



## 6 MÉTRICAS DE EMAIL MARKETING PARA OPTIMIZAR TUS CAMPAÑAS

### 1 Tasa de apertura



$$\left[ \frac{\text{Total de correos únicos abiertos}}{\text{Total de correos enviados}} \right] \times 100$$

Porcentaje de suscriptores que abrieron el correo. Entrega una idea de cuan exitosa es la línea del asunto.

### 2 Click Through Rate



$$\left[ \frac{\text{Total de click únicos}}{\text{Total de correos entregados}} \right] \times 100$$

Porcentaje de clics en los enlaces del mensaje. Ayuda a evaluar la efectividad de un CTA y el interés de los usuarios en el contenido.

### 3 Tasa de conversión



$$\left[ \frac{\text{Total de usuarios que realizarán la conversión}}{\text{Total de correos entregados}} \right] \times 100$$

Porcentaje de suscriptores que concretan la acción objetivo. Permite medir la efectividad de la campaña desplegada.

### 4 Tasa de rebote



$$\left[ \frac{\text{Número de correos entregados}}{\text{Número de correos rebotados}} \right] \times 100$$

Porcentaje de direcciones de correo electrónico que no recibieron la campaña. Los rebotes suaves rastrean problemas temporales (servidor desactivado) y los duros, permanentes (direcciones inválidas).

### 5 Tasa de desuscripción



$$\left[ \frac{\text{Total de contactos que se dieron de baja}}{\text{Total de correos entregados}} \right] \times 100$$

Porcentaje de usuarios que cancelaron su suscripción. Si es demasiado alto, es recomendable revisar la utilidad del contenido y su frecuencia de envío.

### 6 Retorno de la Inversión(ROI)



$$\left( \left[ \frac{\text{Ganancias} - \text{Costo de inversión}}{\text{Costo de la inversión}} \right] \right) \times 100$$

Muestra el retorno total de la inversión para tus campañas y evidencia si los esfuerzos de Email Marketing están funcionando.

#### OBSERVACIÓN:



Los factores que inciden en cada indicador son múltiples. Por ejemplo, una desuscripción puede deberse a una falta de interés o a una presencia excesiva de los correos en el Inbox del usuario. Por lo tanto, además de incluir métricas accionables, para evaluar el rendimiento de las campañas también es necesario realizar análisis individuales.