



Crear contenido de email irresistible

Las fiestas son un periodo muy intenso para los profesionales del marketing. Para ayudarte a prepararte, nuestro equipo de Contenidos ha reunido algunos trucos para ayudarte en el proceso de planificación de tus emails navideños.

Te ayudaremos a prevenir que el agotamiento se apodere de tu estrategia de marketing estas fiestas. Empieza pronto y planifica con tiempo para asegurarte de encontrar las líneas de asunto y llamadas a la acción que te harán destacar en la bandeja de entrada estas Navidades.

02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

RESPONDE A ESTO:

una plantilla de email
en blanco es

.....



¿Has pensando en “desquiciante” o en “ infinitas posibilidades”? Lo más probable es que tengas sentimientos a medio camino. Conseguir contenido fresco e irresistible puede expresar tu creatividad. Por eso te ofrecemos una hoja de ejercicios para montar una lluvia de ideas en la que planear tus campañas para esta temporada navideña.

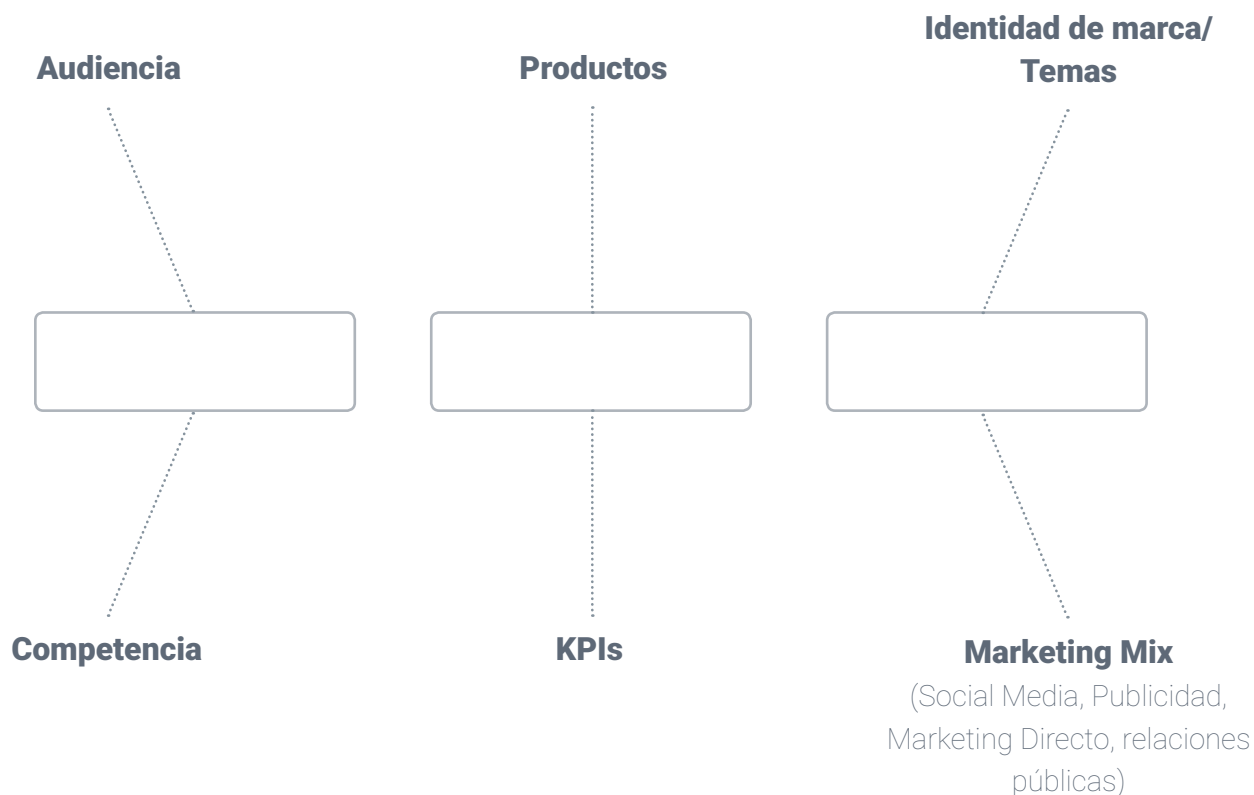
02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

2.1. Panifica tu rumbo



Una vez hayas identificado tus metas clave para esta temporada, escríbelas abajo y utiliza el mapa mental para encontrar las palabras clave o los temas. Te damos algunos puntos de inicio como ejemplo para ayudar a que tu creatividad empiece a fluir. Piensa a qué tipo de audiencia te diriges para conseguir tus metas para la temporada y cómo el contenido de tu email encajará o apoyará a otras áreas de marketing y negocios. Puede ser útil que coloques este mapa en una pizarra para apuntar ideas con tu equipo.

TUS TRES OBJETIVOS PARA ESTAS FIESTAS



02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

2.2. Enfoca tu radar



Ahora organicemos las palabras clave que hemos recopilado en nuestra lluvia de ideas inicial. En estas sesiones pueden surgir muchas ideas fantásticas, pero puede que no todas sirvan para alcanzar nuestras metas. Justo debajo encontrarás tres tablas que te ayudarán a priorizar estos temas y centrarte en la audiencia a la que quieres llegar. Añade entre 3 y 5 en la tabla “Más relevantes” para avanzar y luego coloca las demás en “Semi-relevantes” o “No tan relevantes”.

MÁS RELEVANTES

Temática	Audiencia

02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

SEMI-RELEVANTES

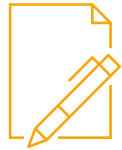
Temática	Audiencia

NO TAN RELEVANTES

Temática	Audiencia

02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

2.3. Pasa a la acción



Escribe tantas frases como puedas: no te cortes, las ideas más creativas a veces vienen de un momento de lucidez. Esas líneas pueden convertirse en una especie de etiquetas que se usarán para evocar acciones o temas. Recuerda: las palabras que evocan acciones despiertan más ideas interesantes (piensa “vamos”, “reservar”, “para”, “unir”, “descubrir”).

02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

2.4. Afianza



Es el momento de atarlo todo y comprobar cómo se verá el diseño del contenido. Como le gusta decir a uno de nuestros diseñadores: “no tiene sentido diseñar por diseñar”. El único propósito del diseño es destacar y enfatizar lo que el contenido ya dice. En esta hoja de trabajo, te animamos a que dediques algo de tiempo a pensar qué imágenes asocias a tus frases clave: éstas pueden convertirse en tus “imágenes inspiradoras”. También piensa en colores propios de la temporada: ¿cómo puedes conseguir cierto ambiente festivo sin alterar la identidad visual de tu marca? Por último, ¿cuáles son las piezas que destacan que podrían ser de ayuda? Ya sea un GIF, una entrada de blog o un video tutorial, piensa un rato en el contenido hasta que puedas ponerte con la redacción y el diseño.

02 Hoja de trabajo para *brainstorming* de contenidos

IMÁGENES INSPIRADORAS:

TRES COLORES IMPORTANTES:

ELEMENTOS MULTIMEDIA ESPECIALES A CREAR

(GIFs, vídeos, noticias de Twitter o Instagram)

PIEZAS DE CONTENIDO QUE SE DEBEN CREAR O RECICLAR

(piensa en algunas piezas que ya existan y en los contenidos nuevos para apoyar tus campañas de email vacacionales)
