

— MARKETING DIGITAL · ACCIONES

Secuencia de bienvenida en *cuatro correos*

La estructura que uso en mi propia newsletter: qué sale, cuándo y con qué objetivo. Con lo que exige la ley antes de enviar nada. El calendario y el registro están en el Excel que acompaña a este PDF.



Nico — Auve Nico · Consultor de marketing digital freelance en Sevilla
Acompaña al artículo «Email marketing para pymes: por dónde empezar de verdad»



El mapa de la secuencia

Cuatro correos en nueve días. Cada uno tiene un solo trabajo. Ninguno vende hasta el cuarto, y el cuarto vende con permiso para ignorarlo.

Nº	CUÁNDO SALE	QUÉ HACE	CIERRE	PALABRAS
1	Nada más confirmar el alta	Entrega el regalo prometido, cuenta qué va a llegar y cada cuánto, y por qué una lista propia	El regalo (sin venta)	180–200
2	Dos días después, por la mañana	Un caso real con fuente y un ejercicio de cinco minutos que el lector puede hacer hoy	El ejercicio	180–220
3	Cinco días después	Cómo trabajas: tu método en tres o cuatro pasos, con un dato propio	Adelanta el 4	220–260
4	Nueve días después	Precios «desde», a quién no le sirves, y una forma de hablar contigo	Tu oferta, con permiso para ignorarla	200–240

Lo que va en cada correo

- ☐ **Asunto de seis a ocho palabras, sin pregunta**
Que continúe en la primera línea del cuerpo.
- ☐ **Saludo con nombre y una sola idea**
«Buenos días, [Nombre].» Frases cortas. Un correo, una idea.
- ☐ **Un hecho propio en cada uno**
Una escena, un dato con fecha o un caso con permiso. Sin eso, es plantilla.
- ☐ **Un solo enlace por correo**
Al regalo, al caso, al método o a la reserva. Nunca tres.
- ☐ **Firma y posdata**
La posdata es el segundo titular: adelanta el siguiente correo.

Salida de la secuencia: si alguien reserva o contrata antes del cuarto, deja de recibirlo. Después de la bienvenida, la newsletter normal: quincenal, mismo día y hora.



Antes de enviar nada

Lo que exige la ley y lo que exige Gmail. Marca lo que esté hecho.

- ☐ **Consentimiento con casilla vacía y texto claro**
Qué vas a mandar y cada cuánto, con enlace a la política de privacidad. Lo pide la LSSI (art. 21) y la AEPD: acto afirmativo claro.
- ☐ **Doble confirmación activada**
No es obligatoria, pero guarda la prueba del consentimiento y limpia la lista.
- ☐ **Baja sencilla y gratuita en cada envío**
Un clic. Lo exige la LSSI y, desde febrero de 2024, Gmail.
- ☐ **Envíos desde tu dominio, no desde @gmail**
Con SPF, DKIM y DMARC configurados en el hosting; la herramienta te da los registros.
- ☐ **Tasa de quejas por spam por debajo del 0,3 %**
Es el umbral de Google. Una lista comprada lo supera en el primer envío.
- ☐ **Clientes actuales: solo productos o servicios parecidos**
Es la excepción del artículo 21.2 de la LSSI. A quien solo pidió presupuesto, no.

Tu secuencia

Nº	CUÁNDO	QUÉ HACE	HECHO PROPIO QUE LLEVA	ENLACE
1				
2				
3				
4				

Mi cuenta antes de la newsletter: 153 correos fríos a empresas que no me conocían, cero clientes. La lista se construye con permiso o no se construye. Si quieres que lo miremos juntos: Sesión de Diagnóstico gratuita, 30 minutos, 2 plazas por semana. auvenico.es/contacto/#reservar



Siguiente paso

Este recurso es gratis y sin registro. Si quieres que lo miremos juntos, hay dos formas de seguir.

Sesión de Diagnóstico gratuita

30 minutos por videollamada. Antes de la reunión reviso tu web, tu ficha de Google, tus redes y tu SEO; salimos con tres prioridades. Dos plazas por semana, de lunes a jueves de 17:30 a 20:00.

auvenico.es/contacto/#reservar

Formación y mentoría en marketing digital

Para negocios y equipos que quieren aprender a hacerlo ellos. Sesiones de trabajo sobre tu caso, con un sistema que se queda en casa.

auvenico.es/formacion-mentoría-marketing-digital/

Todos los recursos del blog, en auvenico.es/recursos/. Consultas: comunicacion@auvenico.es.