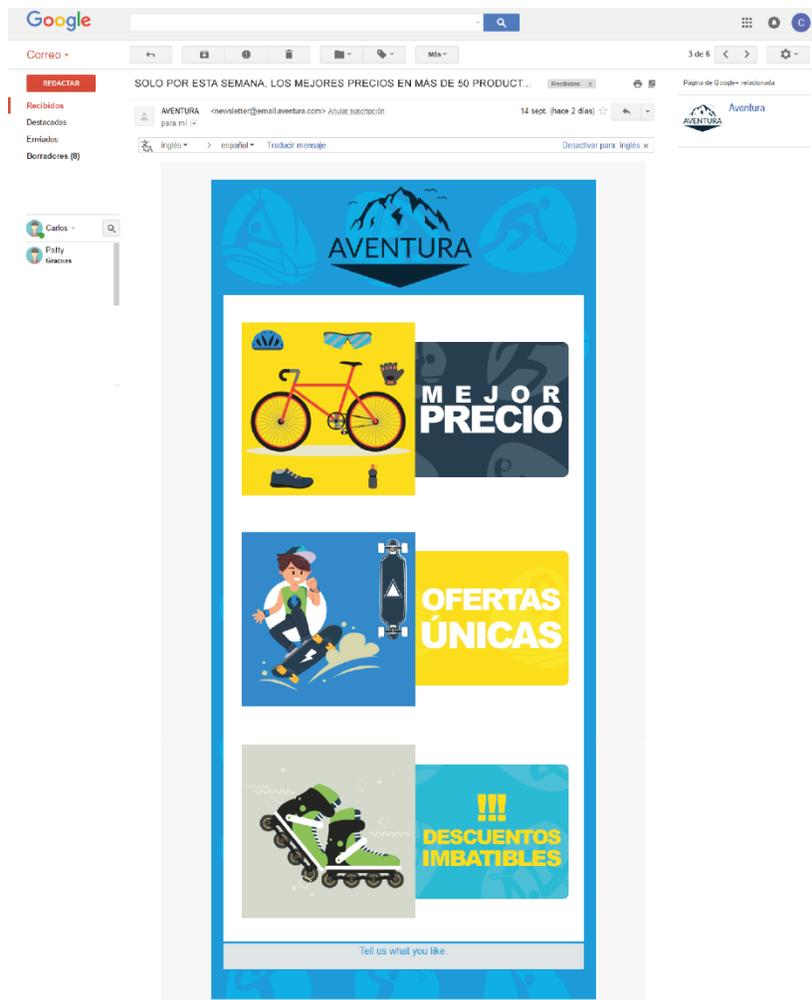
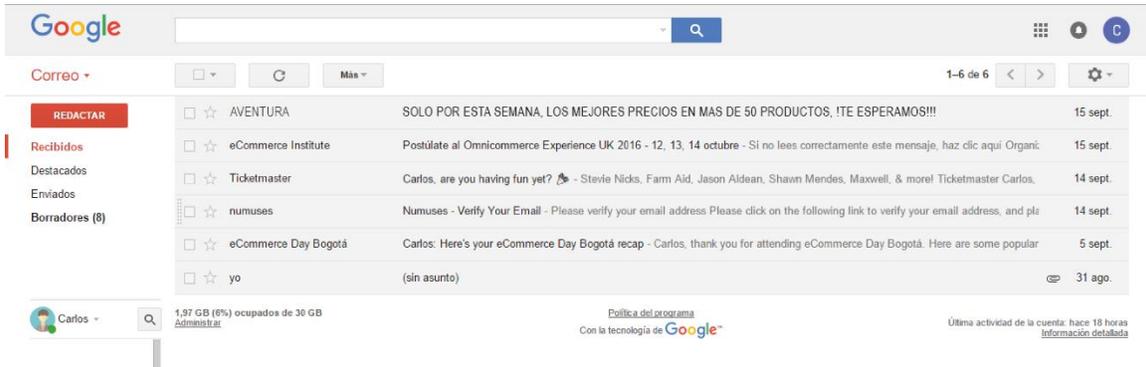


Aventura, tienda especializada en la venta de productos para deportes extremos, se encuentra realizando un análisis de sus campañas de email marketing, puesto que sus resultados a la fecha no han sido los más favorables.

Por ejemplo, en su última campaña sus tasas de apertura y conversión fueron las más bajas del año, lo cual tiene muy preocupada a la gerencia del negocio.





Tu reto consiste en utilizar tus conocimientos en el tema para:

1. Analizar las imágenes en la cuales puedes visualizar los correos electrónicos en PC y en móvil.
2. Realizar una propuesta para optimizar las campañas de email marketing y mejorar el impacto con sus clientes.

RETROALIMENTACIÓN

Tu respuesta es adecuada, si incluíste en tu propuesta para optimizar las campañas de email marketing, la siguiente información:

1. **Modificación en la presentación del asunto del correo electrónico:** la redacción del asunto es muy extensa y poco atractiva, puesto que es un mensaje que cualquier marca podría generar. Un ejemplo de un asunto correcto podría ser: *Los descuentos de Aventura están por terminar ¿Qué esperas?*



- 2. Clasificación como spam:** **Aventura** se encuentra infringiendo elementos en las políticas anti spam como son: primero, el uso de mayúsculas; segundo, la inclusión de palabras como mejores precios y, por último, el uso de símbolos de exclamación.
Recomendación: Se recomienda hacer uso de mayúsculas tan sólo cuando sea necesario y evitar caer en palabras que identifiquen a la marca como spam.
- 3. Botón de llamado a la acción:** a lo largo del mensaje las personas no tienen la opción de direccionarse al comercio electrónico de Aventura, puesto que no existen call to actions. Incluir para cada producto donde se relacione un botón que incite a la persona obtener mayor información o comprar. Por ejemplo, con textos como: *¡Compra ya!* o *Ver Más*.
- 4. No existe un diseño responsivo:** los usuarios no pueden ver el mensaje desde sus celulares, esto puede traer consigo efectos muy negativos a la marca como la pérdida de clientes.