|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  | Boletín de correo electrónico| 14 de mayo de 2019Volumen 1, número 1 |  |
|  |  |  |
|  | **"Asegúrate de que no pierdes todos los clientes en los que invertiste tanta energía para adquirirlos".** | Permanecer en contacto con los clientesA menudo las empresas gastan tanto tiempo y esfuerzo en conseguir nuevos clientes como en cualquier otra cosa. También es una de las funciones más costosas de hacer negocios. Por lo tanto, es importante asegurarse de que no pierdes a todos los clientes en los que invertiste tanta energía para conseguirlos. La alternativa es seguir con el largo proceso de buscar nuevos clientes en un grupo de clientes potenciales que nunca se reduce. Y debido a que cuesta mucho menos mantener los clientes existentes en lugar de estar continuamente sustituyéndolos, es una buena práctica empresarial hacer lo que sea necesario para que vuelvan.La comunicación habitual con los clientes les permite saber cuánto los valoras a ellos y a sus empresas. Muéstrales que te preocupas ofreciéndoles información valiosa como consejos sobre cómo usar los productos y servicios con más eficacia, anuncios de eventos, información sobre los nuevos productos y los servicios expandidos y los descuentos especiales sobre los que ya existen.Boletines por correo electrónico: rápidos y fácilesUsar un boletín de correo electrónico puede ser un método eficaz y rentable para mantenerse en contacto con los clientes. Ayuda a reducir la renovación y puede generar fácilmente más negocios de los clientes en los que invertiste una gran cantidad de esfuerzo para ganar. Como no hay costos postales ni de impresión, afecta poco al balance final. Otra ventaja es la entrega casi instantánea que permite ese correo electrónico. No tienes que preocuparte de si la oficina de correos entrega el boletín a tus clientes a tiempo de poder aprovechar una oferta especial.Microsoft Office Word facilita crear y enviar boletines de correo electrónico. Los clientes apreciarán la comunicación habitual y podrías verte recompensado con más empresas de la base de clientes existente.Crear una plantilla personalizada |  |
| Sigue estas cosas Para un boletín01. Usar títulos grandes02. Haz que los artículos sean breves y se centren en lo fundamental.03. Toda la información debería ser valiosa para el cliente |
| **"Asegúrate de que no pierdes todos los clientes en los que invertiste tanta energía para adquirirlos".** |
| icono de correo | Agrega el logotipo de tu empresa, cambia los colores para reflejar los que utiliza tu empresa, pon la dirección del trabajo, los números de teléfono y la dirección del sitio web, es decir, desarrolla una plantilla básica que refleje el aspecto de tu empresa que será la misma para cada problema. |
| **"Es una buena idea usar la vista Diseño web (en el menú Ver, haz clic en Diseño web) al crear el boletín. Ese es el aspecto que ven los clientes cuando reciben el correo electrónico".** |
|  |  |  |
|  | **"Al elegir las fuentes que usarás para los títulos y para el texto del cuerpo, una buena regla es no usar más de 2 o 3 fuentes en un boletín. Si se usan más, pueden confundir y hacer que tus esfuerzos parezcan menos profesionales".** |  |
|  |  |  |
|  | Esta una forma sencilla de usar el texto al que ya aplicaste formato de texto como base para un nuevo párrafo, carácter o estilo de lista:1. Selecciona el texto, en el menú Formato, haz clic en Estilos y formato y, a continuación, haz clic en Nuevo estilo. Se mostrarán todas tus características de estilo.
2. Dale un nombre al nuevo estilo, activa la casilla Agregar a la plantilla y, a continuación, haz clic en Aceptar.

gráfico del icono de correo | FuentesAl elegir las fuentes que usarás para los títulos y para el texto del cuerpo, una buena regla es no usar más de 2 o 3 fuentes en un boletín. Si se usan más, pueden confundir y hacer que tus esfuerzos parezcan menos profesionales. Sin embargo, sé creativo con las que elijas. Usa diferentes tamaños y colores y usa negrita y cursiva para agregar variedad sin confundir el aspecto del boletín. Puedes agregar estos estilos personalizados a la paleta de estilo de la plantilla para que estén disponibles al instante.Por último, elimina todas las características que no vas a usar. Cuando termines con estos cambios generales, guarda el resultado como una plantilla de Word.**Agregar artículos y gráficos**Una diferencia distintiva entre un boletín impreso y una versión de correo electrónico es la cantidad de texto que se incluye. A menos que sepas que todos los lectores están interesados en una versión más larga, la información debería tener unas 1 000 palabras o menos. Más de esas palabras hará que leer en línea sea aburrido y podrías perder el interés de los lectores antes de que lean los elementos que realmente quieres que vean.Qué incluirAlgunos elementos que deberías pensar en incluir son una introducción a los nuevos empleados, premios recientes recibidos por tu empresa, ofertas especiales y descuentos de productos o servicios, anuncios de nuevos productos e información sobre nuevas formas de aprovechar tus productos o servicios. No incluyas los elementos que podrían ser de interés solo para algunos clientes, ya que quieres capturar y mantener el interés del mayor número de lectores posible.**Agregar gráficos** |  |
| gráfico de Microsoft | Agregar gráficos o imágenes con títulos para dividir el texto y crear un interés visual. Pero asegúrate de que lo que agregues esté relacionado con el texto adyacente. Una imagen del perro de la empresa puede ser adorable, pero si la historia trata de un nuevo producto, la imagen solo servirá para confundir a los lectores. |
| DIRECCIÓN DE LA EMPRESA |
| Dirección:Dirección 2:Teléfono:Fax:Correo electrónico: | **Información de contacto**Asegúrate de incluir la información de contacto en más de una ubicación. No solo debería ser parte de la plantilla principal, sino que también deberías incluir contactos "Para obtener más información..." en cada artículo en el que sea adecuado.**Revisar**Cuando completes el boletín, es el momento de uno de los pasos más importantes de todo: la revisión. Realiza varias pasadas por el material, buscando cosas distintas cada vez. |