamos de **boletines electrónicos por suscripción VOLUNTARIA**.

Considero este tema de vital importancia, pues recibo a diario suscripciones a publicaciones electrónicas a las cuales nunca he solicitado suscribirme. Esto sin duda es **spam**, por más de que intenten disfrazarlo utilizando excusas de legislaciones no existentes.

¿Qué sucede cuando soy suscrito a la fuerza a un boletín-e?

Lo primero que hago es configurar mi lector de correos para que filtre todo correo entrante de dicha publicación y lo BORRE. Sí, efectivamente, que lo borre sin importar el contenido. Considero que si alguien me envía información no solicitada tampoco tienen nada interesante para decir.

Lo que es peor y más molesto -en mi caso- es que no les basta con suscribir a

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

la fuerza solo una de mis direcciones de email, sino que en ocasiones me llegan entre 20-25 copias de un mismo material.

Profundicemos acerca del correo electrónico no solicitado (spam).

Es error frecuente creer que el uso de esta técnica de enviar correo electrónico masivo NO solicitado (spamming) es una herramienta util de mercadeo, pues se está aprovechando las bondades de este medio para hacer llegar el mensaje a cantidades exorbitantes de personas a la vez.

Nada más erróneo que lo anterior. Son más los problemas derivados del empleo del "SPAM" que los posibles beneficios que puedan llegar a derivarse de su empleo.

Desde mi punto de vista no solo el uso de esta práctica va en contravía de las normas de etiqueta de la Red, sino que los resultados que se pueden obtener mediante esta práctica pueden crear más problemas que beneficios.

Cada día es mayor el consenso por parte de los ciudadanos de Internet en condenar dichas prácticas y lo único que logran las personas o empresas que se dedican a dicha práctica es dar una mala imagen de si mismos y de los productos o servicios que intentan representar. Esta mala imagen que se crea va en detrimento de la **credibilidad** que queremos proyectar y más que lograr capturar clientes potenciales lo único que logran hacer es generar **rechazo**.

Si usted pretende manejar su negocio con seriedad lo exhorto a que no incluya dentro de sus herramientas de mercadeo el uso del spamming y que tenga en cuenta que:

- Un alto porcentaje de usuarios de Internet no aprueban el uso del envío no solicitado de email masivo y se quejarán a su proveedor de acceso a Internet.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

- Un alto porcentaje de empresas proveedoras de acceso a Internet le cancelarán su cuenta en tanto detecten que están empleando el spam como herramienta de mercadeo.

¿El envío masivo de mensajes a miles e incluso millones de personas realmente funciona? NO.

Es más el daño potencial que causa, que los beneficios que se podrían llegar a obtener al usar esta práctica que va en contravía de las normas de etiqueta (*netiquette*) de la Red.

Por definición, el SPAM consiste en el envío NO solicitado de correo electrónico. No importa que disfraz le den al comunicado o que excusa utilicen para justificar el envío del correo-e:

- 'pueden cancelar su suscripción y darse de baja (opt-out)'
- 'cumple con los parámetros de X, Y o Z Proyecto de Ley.'
- ¡Ninguna excusa es válida! Email no solicitado es SPAM y punto.
- Si bien el SPAM no es ilegal, SI va en directa contravía de las normas de etiqueta (*netiquette*) adoptadas en Internet y es objeto de reproche de quienes hemos sido víctimas de ella.

¿Por qué esta práctica es reprochada?

- Porque se considera que es un ABUSO en tanto nadie tiene el derecho de obligar a otro a suscribirse a un servicio que NO ha solicitado.
- Es reprochada ya que un alto porcentaje de personas o entidades que utilizan dicha práctica lo hacen con fines fraudulentos.
- Es reprochada pues nos llenan el casillero de correo con información 'basura' haciéndonos perder no solo tiempo sino dinero. Recuerde que en el mundo existen miles de personas que aún tienen que pagar por minuto de conexión, por lo tanto el tiempo requerido para recibir este tipo de correos les cuesta dinero.
- Quienes con mayor frecuencia utilizan la técnica del spam SON:
 - § Quienes intentan llevar a cabo un fraude.
 - § Quienes desean promocionar negocios del tipo: 'hágase rico sin esfuerzo' o de esquemas de negocios piramidales.
 - § Quienes intentan promocionar un sitio web con el fin de aumentar el tráfico de visitantes hacia dicho sitio. Este error es más frecuente entre novatos del mercadeo en Internet.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

¿Por qué no vale la pena usar el spam?

Quienes reciben correos electrónicos no solicitados tienen ya una preconcepción del spam: me van a estafar, me van a proponer un negocio dudoso, me envían información 'basura', etcétera.

¿Es esa la primera impresión que quiere proyectar a sus potenciales lectores? Por supuesto que no.

Si decide usar el SPAM, asume el riesgo de ser tachado como un estafador, así no lo sea. Su nombre y su negocio se verán afectados en tanto que perderán credibilidad ante los clientes actuales y futuros clientes.

El spam, es una técnica **riesgosa** y además los resultados obtenidos por su uso no se justifican, son más los resultados **contraproducentes** que los beneficios que se puedan obtener con esta práctica.

Dejando las consideraciones anteriores y analizando la misma problemática desde el punto de vista del MERCADEO MODERNO, quienes practican el SPAM están cometiendo un grave error. Permítanme ilustrarlo:

El mercadeo moderno se basa en el **establecimiento, construcción y mantenimiento de relaciones duraderas** con los clientes. Hoy en día se pone un mayor énfasis en la satisfacción del cliente en términos duraderos. El interés no es lograr una venta sino lograr un cliente de por vida. Un cliente que nos compre una y otra vez...

¿A donde voy? Sencillo. ¿Cómo pretende una persona que practica el SPAM lograr ESTABLECER, CONSTRUIR y MANTENER una relación duradera con sus clientes si desde un comienzo lo están OBLIGANDO a recibir email que el no ha solicitado? ¿si lo están obligando a suscribirse a una publicación que no

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

ha solicitado? ¿si están intentando convertirlo en cliente sin su permiso, a 'la fuerza'?

Ahora bien, si el spam fuera aceptado por la gran mayoría de navegantes en Internet, otra sería la historia... Sin embargo, es un hecho que el SPAM va en contravía de las normas de etiqueta en la Red y por tanto debe ser evitado a toda costa por todo comerciante SENSATO en la Red.

¿Qué empresas tienen éxito en Internet? Aquellas que ven la importancia de establecer relaciones duraderas con sus visitantes y de mantener los clientes actuales.

¡No dañe su reputación!

Durante las últimas semanas he sido prácticamente 'bombardeado' con afiliaciones a Boletines Electrónicos que NUNCA he solicitado suscribirme. Lo peor de todo es que no solo incluyen una, sino VARIAS de mis direcciones de email en sus listados, por tanto tengo que 'soportar' recibir mensajes repetidos y no solicitados todo el tiempo.

Lo que más me ha extrañado es que he recibido email no solicitado de personas y entidades que dicen ser 'ESPECIALISTAS EN MERCADEO EN INTERNET'. Incluso en alguno de ellos me ofrecían a la venta MILES de correos-e y me los enviaban en un CD. Déjeme decirle que si el enviar spam es lo que los hace expertos, están muy equivocados.

Si su 'ASESOR' de Internet le esta sugiriendo hacer una campaña masiva e indiscriminada por medio del email a personas que NO han dado su consentimiento de recibir dichos mensajes ... LO ESTÁN ESTAFANDO.

Otra persona, no menos ingenua, me envia un mensaje diciendo algo como:

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

'Lo que todos conocemos como SPAM no es más que Publicidad en el email ... Haga publicidad en Internet ... vendiendo un listado de correos electrónicos'

Bla, bla, bla, bla....

Otros...

...

¡ IMPORTANTE !

NO HACEMOS SPAM

Bajo el decreto S.1618 título 3ro. Aprobado por el 105 congreso base de las normativas internacionales sobre SPAM, este E-mail no podrá ser considerado SPAM mientras incluya una forma de ser removido. '

Típico de los 'spammers', refugiarse en normas inexistentes. Lo que más me preocupa es que quienes me mandaron este último email son consultores de XXX país, especializados en comercio electrónico y mercadeo en la Red!!! PATÉTICO.

A manera de cierre...

- q El envío de email NO solicitado (spam) NO SIRVE
- q Todo boletín electrónico debe ser por SUSCRIPCIÓN VOLUNTARIA.
- q Respete la privacidad de sus suscriptores.
- q Si un suscriptor quiere darse de baja: PERMÍTASELO
- q El poder del email es de DOBLE FILO. De ser usado correctamente, será la herramienta de mercadeo más poderosa que haya conocido. De ser usado incorrectamente o mejor dicho 'abusado' es la herramienta de FRACASO más efectiva de la Red. Lo llevará a la BANCARROTA.

¡La decisión la tiene Usted!

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Ahora, ¿Para qué emplear estas estrategias que producen efectos negativos si existen tantos otros recursos para mercadear en Internet? Olvídense de los aspectos morales, simplemente no tiene sentido comercial hacer uso del envío no solicitado de correo-e. Su reputación está primero y la forma mas fácil de arruinarla es usando el 'spam'.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Lección 6 - Parte 2 **Encontrando suscriptores calificados**

Ayer veíamos lo que **NO** debe hacer para conseguir suscriptores. Hoy les daré unas ideas de lo que **SI** debe hacer para conseguir suscriptores... **suscriptores calificados.**

La consecución de suscriptores es todo un arte, requiere aprendizaje y conocimiento tanto del medio Internet como del perfil de sus suscriptores. Requiere que invierta tiempo, dinero y esfuerzos.

Les voy a dar varias ideas, sin embargo, **siempre tenga en cuenta** que la consecución de suscriptores debe ser una labor **sistemática, continuada, planificada, estructurada** y en ocasiones exige mucha **creatividad**. No logrará buenos resultados si solo se dedica a hacer actividades promocionales aisladas y sin rumbo.

Todas las recomendaciones que le voy a dar han sido debidamente probadas y usadas en conjunto son infalibles. Se los digo por experiencia propia.

No en vano a tan solo 7 días de haber lanzado este curso ya se habían suscrito 1400 alumnos como usted. ¿Magia? ¿Técnicas secretas? NO. Una semana = 1400 suscriptores **voluntarios** y lo más importante: **calificados.**

No es en vano que edito 2 de los más prestigiosos boletines del sector (MercadeoGlobal.com; BoletinesElectronicos.com) o que soy uno de los coordinadores de NovedadesEnRED.com (el portal más importante de propietarios de boletines electrónicos en castellano) o que por medio de las técnicas que le voy a revelar propietarios de boletines y sitios web me contratan para promocionarlos.

Veamos:

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Su propio sitio web

Obviamente la primera fuente de potenciales suscriptores será su propio sitio web:

- q Asegúrese de facilitar a los visitantes a su sede web que se suscriban.
- q Déle un espacio destacado a la promoción de su boletín
- q Incluya un formulario de suscripción en **todas** las páginas de su web
- q Dé a conocer sus políticas de privacidad y cúmplalas.
- q Permita que sus visitantes recomienden tanto su sitio web como su boletín.
- q Ponga a disposición de sus lectores las ediciones de archivo.

Mi colega Luis Camacho, Director de Albanova.com, alguna vez escribió el siguiente párrafo, que sintetiza la idea que quiero transmitir:

<<tu web tiene que estar diseñada como un "campo de minas", debes llenarla de "trampas" para provocar que tus visitantes te den su dirección e-mail. Para eso, además de colocar en todas, o casi todas, las páginas de tu web un anuncio con un pequeño formulario invitándoles a suscribirse al boletín, tendrás que incluir muchos otros artilugios, como encuestas, libro de visitas, "recomiéndanos", autorespondedores, etc.>>

Cualquier persona puede construir un sitio web, pero no todo el mundo tiene las capacidades o conocimientos para construir un sitio web **comercialmente efectivo**.

Bibliografía recomendada: ["Mercadeo & Internet - ¿tratando de reinventar la rueda del mercadeo en la Red?"](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

En su boletín

- Asegúrese de dar instrucciones de altas/bajas en todas las ediciones. ¿Por qué dar instrucciones de alta, si ya están suscritos? Sencillo. Es común que un suscriptor le remita material de interés a sus amigos y colegas. Si estos se interesan en su material, tendrán como tramitar la suscripción de una forma rápida y sencilla
- Así como debe facilitar que se suscriban, debe facilitar que cancelen la suscripción.
- Pida a sus suscriptores que lo recomienden. ¿Si ha visto cómo en todas las lecciones de este curso, al final de cada email los invito a que me recomienden entre sus conocidos?

Bibliografía recomendada: ["El poder de los boletines de correo electrónico"](#)

Regístrese en los directorios y motores de búsqueda

Afrontémoslo, su sitio web y/o boletín electrónico es un "granito de arena" en un desierto gigantesco, de ahí la importancia de registrarlo en los motores de búsqueda. He aquí las principales razones por las cuales considero que tenerlos en cuenta es una de las primordiales labores promocionales de cualquier sitio web comercial.

1. Quienes nos encuentran por esta vía son clientes potenciales. Después de todo quienes ya nos conocen o son clientes actuales no necesitan encontrarnos nuevamente por esta vía.
2. Quienes nos encuentran por esta vía, lo hacen mediante palabras clave relacionadas directamente con nuestro producto o servicio, por lo tanto Los visitantes pertenecen a nuestro público objetivo. Así, quienes nos llegan por esta vía están definitivamente interesados en lo que ofrecemos.
3. Quienes nos encuentran por esta vía están altamente motivados y con menor resistencia a comprar ya que fueron ellos los que nos encontraron.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

4. Con un plan debidamente estructurado de inclusión en los buscadores (mediante técnicas de optimización de nuestras páginas web), obtendremos una vertiente de visitantes constante durante largo tiempo.

5. Una vertiente constante de visitantes equivale a un incremento en las ventas que de otra forma se hubieran ido hacia nuestra competencia.

6. Al compararlo con otras estrategias de mercadeo, los motores de búsqueda son una ganga. Por ello hay que saber como dominarlos y sacar provecho de su poder.

Establezca alianzas estratégicas con otros editores.
Incorpórese a NovedadesEnRED.com

En este punto quiero invitarlo a que conozca el portal web creado por y para los propietarios de las principales publicaciones digitales en castellano: NovedadesEnRED.com, en donde muchos de los responsables de las principales publicaciones existentes en la región, nos hemos reunido con el objeto de establecer una plataforma idónea para potenciar el **alcance y difusión** de nuestras publicaciones "*on line*".

En este entorno, el propietario de un Newsletter dispone de potentes funcionalidades destinadas a resolver la mayoría de las falencias propias del entorno.

En general las publicaciones incorporadas al proyecto han crecido en menos de un año entre un **500%** y un **5000%** en su base de suscriptores.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Regístrese en el directorio especializado BoletinesDeNegocios.com

BoletinesDeNegocios.com es un directorio que en pocos meses ha obtenido una gran relevancia en internet gracias a su especialización.

Es un directorio que ofrece información de boletines, newsletter y publicaciones electrónicas, referidas a los diferentes campos de negocios especialmente (empresa, management, recursos humanos, marketing, internet, e-marketing, finanzas y bolsa, ...), aunque también indexa boletines sobre hobbies, tiempo libre, turismo, artesanía, salud, cuidado del cuerpo, educación, actualidad, etcétera.

La indexación en el directorio es gratuita, únicamente deberá ser revisada por los editores, para comprobar que la publicación tiene unos mínimos de calidad y que se adhiere a la política Anti-SPAM.

Además de indexar su boletín con todos los datos, con lo que usted obtendrá visitas de tráfico cualificado por la exposición de su boletín, el directorio le permite publicar contenidos, artículos, ..., incluso subir informes y reportes para su descarga. Esto le ayudará a conseguir una mayor presencia en los buscadores, sobre todo en Google y un mayor Page Rank, para su propio dominio y las páginas de su boletín.

Dirección Web del directorio: BoletinesDeNegocios.com

Solicitud para ser indexado: BoletinesDeNegocios.com/editores

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

PUBLICIDAD en boletines de su sector

Los boletines constituyen la herramienta **más eficiente y eficaz** para el uso de publicidad y promoción.

La razón de su eficacia es clara y evidente: la persona que se ha suscrito a un boletín y lo sigue a lo largo del tiempo es porque le agrada y se siente identificado con el mismo.

Este "*sentido de pertenencia*" apareja una dinámica de **COMUNIDAD** en la que los suscriptores desarrollan lazos de **lealtad y permanencia**.

Otras formas creativas (y **efectivas**) para conseguir suscriptores

1. Acostúmbrese a firmar todo email que usted escriba asegurándose de colocar links activos hacia su sitio web y/o mención a su boletín.
2. Regale un curso en varias lecciones haciendo uso de los autorespondedores de correo electrónicos. En cada lección coloque un aviso invitando a que se suscriban a su boletín.
3. Ofrezca a sus potenciales suscriptores, por el solo hecho de suscribirse, un descuento especial en uno de sus productos.
4. Permita que otros medios (boletines electrónicos, sitios web, medios impresos) ofrezcan a sus clientes una suscripción gratuita a su boletín, como bono a los productos que ellos venden.
5. Haga preguntas a sus clientes potenciales, para ayudarlos a persuadir a que se suscriban: "¿Le gustaría aprender a diseñar páginas web?". "¿Le gustaría aprender a comer sanamente?". "¿Le gustaría aprender las diferentes aplicaciones de la informática aplicadas a la arquitectura?"
6. Escriba avisos publicitarios en donde muestre que el hecho de suscribirse es cuestión de sentido común. Por ejemplo, "Todos saben que usted debe..."
7. Asuma que la gente se va a suscribir instantáneamente a su publicación. Por ejemplo, "Querido especialista del márketing...". La gente querrá suscribirse

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

para sentirse especialista.

8. Regale libros electrónicos, documentos digitales o software en cada edición. Los suscriptores no solo se lo agradecerán, sino que serán los primeros en recomendar su boletín entre sus amigos y colegas.

9. Haga uso de la técnica de las referencias cruzadas y las alianzas estratégicas.

10. Haga sentir a la gente que la idea de suscribirse es de ellos, así sentirán menos dudas. Dígales en sus avisos que "Usted está tomando una sabia decisión al suscribirse".

11. En la firma de todos sus emails, de instrucciones claras para que la gente se pueda suscribir.

12. Honre TODAS las peticiones de baja y NUNCA suscriba personas a la fuerza. La mala fama lo invadirá y en poco tiempo se diseminará un virus en la Red, acusándolo de 'spammer'.

13. Utilice un Programa de Apadrinamiento.

14. Promueva la participación y el sentido de pertenencia entre sus suscriptores. Ellos serán los primeros en recomendar su publicación.

15. Si cuenta con un sitio web, incluya en **todas** las páginas un formulario para que la gente se suscriba.

16. Haga campañas promocionales conjuntamente con editores de otros boletines electrónicos de **su** sector. [Vea un ejemplo de una campaña que tenemos en curso junto con otros editores de boletines de negocios.](#)

17. Publique sus artículos en otros boletines electrónicos. Asegúrese de colocar datos de su web o instrucciones para suscribirse a su boletín.

18. Participe en foros de discusión web y listas de correo electrónico. No se olvide firmar sus aportes como le sugerí con anterioridad.

19. Intercambie publicidad con otros editores. Ellos le promocionan sus boletín, usted les promociona el de ellos.

20. Compre espacio publicitario en boletines electrónicos que acostumbren a leer sus potenciales lectores. Invierta dinero.

21. Envíe comunicados de prensa

22. Haga publicidad fuera-de-línea, en medios tradicionales (radio, prensa, TV...)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

23. No se le olvide la importancia de las comunidades virtuales.

23. Asesórese de personas y/o empresas **expertas** en el tema de los boletines electrónicos, comercio electrónico y tecnologías de la información.

¡[Contáctenos!](#)!

Si usted es propietario de un boletín electrónico por suscripción voluntaria y su temática gira alrededor de los Negocios en Internet. Y además, quiere tener 1000, 2000, ... 5000 suscriptores calificados en forma rápida y efectiva, le puedo ofrecer mi sistema de **CORREGISTRACIONES**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

A manera de conclusión...

¿Qué es lo más importante para su negocio en Internet?

- ¿El producto?
- ¿El diseño de su sitio web?
- ¿Los contenidos?
- ¿El posicionamiento en los motores de búsqueda?

Respuesta: **NINGUNO DE LOS ANTERIORES.**

**Lo más importante para su negocio
en Internet es SU LISTA.**

¿Su lista? ¿Cuál lista?

La lista de emails de los suscriptores de su boletín electrónico, es decir, la base de datos de sus suscriptores.

Tenga la seguridad que:

- q No importa que tan bueno sea su producto o servicio.
- q No importa que tan bonito sea su sitio web.
- q No importa si tiene los mejores contenidos de la Red.
- q No importa que posición ocupe en los buscadores.

Todo esto **no tiene valor** si usted no tiene a quien vender sus productos. De esta forma, en Internet el activo más valioso reside en **SU LISTA**, o dicho de otra forma: **SUS SUSCRIPTORES**. Sin su lista, sin suscriptores, usted no tiene **nada**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

¿Qué dicen los expertos?

En algo coinciden los expertos del marketing en Internet:

- "La lista de sus suscriptores es literalmente una **mina de oro**".
- "El dinero está en la lista"

Por lo tanto, si usted no empieza a construir un boletín electrónico (de alta calidad) por suscripción voluntaria.... está **CONDENADO AL FRACASO**.

Sí, así como lo lee. No digo que sin una lista no pueda vender en Internet, pero le aseguro que aquel que tiene una lista de calidad, enfocada a un nicho de mercado ávido de información y fidelizada, estará generando la **confianza y credibilidad** requeridas para que sus visitantes (potenciales clientes) le compren.

No cometa el error de los "novatos", que concentran todas sus energías en el producto. Conviértase en un profesional del márketing: construya su lista de suscriptores (por suscripción voluntaria), fidelícelos y verá cómo el dinero viene por si mismo, **garantizado**.

¿Entiende ahora por qué en Internet **el activo más valioso** reside en **SU LISTA**, o dicho de otra forma: **SUS SUSCRIPTORES**? Sin su lista, sin suscriptores, usted no tiene **nada**.

Por ello fue que escribí el libro digital **"El poder de los boletines de correo electrónico"**

"El poder de los boletines electrónicos", más que un libro digital es el **más completo** manual que le enseñará todos los pormenores del



7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

fascinante mundo de la edición digital. No en vano, son muchas las publicaciones exitosas que han nacido a partir de este libro.

Esta Obra, literalmente le ahorrará **cientos de horas** de **ensayo y error**. Le acelerará dramáticamente no solo la curva de aprendizaje requerida para ser un editor digital, sino también le acelerará la obtención de ingresos económicos gracias a la rentabilización de su boletín.



Su autor, Álvaro Mendoza V., es sin duda una **autoridad** en la materia. Álvaro es psicólogo, con especialización en administración de mercadeo (Márketing Management) y es *Master Certified Internet Wesbmaster* (webmaster certificado) en Estados Unidos. Es experto en tecnologías de la información aplicadas al comercio electrónico y ha tenido la oportunidad de participar mano-a-mano y compartir experiencias no solo con los principales exponentes del márketing Hispano, sino también con los principales exponentes del márketing en Estados Unidos.

Escribió uno de los primeros libros en castellano dedicados al comercio electrónico y al márketing en la Red. Además edita 2 de los boletines más prestigiosos en el Internet Hispano. El primero llega a casi 70.000 suscriptores (MercadeoGlobal.com) y el segundo (BoletinesElectronicos.com) con 40.000 suscriptores alrededor del mundo. Sus múltiples escritos circulan no solo en Internet sino en los más prestigiosos medios fuera de línea y son fuente de consulta frecuente por profesores y estudiantes de diversas universidades.

Conferencista, consultor y lo más importante, con amplia experiencia en negocios en Internet. En sus libros encontrará **poca teoría y mucha práctica**. No en vano todo lo que escribe se basa en su propia experiencia y en los logros que ha venido acumulando en la Red. Por otra parte es fundador y co-director de NovedadesEnRED.com, el sitio creado por y para los propietarios de los principales boletines electrónicos de la red en español, aglutinando a más de

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

MEDIO MILLÓN de suscriptores en las más variadas e insólitas publicaciones de la Red.

Aprenda a explotar al máximo ["El poder de los boletines de correo electrónico"](#)

Testimonio

Álvaro tu libro ["El poder de los Boletines Electrónicos"](#) ha sido la mejor inversión que he hecho en el último año.

Antes de la lectura de tu libro, contaba con un boletín electrónico, que me llevaba demasiado tiempo desarrollarlo, y lo peor de todo, no era rentable ...

Tu libro me ahorró MUCHO TIEMPO, pues de no haberlo tenido, hubiese perdido tiempo con la prueba y el error. Me ayudo rápidamente a conceptualizar mis objetivos para con mi boletín, a como editar el mismo y a gestionar eficientemente la base de datos de suscriptores.

Gracias a tu libro, y a tus consejos he conseguido aumentar de 2500 a más de 10.000 mis suscriptores, aumento en un 500% las ventas de mis servicios / productos a través del boletín, aprendí a optimizar el envío del mismo, y conocer las posibilidades que me dan las listas de envíos, logre optimizar estratégicamente la captura de datos de mis suscriptores para ofertar servicios diferenciales a los mismos.

Álvaro simplemente GRACIAS, por haberlo escrito de una manera simple, didáctica, y con un lenguaje que lo entiende cualquiera, no como esos libros de informáticos, solo para expertos.

Álvaro, ahora estoy ahorrando para la compra de tu otro libro, que me imagino debe ser tan genial como este.

Puedes contar conmigo para lo que necesites.

Te estima, un cliente muy satisfecho con tu libro

Diego Repetto

CEO de GerentesVirtuales.com

"Administramos y Promocionamos creativa y eficazmente su Sucursal en Internet para Potenciar los Negocios de su Empresa, y generar nuevas oportunidades"

No sobra decir que este libro digital está lleno de ejemplos prácticos que le

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

permitirán ilustrar mejor todo lo expuesto en el mismo, además contiene enlaces a múltiples recursos valiosos en Internet, que le facilitarán sus tareas de editor.

Aprenda a explotar al máximo ["El poder de los boletines de correo electrónico"](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Finalización del curso

¡Felicitaciones! Ha completado el curso "**7 sencillos pasos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria**". En este punto ya tendrá claro por qué digo que los boletines constituyen el proyecto más rentable dentro del modelo de negocios de Internet.

Espero que durante estos días en que me acompañó, haya podido resolver algunas de sus inquietudes, le haya logrado generar otras tantas y lo haya logrado motivar para que empiece **su** propia publicación.

Nada me alegraría más que gracias a este curso nazca un nuevo boletín y que usted tenga la oportunidad de crear una publicación que le apasione y que le genere ingresos económicos.

El curso concluyó, pero de aquí en adelante viene una nueva etapa, la etapa en que usted empezará su propia publicación. Sin duda ya habrá pensado qué tipo de boletín va a iniciar, qué temática va a abordar y a quien se va a dirigir. No deje que esto se quede solo en pensamientos y no baje el ánimo. El momento de empezar es **YA**. No quiero que en unos años se vaya a arrepentir de no haber empezado algo que hubiera podido representar un giro total en su vida y en su forma de hacer negocios en la Red. No aplace el inicio de su boletín: "no deje para mañana lo que puede hacer hoy".

El iniciar su propio boletín, sin duda alguna será fuente de experiencias agradables. No puedo describirle la sensación que uno siente cuando lanza el primer número y empiezan a llegar los primeros suscriptores, la lista empieza a crecer, recibe las primeras consultas, aportes y comentarios de sus suscriptores, la interacción con lectores de países lejanos... En este punto logrará captar en "carne propia" aquello que el Internet es GLOBAL.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Y la alegría será aún mayor cuando usted o su empresa empiecen a ser reconocidas en el medio, cuando logren posicionarse como expertos en la materia, cuando empiecen a llegarle esos primeros cheques producto de la venta de sus propios productos o servicios o de los de terceros. Sencillamente es una sensación indescriptible y el único que la puede vivir es **usted**.

Lo invito pues a que inicie su boletín. Eso sí, cuando lance la primera edición, no deje de decírmelo. Será un gran motivo de alegría y orgullo saber que ha nacido una nueva publicación y que en algo aporté al nacimiento del mismo.

Y por qué no decirlo, en mi libro ["El poder de los boletines de correo electrónico"](#) encontrará mucho material (no incluido en este curso) que le permitirá resolver sus dudas y lo más importante **reducir** la curva de aprendizaje en al menos **UN AÑO**.

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Recursos recomendados



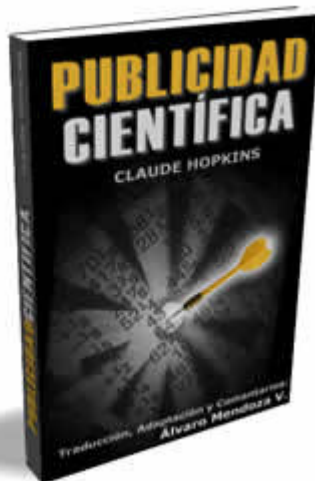
[El poder de los boletines de correo electrónico \(por suscripción voluntaria\)](#)

Sin duda los boletines electrónicos son la herramienta número UNO de mercadeo en Internet. Aprende a conceptualizar, planear, diseñar, crear, gestionar y aumentar el número de suscriptores a tu boletín de correo electrónico.



[Mercaderío e Internet. ¿Tratando de reinventar el marketing en la Red?](#)

Si estás tratando de vender un producto o servicio en Internet... No pierdas tiempo buscando estrategias efectivas de marketing en Internet, aprovecha tu tiempo aplicándolas.



[Publicidad Científica](#)

Descubre cómo un libro escrito en 1923 contiene la fórmula del éxito del marketing en Internet. "A nadie se le debe permitir tener algo que ver con la publicidad hasta tanto no lea este libro al menos siete veces."
-- David Ogilvy

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza



[Carta de Ventas - tu vendedor automático online las 24 horas](#)

Descubre una fórmula probada para convertir tu web en un vendedor automático online las 24 horas, independientemente del producto o servicio que quieras vender.

¿Está disfrutando del estilo de vida que le ofrece Internet?

SI NO ¿Cuál es este estilo de vida?

Tutoriales



[Qué hacer para que funcionen los enlaces internos de un boletín electrónico en formato HTML al enviarlo por Outlook Express ®](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Boletines gratuitos

- o [Suscripción gratuita a los principales boletines electrónicos de negocios en Internet \(todos en castellano\)](#)

Software

- o [Automatice su email, gestione sus boletines electrónicos, procese formularios y tenga infinito número de autorespondedores](#)
- o [Autorespondedores "inteligentes" de correo electrónico](#)
- o **Conversión de documentos solo-texto a HTML (gratuitos)**
 - § [ASC to HTML](#) (Windows)
 - § [Text2Html](#) (Windows)
 - § [txt2html](#) (UNIX)
- o **Envío de email**
 - § [Pegasus](#) (emails masivos y listas)
 - § [WorldMerge](#) (envío de emails personalizados)
- o [Recursos CGI para listas de correo electrónico](#)

7 pasos sencillos para construir su propio boletín electrónico por suscripción voluntaria

Copyright Álvaro Mendoza

Bono **GRATUITO** no anunciado

Si quieres estar completamente actualizado e informado en el mundo del marketing y los negocios en Internet, te quiero regalar la suscripción GRATUITA a varias de las principales publicaciones electrónicas del Internet en Español.

Basta con que hagas [CLIC AQUÍ](#) y sigas las instrucciones del caso. En segundos quedarás suscrito a dichas publicaciones y adicionalmente tendrás derecho a una serie de ebooks y reportes completamente gratis.

Adelante, has [CLIC AQUÍ](#) y benefíciate del gran cúmulo de información de actualidad que allí encontrarás.

Usted está recibiendo este e-book gracias al:

Club de Marketing
mercadeoglobal.com

¿Está disfrutando del estilo de vida que le ofrece Internet?

SI NO ¿Cuál es este estilo de vida?

www.MercadeoGlobal.com/club/