



Dirección de
Comunicación Estratégica

UNIVERSIDAD DE LA SERENA
CHILE

Guía para buen uso de **mailing**



E-mailing

es uno de los canales de comunicación que la ULS dispone para activar **planes y acciones de comunicación** interna, externa o integrada.

Este canal que permite **compartir información** con una

gran cantidad de destinatarios, en tiempos de entrega breves.



Y gracias a **plataformas profesionales de envío masivo**, con posibilidad de acceder a **informes de efectividad** en indicadores como recepción, apertura e interacción (link).

Con ello, los/as emisores de información y los gestores de planes de comunicación, pueden evaluar la efectividad de lo comunicado y adoptar decisiones de mejora.

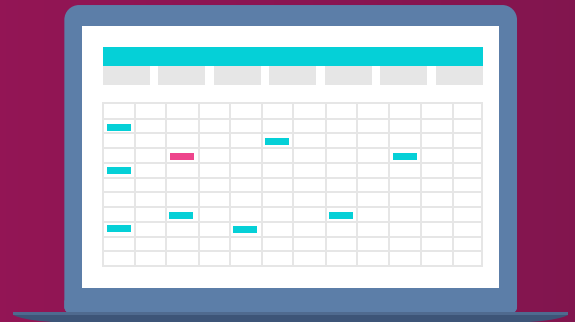


El **e-mailing** puede funcionar de manera aislada, como una acción de comunicación puntual, o bien, ser parte de un plan de acciones, donde se articula con otros canales existentes.

Para que la **comunicación** que se distribuye a través de este canal **sea efectiva**, es necesario considerar algunas **condiciones base**:

> Calidad de la base de emails de destinatarios/as

Se refleja en una base actualizada, con casillas de email bien digitadas y activas. A mayor calidad, mayores niveles de efectividad. Así evitamos rebotes duros, por casillas inexistentes o desactivadas.

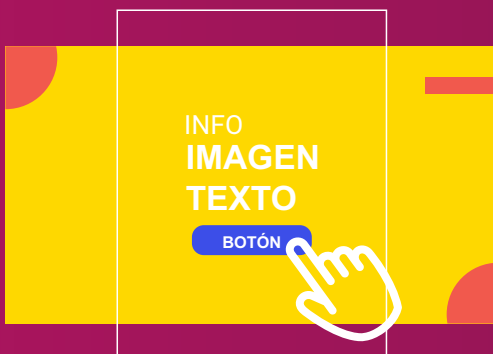


Emisor confiable

Se refiere al nombre de la **unidad**, **dirección**, **departamento**, que realiza el envío de la información.

> Asunto

Texto breve y llamativo que incentive a la apertura del e-mailing e invite a la acción.



Pieza gráfica

De fácil lectura, que contenga detalles precisos y que invite al clic.

> Pieza gráfica

Para elaborar/evaluar una **pieza gráfica** o multimedia de **e-mailing**, considere los siguientes aspectos:

Prefiera extensión
breve de textos

Una imagen visual atractiva
que apoye la idea central
a comunicar.

Los detalles de la información

deben estar alojados en un link anexo o bien, en un pdf descargable el cual debe quedar disponible a través de link para descarga en la web de la unidad requirente.

BOTÓN



Si la pieza contiene un **link** de inscripción o se busca entregar información precisa, se recomienda **utilizar botones de llamado** a la acción (call to action), por ejemplo:

Descarga aquí

+ Info

Inscríbete aquí

Conoce +

Inscríbete

Postula

Ver video

Saber +