

Cómo aprovechar el potencial no explotado del correo electrónico

Cómo aprovechar el potencial no explotado del correo electrónico





El 77%

de los directivos
del sector de
marketing observan
un aumento en la
adopción de IA
este año.

(Blueshift 2018)

Solo el 6%

de los profesionales
de marketing emplean
funciones de IA
avanzadas, como la
personalización de las
campañas con filtrado
colaborativo y modelos
predictivos.

(Blueshift 2018)

© 2018 Return Path, Inc. Reservados todos los derechos. Return Path y el logotipo de Return Path son marcas comerciales registradas de Return Path, Inc. Queda prohibida la reproducción o distribución de estos materiales por cualquier medio, sin el permiso expreso de Return Path, Inc.

Introducción



Los mejores profesionales de marketing están adoptando la inteligencia artificial (IA). Según el informe de Salesforce *State of Marketing (Estado del marketing)*:

El 51% de los líderes del mercado ya usan inteligencia artificial y **El 27%** afirman que la utilizarán en los próximos 12 meses.



El informe también descubrió que los que obtenían mejores resultados tenían

3,1 veces más probabilidades

de usar la IA ampliamente, en comparación con los que obtenían peores resultados.

Los profesionales de marketing que adoptan hoy la inteligencia artificial serán los triunfadores del mañana. Sin embargo, el concepto de inteligencia artificial puede resultar intimidante, así que para demostrar cómo funciona en la realidad, ilustraremos con ejemplos cómo la IA puede transformar su programa de email marketing.

¿Qué es la inteligencia artificial o IA?



Cuando pensamos en la IA, tendemos a imaginarnos un futuro que ciertamente aún no corresponde a la realidad: robots inteligentes que nos llevan al trabajo en vehículos voladores. Pero de hecho, la IA ya existe y está entre nosotros. Aunque no veamos los típicos androides, desde los filtros antispam hasta los asistentes de voz, la IA está ya muy presente en nuestra vida diaria.

Si les pregunta a diez personas diferentes qué es la inteligencia artificial, probablemente tendrá diez definiciones distintas. Oirá expresiones como "aprendizaje automático" o "aprendizaje profundo". También aparecerán conceptos como "procesamiento del lenguaje natural", "modelos bayesianos" y "redes neuronales". Todas estas tecnologías forman parte de la inteligencia artificial.

En realidad, la IA es básicamente un conjunto de tecnologías que se emplean para imitar comportamientos humanos y procesos del pensamiento. Para conseguirlo, la inteligencia artificial necesita ingentes cantidades de datos que le permiten aprender y devolver resultados precisos.

El 97 %
de los profesionales de
marketing de distintos
sectores verticales confían
en que la IA pueda mejorar
la experiencia del cliente.

Los remitentes que utilizan IA
han conseguido un

41 %

más de ingresos que los que emplean
la personalización manual.



(The Relevancy Group)

¿Cómo puede ayudar la inteligencia artificial a los profesionales de email marketing?



La inteligencia artificial permite a los profesionales de marketing hacer uso de la tecnología, en lugar de emplear mano de obra, para aprovechar el poder de los datos con el fin de generar relaciones más fuertes con los suscriptores. La IA les permite liberarse de la tarea de análisis de datos y les proporciona insights basados en datos más rápidos y más precisos. Estos insights no solo ayudarán a los profesionales de marketing a reducir o evitar los problemas de entregabilidad, sino que además les ofrecerán la posibilidad de desarrollar un programa mejor con capacidad de adaptación para sus suscriptores.

A continuación se indican solo algunas de las muchas formas en las que la IA ayuda a los profesionales de marketing a llevar su programa de correo electrónico al siguiente nivel.



Identificación y resolución de problemas

La entregabilidad del correo electrónico es complicada ya que en el resultado final influyen muchos factores diferentes. Los profesionales de marketing tienen que controlar sus indicadores de rendimiento y además reconocer cuándo surgen los problemas, lo cual no es fácil. Una vez que se identifica un problema, puede llevar mucho tiempo y esfuerzo averiguar la causa, descubrir cómo resolverlo y aplicar la solución.

Las tecnologías basadas en IA tienen el potencial de identificar problemas, sugerir soluciones y llevar a la práctica esas soluciones antes de que se produzca un impacto negativo. Con este análisis predictivo y esta resolución proactiva, los profesionales de marketing necesitan menos tiempo para identificar y resolver los problemas, y pueden dedicar el tiempo ahorrado a diseñar programas atractivos para sus suscriptores.



Personalización del contenido del correo electrónico

La mayoría de los profesionales de marketing tienen una amplia base de suscriptores, compuesta por miles de personas diferentes. Se necesitaría una exagerada cantidad de tiempo y mano de obra para diseñar una experiencia de correo electrónico personalizada para cada usuario, por lo que los profesionales de marketing se ven obligados a crear una serie de mensajes de correo electrónico que (con suerte) servirán para la mayoría de sus suscriptores. Muchos profesionales de marketing segmentan sus listas y crean campañas selectivas para cada segmento, pero incluso así se requiere una cantidad importante de recursos y solo se ofrece una experiencia vagamente "personalizada" a nivel individual.

Con la inteligencia artificial, los profesionales de marketing aprovecharán la tecnología para diseñar campañas selectivas para cada suscriptor mediante el análisis de enormes cantidades de datos, lo que en última instancia llevará a mejorar el rendimiento. Además de las tácticas más simples, como los saludos personalizados, los profesionales de marketing podrán personalizar el contenido del mensaje de manera que incluya ofertas que sean atractivas para el suscriptor en cuestión, en función de sus interacciones en el pasado u otros insights profundos.

¿Cómo puede ayudar la inteligencia artificial a los profesionales de email marketing? (continuación)



Tiempo y frecuencia optimizados

Enviar la cantidad adecuada de mensajes de correo electrónico exige un delicado equilibrio: si envía pocos mensajes, puede perder oportunidades de venta, y si envía demasiados, se arriesga a atosigar a los suscriptores, lo que puede provocar que anulen la suscripción o se quejen. Hay tantos datos y tantas señales que afectan a estos dos elementos, que sería casi imposible identificar de forma manual el mejor momento y la mejor frecuencia para cada suscriptor del correo electrónico.

Gracias a que incorpora los datos históricos sobre cuándo han interactuado los suscriptores con los mensajes, la tecnología basada en IA puede identificar el momento de envío óptimo en el que hay más probabilidad de que los suscriptores abran e interactúen con ellos. Este análisis histórico también puede aplicarse a la frecuencia, observando cómo han cambiado las interacciones del suscriptor debido a un aumento o reducción de la frecuencia de envío.



Control de la interacción de los suscriptores

La mayoría de los profesionales de marketing pueden analizar la interacción global de sus suscriptores, controlando factores como las tasas de lectura y las tasas de quejas, pero esto no ofrece información sobre cómo interactúa cada cliente con cada campaña. Sin información sobre las acciones de cada suscriptor, los profesionales de marketing no tienen forma de saber cuándo un suscriptor concreto pierde interés y está en riesgo de anular la suscripción al programa.

Gracias a la inteligencia artificial, los profesionales de marketing pueden supervisar de cerca las interacciones de los suscriptores a lo largo del ciclo de vida del cliente. Esta tecnología proporciona a los profesionales de marketing una mejor idea de cómo ve cada suscriptor sus programas y cuál es su nivel de interacción. También podría ofrecer insights sobre qué campañas y ofertas prefiere cada suscriptor, identificar las relaciones más valiosas y leales de la lista de suscriptores, y predecir cuándo pueden anular la suscripción los suscriptores poco comprometidos.

¿Qué impacto tendrá la IA?



La tecnología basada en IA para el correo electrónico está todavía dando sus primeros pasos, por lo que es difícil predecir cómo afectará al email marketing. Para tener una idea del impacto que tendrá la IA en el futuro del email marketing, hemos pedido la opinión de algunos expertos.



"La IA ya ha comenzado a cambiar el correo electrónico. Ha cambiado la forma en la que interactuamos con el correo electrónico, lo que vemos (y lo que no vemos) y lo que envían los profesionales de marketing. Creo que asistiremos al crecimiento de estas tendencias, lo que hará que la experiencia del correo electrónico se vuelva extremadamente personalizada para cada individuo. En el futuro, preveo que incluso dos personas suscritas al mismo programa de correo electrónico pueden tener experiencias muy diferentes debido a la personalización."

—**Lauren McCombs**
Directora, Ciencias de los datos, Return Path



"El impacto de la IA en el correo electrónico se está empezando a vislumbrar. Las consecuencias más importantes serán, en primer lugar, su capacidad para ofrecer experiencias verdaderamente personales a los consumidores. Los proveedores de correo continuarán mejorando el filtrado y la capacidad de destacar los mensajes que tengan más probabilidades de ser apreciados por sus clientes. Las marcas podrán crear experiencias realmente personalizadas y a medida para el cliente, de manera que se contacte a cada uno con ofertas relevantes en un tono y una frecuencia apropiados según el caso. Eliminar las partes manuales de estos dos procesos nos permite dedicar más tiempo a la creatividad y la estrategia, y centrarnos así en la creación en lugar de limitarnos a la ejecución."

—**Robert Barclay**
Senior Technical Fellow, Return Path

Más información sobre Return Path



Return Path utiliza inigualables funciones de datos y análisis avanzado para resolver los problemas a los que se enfrentan los profesionales de email marketing a diario. Basadas en EmailDNA, nuestras soluciones se han desarrollado con el objetivo de mejorar sus procedimientos de email marketing e incrementar la rentabilidad de su inversión.



Visite nuestro sitio web.

¡Es el mejor sitio para informarse sobre Return Path! Explore nuestra biblioteca de recursos, consulte los casos de éxito de nuestros clientes e infórmese sobre nuestros productos y servicios en returnpath.es.



Solicite una demostración.

Vea las soluciones de Return Path en acción. Visite returnpath.com/es/solicite-una-demostracion.



Visite nuestro blog.

Todos los días publicamos nuevo contenido (en Inglés) sobre los temas que les interesan a los profesionales de marketing (blog.returnpath.com). Guarde en sus marcadores la dirección returnpath.com/es/blog o suscríbase para recibir las últimas noticias directamente en su bandeja de entrada.



O llámenos.

Póngase en contacto con nosotros: returnpath.com/es/acerca-de/contacto/.

