

EL PODER DEL E-MAIL MARKETING

“Las redes sociales no rivalizan con el correo en marketing directo y ni siquiera a la hora de compartir recursos ”

José Manuel Alarcón, director de Krasis.

El e-mail sigue siendo la aplicación más importante de Internet “con mucha diferencia”. Al menos es lo que sostiene José Manuel Alarcón, director de Krasis, una empresa que imparte formación on line en tecnologías Microsoft y ofrece sistemas de e-learning y e-mail marketing. Alarcón, MVP de Microsoft, sostiene que, empleado adecuadamente, el correo electrónico es más efectivo que la mayoría de las formas de marketing directo.

- Para aquellos que solamente identifican Krasis con Microsoft, ¿Qué servicios ofrece la empresa que dirige?

- En Krasis tenemos tres líneas de negocio muy diferenciadas: impartimos formación on-line en tecnologías Microsoft a miles de personas en toda España, ofrecemos sistemas de e-learning para que otras empresas puedan impartir su propia formación on-line (más de 60.000 cursos impartidos el año pasado por nuestros clientes) y finalmente un área entera dedicada a servicios relacionados con el marketing a través de correo electrónico. Es cierto que somos muy conocidos en el mundillo de la programación precisamente por nuestros cursos, pero hacemos otras cosas.

- ¿Cómo definiría en pocas palabras el e-mail marketing y el e-learning?

- El e-learning es la formación a distancia usando para ello medios telemáticos, fundamentalmente Internet, basándose en plataformas técnicas especializadas en tal tarea. El email marketing es un conjunto de técnicas orientadas a la comunicación, fidelización y venta a través de correo electrónico. Es una disciplina más técnica de lo que mucha gente cree, por lo que aparte del software necesario también ofrecemos servicios relacionados.

- ¿Cuáles son las principales ventajas y los principales inconvenientes de gestionar todas las comunicaciones por correo electrónico?

- Bueno, en realidad el e-mail es un complemento para el resto de herramientas de comunicación disponibles en la empresa, por lo que no debería ser el único medio utilizado. Empleado adecuadamente es más efectivo que la mayoría de las formas de marketing directo, y además es rápido, barato, personalizable y, sobre todo, nos permite medir con mucho detalle los resultados: lecturas, clicks, reenvíos... El principal inconveniente es que para realmente utilizarlo bien hay que dedicarle tiempo, y las listas de destinatarios, para ser efectivas y legales, hay que trabajarlas mucho. El e-mailing es más una carrera de fondo que un sprint, y eso no todo el mundo lo tiene claro.



-José Manuel es un ingeniero superior industrial, MVP (Profesional más valorado) de Microsoft y fundador de [Krasis](#), compañía dedicada principalmente al e-mail marketing y e-learning.

-Participa activamente en publicaciones del ámbito tecnológico, sobre todo relacionadas con tecnologías Microsoft. Se pueden encontrar artículos suyos en revistas como PC World, Windows Magazine o dotNetMania.

-Krasis, la compañía que dirige, es conocida por sus libros y cursos on-line de tecnologías de Microsoft.

-Es uno de los promotores de The Monday Reading Club en Vigo.

- **¿Considera que los empresarios son conscientes de todas las posibilidades que ofrece el uso del correo electrónico o siguen siendo “analfabetos” al respecto?**

- Existe un gran desconocimiento en general acerca del email. La gente ve que enviar un email individual consiste simplemente en pulsar el botón “enviar” en su Outlook o similar. Pero el envío masivo de correo es una disciplina totalmente diferente con sus propias reglas y complejidades. Esa es la principal barrera a derribar. Precisamente para ayudar a vencer estos obstáculos hemos editado recientemente un libro gratuito titulado “The Emailing Experience: 49 formas de dar en el blanco” que ofrece una visión muy buena de la disciplina. La edición en papel se ha agotado, pero se puede descargar en PDF y en formato eBook desde nuestra Web. También hacemos un blog especializado www.theEmailingExperience.com en la misma línea.



José Manuel Alarcón.

La gente ve que enviar un email individual consiste simplemente en pulsar el botón “enviar”. Pero el envío masivo de correo es una disciplina totalmente diferente con sus propias reglas y complejidades. Esa es la principal barrera a derribar.

- **El producto estrella de Krasis es MAILCast, ¿en qué consiste?**

- MAILCast es un sistema que se encarga de todo lo necesario para realizar campañas de e-mail marketing y boletines: creación de correos, segmentación, personalización, envío masivo, recogida de estadísticas y análisis de resultados. Es uno de los pocos productos profesionales de desarrollo propio en el mercado, y acumula nuestra experiencia de muchos años en el medio. El sistema es de pago por uso y tenemos clientes de todo tipo: desde autónomos o pequeñas empresas hasta grandes agencias de comunicación y portales de Internet.

- **¿Cómo sobrevive vuestra herramienta para e-mail marketing frente a los social media y las redes sociales?**

- El e-mail sigue siendo la aplicación más importante de Internet con mucha diferencia. Las redes sociales, aún con la penetración actual, no rivalizan con el correo en marketing directo y ni siquiera a la hora de compartir recursos con amigos y colegas (principal función de estas Redes), como demuestran estudios muy recientes de ámbito mundial. Además son medios complementarios, no antagónicos, y es posible combinarlos también.

- **¿Cuál es el futuro que atisba para el e-learning?**

- Como dicen los yankees: el futuro es tan brillante que tendremos que llevar gafas de sol :-). En serio: la tendencia imparable del mercado desde hace varios años es la de mover cada vez más formación a la modalidad on-line. Claro está, no todas las disciplinas son adecuadas para este tipo de formación, pero en otras muchas es objetivamente la forma más eficaz y eficiente de aprender.

- ¿Qué ha significado para usted ser MVP de Microsoft?

- Este premio lo otorga cada año Microsoft Corporation a los profesionales más destacados en sus tecnologías en cada país, por lo que por sí mismo es una satisfacción haberlo recibido 7 años seguidos. Pero lo más interesante ha sido la gente que he tenido la oportunidad de tratar y conocer: a otros MVP de España y de otros países, algunas verdaderas lumbreras del sector e incluso, en una ocasión, al mismísimo Bill Gates :-). Por supuesto también ha sido el germen de nuestro proyecto de formación on-line campusMVP.

- Krasis ha cumplido 10 años, pero son muchas las empresas que con la crisis se han visto obligadas a cerrar... ¿Cuál es la clave de su "supervivencia"?

- La paranoia :-). Nuestro sector es muy dinámico y nosotros vivimos en un estado de constante revisión y cambio. Casi cada tres meses cambiamos muchas cosas, bien internamente bien de cara al exterior, tratando de diferenciarnos. Una compañera que va a ser

madre en unos días, me decía aún hoy bromeando qué a ver si reconocía la empresa cuando volviera de la baja dentro de 5 meses.

- ¿En España en general y en Galicia en particular estamos faltos de ideas o, por el contrario, faltan ayudas para poner en marcha esas ideas?

- Ideas hay muchísimas y algunas muy buenas. En Galicia en particular a veces es increíble las empresas interesantes que te encuentras y que casi nadie conoce. Además **muchas veces no se trata de tener grandes ideas sino de implementar muy bien ideas normales**. Está claro que el origen condiciona mucho y en España no sería posible jamás una empresa como Google o Facebook, lo cual es una lástima. Más que una cuestión de ayudas (no creo en funcionar a base de subvenciones o ayudas directas), se trata más de un cambio de legislación y de mentalidad. Aquí la principal forma de financiación siguen siendo los bancos, pero el Venture Capital está todavía por desarrollar de verdad. Esto daría para hablar largo y tendido.

Personal

Un lema: "Alguien que nunca ha cometido un error es que nunca ha intentado nada nuevo".

Un sinónimo de Galicia: Superación.

Una palabra gallega: Curriño (siempre me han encantado estas palabras tan delicadas nuestras).

Un gallego a tener en cuenta: Luis Tosar.

Un libro: "Está usted de broma Sr. Feynman", de Richard Feynman, Divertido e inspirador.

Una imagen: La ría de Vigo, lo primero que veo todos los días al levantarme. Preciosa.

Un anuncio publicitario: Aunque no soy partidario de los tópicos, me gustó mucho la campaña de Gadis de "Vivamos como galegos".

Una virtud: La confianza.

Una página Web: Soy adicto a www.technologyreview.com del MIT.

Una cita: "Si no quieres ser reemplazado por un ordenador, no actúes como uno de ellos", Arno Penzias, premio Nobel de física en 1978.

Un consejo a jóvenes empresarios/emprendedores: Especialízate en algo y céntrate sólo en eso. No se trata de tener una idea genial y diferente sino de saber diferenciarte con ella y hacerlo de manera distinta.