

DoubleClick **What's Clicking Monthly Newsletter - 11 / 2001**

Futuro: Rich Media en el E-Mail-Marketing

Todavía casi el 50 % de todos los E-Mails son puras noticias en texto. Sin embargo, ya en los próximos dos años se enviarán casi todos los E-Mails como archivos HTML. De forma paralela aumenta la cantidad de los llamados "Rich-Media-Mails". Esto significa: Casi cada aplicación, gráfico o animación, que ya conocemos de las Web, llegarán en el futuro directamente al Mailbox del cliente. Donde hasta ahora había muchos espacios en blanco, será en el futuro espacio para mensajes publicitarios, los cuales puede comunicar de forma mucho más fuerte el carácter emocional, la marca y las ventajas de un producto.

¿ Como podría tener éxito una campaña de Rich-Media-Mail ?

- Personalización: Mails de texto o HTML son E-Mails personalizados que hablan al cliente directamente. Éstos tienen el índice de respuesta más alto. Este es el criterio para Rich-Media-Mails: Usted se tiene que dejar personalizar
- Interrelación: Varios canales de publicidad, un mensaje: Es el mensaje de un Anuncio publicitario de televisión repetido, hay un efecto de frecuencia. El recuerdo de las marcas puede subir. La publicidad por E-Mail es otra cosa que la publicidad por televisión interactiva. Esta ventaja se pierde a través de la repetición de los anuncios

La solución: Anuncios o elementos de audio + elementos interactivos, son el no va más.

Más informaciones en:

<http://www.doubleclick.net>

<http://www.emerginginterest.com>

<http://www.dynamicsdirect.com>

<http://www.iconocast.com>