



**aldeamo**

**Email**

**¿Qué hacer para  
garantizar  
entregabilidad?**

## Tabla de contenido

1. Introducción .....	3
2. ¿Qué esperar?.....	3
3. Antes de calentar el dominio.....	4
4. Recomendaciones.....	4
5. Monitoreo .....	6

## 1. Introducción

El correo electrónico como canal de comunicación ha estado en uso por más de 30 años. Esto ha generado que varias malas prácticas sean ejecutadas por las personas que lo han utilizado a lo largo de estos años. Es por esa razón que enviar un correo electrónico recientemente ha generado la inclusión de varios entes reguladores del proceso, que instalan barreras para poder detectar los correos no deseados por los usuarios en su bandeja.

Con el fin de regular y evitar las malas prácticas en el envío masivo de correo electrónico, la reputación del dominio es cada vez más utilizada por los proveedores de buzones de correo para poder identificar los correos que los usuarios no quieren recibir. Por esta razón es importante garantizar que los dominios son presentados en el mundo digital de una manera adecuada y vital para reducir la probabilidad de problemas de entregabilidad.

Aunque la industria de correo electrónico no tiene pautas específicas para garantizar completa efectividad, es necesario adoptar un enfoque conservador y tener un calentamiento de dominio similar a un calentamiento que se le da a las direcciones IPs. El presente documento muestra algunas de las prácticas que son necesarias seguir para evitar inconvenientes al momento de hacer envíos de correo electrónico.

## 2. ¿Qué esperar?

Es posible que encuentre algunos problemas de capacidad de entrega, especialmente durante las dos primeras semanas al haber iniciado las actividades de envío de E-mail Marketing. Esto sucede porque un nuevo dominio siempre necesita crear buena reputación. Aunque las IPs de su proveedor de E-mail estén previamente calentadas, es necesario que su dominio adquiera una reputación, recuerde que, en el negocio del E-mail Marketing, en la mayoría de las veces, un dominio “Nace culpable hasta que demuestre lo contrario”.

Algunos servidores que reciben buzones tomarán la decisión de colocar sus correos electrónicos en la carpeta de “Correo No Deseado” para ver si los suscriptores los rescatan y los etiquetan como “No Spam”. En los primeros envíos, es necesario demostrar que los destinatarios quieren de verdad recibir correos electrónicos desde ese dominio remitente, es por eso por lo que se hace necesario que, en los primeros envíos, el correo electrónico tenga una buena tasa de apertura.

En este aspecto, la elección de un proveedor de Email Marketing como Aldeamo es clave y uno de los criterios de mayor peso. Es necesario una plataforma sólida y con un historial de buena reputación ante los auditores de spam. De nada sirve seguir los pasos para calentar un dominio si las IPs remitentes no

tienen una buena reputación de envío.

En promedio, la construcción de una reputación de envío en un dominio lleva aproximadamente 40 días. Puede tomar más tiempo dependiendo de:

1. Volumen de correo electrónico que está enviando.
2. Calidad de la lista de suscriptores.
3. ¿Con qué frecuencia envías correos?

### 3. Antes de calentar el dominio.

1. Cree registros para solventar el marco de políticas de legitimación de remitente. Los registros especiales para mejorar la efectividad son registros de Texto en los DNS del dominio de tipo SPF y DKIM.
2. Revise que el dominio no se encuentre en una lista negra por malos comportamientos previos. Para este paso puede utilizar <https://mxtoolbox.com/>
3. Actualice el registro WHOIS del dominio con información correcta y no use un servicio de privacidad de dominio.
4. Configure un registro de intercambio de correo (MX) para el nuevo dominio para permitir el correo entrante.
5. Asegúrese de que sus suscriptores tengan un mecanismo para darse de baja y que tengan la posibilidad de retroalimentar sus quejas. Con Aldeamo, este aspecto lo tiene resuelto.

### 4. Recomendaciones

Las siguientes son Recomendaciones de Aldeamo para empezar con el calentamiento de su dominio:

1. Para empezar a calentar su dominio, consiga una base de destinatarios de confianza (30 a 100 con direcciones personales, empleados, amigos etc.) que incluya varios proveedores de correo (Gmail, Yahoo, Hotmail etc.) y envíe una campaña con el mismo contenido que se espera enviar a futuro. Después de esto, solicitar a todos los destinatarios que abran el mensaje, que den clic en el correo y si llega a Spam, que lo marquen como "No Spam".
2. Luego del paso 1. esperar tres días para empezar con envíos de 2.000 a 4.000 suscriptores.
3. El envío debería ser a una lista variada. Un mismo dominio dentro de los destinatarios no debería

superar el 40% de la base.

4. Si no puede dirigirse a proveedores de buzones específicos, comience con un volumen de 2.000 suscriptores totales.
5. Duplique el volumen de envío cada tres o cuatro días hasta que alcance su volumen máximo diario.
6. No envíe campañas más de una vez a la misma lista en menos de una semana. Esto aumenta los reportes de Spam. Los envíos diarios deberían hacerse a listas diferentes.
7. La base de correos debe ser una base que asegure una efectividad alta en aperturas, mínimo del 50%. Por esto es mejor dirigirse a suscriptores activos al principio. La participación positiva de los suscriptores ayuda a generar confianza en el nuevo dominio de parte los proveedores de buzones.
8. Los envíos diarios calientan más rápido que los de periodicidad semanal, quincenal etc.
9. Es probable que AOL, Outlook, Yahoo y Gmail requieran un periodo de calentamiento más prolongado.
10. Pause el calentamiento si los resultados no cumplen con las expectativas. El calentamiento de un nuevo dominio no es una ciencia exacta, por lo que es importante monitorear el rendimiento, pausar el calentamiento, solucionar problemas si ocurren y empezar de nuevo.
11. Si su lista de contactos proviene de suscripciones de su sitio web o empresa, asegúrese de usar un proceso de suscripción Double Opt In o envíe un mensaje desde nuestra plataforma inmediatamente después de la suscripción. Esto aumenta significativamente las probabilidades de que el próximo mensaje llegue a bandeja de entrada.
12. El filtro de Spam es distinto para cada destinatario aún si está dentro del mismo proveedor. Es por eso por lo que lo mejor al iniciar el proceso de E-mail Marketing es hacer varios envíos pequeños y segmentados (Recomendaciones 1 y 2), luego de unas semanas usted podrá realizar envíos que superen los 50 mil envíos.
13. Si su lista de contactos es comprada, adquirida de algún evento, no validada, minada de internet o creada de forma artificial, lo más seguro es que todos los mensajes lleguen a Spam, aún si tiene los procesos de autenticación correctos. Es por eso de Aldeamo desestima de cualquier manera la compra o adquisición no correcta de base de destinatarios.
14. Por ley de protección de datos, enviar mensajes a destinatarios que no autorizaron previamente es ilegal, (al hacer envíos con Aldeamo usted acepta que su base tiene autorización previa para ser contactada y que es necesario el cumplimiento obligatorio de [CAN SPAM ACT 2003](#)). Aldeamo entiende que las prácticas de E-mail Marketing en muchos casos no contienen destinatarios autorizados, es por eso que, si usted quiere que sus correos lleguen a bandeja de entrada, debe seguir todas las recomendaciones descritas en el presente documento.
15. El envío de mensajes de E-mail Marketing es un proceso delicado que sirve para aumentar ventas y presencia de marca, sin embargo, sólo es efectivo si se hace con paciencia y siguiendo nuestras recomendaciones.
16. Los proveedores de correo guardan un registro de las direcciones IP y servidores desde donde se envían mensajes de cada dominio, por lo cual un cambio abrupto de proveedor de E-mail Marketing o el uso de múltiples puede afectar la reputación de un dominio.

## 5. Monitoreo

Después de tener buenas prácticas establecidas y actividades con resultados específicos es necesario medir las acciones previamente realizadas para el calentamiento del dominio. Para eso, Aldeamo recomienda seguir las siguientes pautas:

1. Incluya su correo electrónico en la base de envío para ver la efectividad.
2. Solicite un monitoreo periódico y notificación de su dominio, esto lo puede hacer en <https://mxtoolbox.com/>
3. Revise las estadísticas en la reportería expuesta por Aldeamo. Si su gestión se está llevando de manera correcta, las estadísticas deben mejorar.
4. Monitoree constantemente el estado de su base de datos y de los nuevos ingresos. Para esto, utilice el Validador de Correos que Aldeamo pone a su disposición.

El proceso de calentamiento para construir la reputación de envío de su nuevo dominio, en promedio puede tardar 40 días. Construir una reputación de envío con un proveedor de buzones puede ir más rápido o dependiendo de las prácticas de envío y la reputación de envío.

El proceso de calentamiento será más fácil si utiliza direcciones IP con buena reputación de envío (esto lo garantiza el servicio de E-mail de Aldeamo) y que estén registradas con listas blancas, ya que la confianza de la dirección IP ayuda a establecer la confianza con el nuevo dominio. Si ya tiene una mala reputación de envío y no sigue las mejores prácticas de marketing por correo electrónico, es probable que los problemas de capacidad de entrega continúen, independientemente del cambio de dominio