

Cliente

**ESPERANZA  
ETERNA**

Reporte **campaña de  
Mailing**

# PRIMER MAIL - REGISTRO



HOLA, DIEGO

Te invitamos a acceder al portal web que hemos creado pensando en ti!



Ingresar a:

[www.portal.esperanzaeterna.la](http://www.portal.esperanzaeterna.la)

Aprende como REGISTRARTE en simples pasos:



Para ver el tutorial de:

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

Además, en el Portal Web puedes:



VER CRONOGRAMA DE PAGO



DESCARGAR CONSTANCIA DE INHUMACIÓN



DESCARGAR CERTIFICADO DE USO



PAGAR CON TARJETA



DESCARGAR COMPROBANTE DE PAGO



VISUALIZAR TUS CUOTAS DE PAGO

Para más consultas escribenos al:

994 374 187

O al siguiente correo:

[clientes@esperanzaeterna.la](mailto:clientes@esperanzaeterna.la)

Encuétranos en:



Esperanza Eterna

Av. Norte Blanco 305 - Urb. Rinconada Alto, 12175, LIMA

Este email se envió a [diego.vahoffmann@gmail.com](mailto:diego.vahoffmann@gmail.com)  
Recibió este email porque se ha suscrito a nuestro newsletter.

[Cancelar suscripción](#)

## Flujo de envío

DESTINATARIOS  
**12,632**

ENTREGADOS  
**11,817**

TOTAL DE APERTURAS  
**3961**



TOTAL DE CLICS  
**677**



REBOTES  
**815**



TASA DE APERTURA  
**19,13%**

\***Tasa de aperturas:** porcentaje de usuarios que recibieron tu correo y lo abrieron (promedio general 20% puede variar por rubro)

\***Rebotes:** correos enviados que no pudieron entregarse correctamente a la bandeja de entrada de los destinatarios por diferentes motivos como espacio, en desuso, etc.

\***Total de clics:** clics que se hicieron dentro del correo.

# SEGUNDO MAIL - PAGO VIRTUAL



HOLA, DIEGO

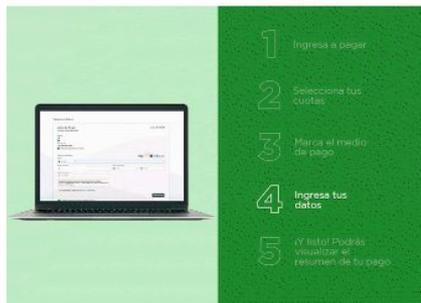
¡Ya puedes realizar tus pagos a través del Portal Web!



Ingresar a:

[www.portal.esperanzaeterna.la](http://www.portal.esperanzaeterna.la)

Aprende como PAGAR tus cuotas en simples pasos:



Para ver el tutorial de:

[HAZ CLICK AQUÍ](#)

Además, en el Portal Web puedes:



VER  
CRONOGRAMA  
DE PAGO



DESCARGAR  
CERTIFICADO  
DE USO



DESCARGAR  
CONSTANCIA  
DE INHUMACIÓN



DESCARGAR  
COMPROBANTE  
DE PAGO

Para más consultas escríbenos al:

994 374 187

O al siguiente correo:

[clientes@esperanzaeterna.la](mailto:clientes@esperanzaeterna.la)

Encuétranos en:



Esperanza Eterna

Av. Monte Blanco 305 - Urb. Rinconada Alta, 12175, LIMA

Este email se envió a [diegovaloffraneo@gmail.com](mailto:diegovaloffraneo@gmail.com).  
Recibió este email porque se ha suscrito a nuestra newsletter.

[Cancelar suscripción](#)

## Flujo de envío

DESTINATARIOS

10,936

ENTREGADOS

10,632

TOTAL DE  
APERTURAS

2991



TOTAL DE  
CLICS

288



REBOTES  
304



TASA DE  
APERTURA  
16,66%

\***Tasa de aperturas:** porcentaje de usuarios que recibieron tu correo y lo abrieron (promedio general 20% puede variar por rubro)

\***Rebotes:** correos enviados que no pudieron entregarse correctamente a la bandeja de entrada de los destinatarios.

\***Total de clics:** clics que se hicieron dentro del correo.

# CONCLUSIONES

- **Apertura de emails óptima y cerca al promedio.** Los anuncios fueron entregados a una gran parte de los destinatarios y la tasa de apertura promedio 17,89% porcentaje cerca a lo estándar (20%). Esto nos puede decir que el ASUNTO del correo fue de interés del usuario y le generó la necesidad de conocer la información. El mail de registro obtuvo una tasa de apertura óptima (19%) mientras que el de pago obtuvo un ratio menor (16%) , producto de tener palabras como “Pago”.
- **Email de Registro con más cantidad de clics y apertura.** La tasa de clics del mail de registro es alto, 3,59%. A diferencia del segundo, pago virtual, que tiene 1,82% bajo comparado a lo estándar en diferentes rubros.
- **Varios rebotes de los correos.** El correo de registro tuvo más rebotes en comparación del correo de pago, esto puede suceder por correos inválidos, bandeja de entrada llena o problemas con el servidor del destinatario, esto escapa del poder del anunciante.

# Gracias.

## ATENCIÓN

La información en esta presentación así como el material entregado por el cliente contiene secretos comerciales y confidenciales o información de propiedad intelectual tanto de **IQ FOR BRANDS** como del cliente. Su divulgación puede dar ventajas competitivas a otras empresas. Es por eso que esta presentación así como la información entregada o revelada en ella, no deberá ser divulgada, usada o duplicada en su totalidad o en parte para ningún otro propósito que no sea el de evaluar la propuesta y el requerimiento del cliente.

---