



# CÓMO UTILIZAR SendPulse

G U Í A R Á P I D A



SENDPULSE LATINOAMÉRICA

# CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN /01



### EMAIL MARKETING /02

- CÓMO USAR EMAIL MARKETING CON SENDPULSE
- TIPS PARA ENVIAR UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING EFECTIVA
- CÓMO EVITAR LA CARPETA DE SPAM



### NOTIFICACIONES WEB PUSH /06

- CÓMO USAR NOTIFICACIONES WEB PUSH CON SENDPULSE
- CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE NOTIFICACIÓN WEB PUSH



### SMS MARKETING /10

- CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE SMS
- TARIFA DE PRECIOS DEL SERVICIO SMS EN LATAM



### CONSTRUCTOR DE LANDING PAGES /13

- CÓMO CREAR UNA LANDING PAGE



### CHATBOTS /15

- CÓMO CREAR UN BOT
- CÓMO CONECTAR UN CHATBOT EN FACEBOOK MESSENGER
- CÓMO CONECTAR UN CHATBOT EN TELEGRAM
- CÓMO CONECTAR UN CHATBOT EN WHATSAPP
- CÓMO CONECTAR UN CHATBOT EN INSTAGRAM
- CÓMO CREAR UN FLUJO AUTOMATIZADO DE CHATBOT



### TIPS PARA USAR CHATBOTS DE MANERA EFECTIVA



### SISTEMA CRM /20



### SENDPULSE EDU (CREADOR DE CURSOS)/ 22

### PLAN DE SOCIOS /25

# INTRODUCCIÓN

**E**l mundo avanza muy rápido y el mundo del marketing digital avanza aún a mayor velocidad. Es por ello, que todos los días vemos nacer nuevos y diversos canales de

comunicación que permiten a las empresas posicionar sus productos o servicios en diferentes espacios.

Entre los canales de marketing más usados están:

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Landing Pages
- Páginas de eCommerce
- Sitios web multi páginas

Y un montón de canales más.

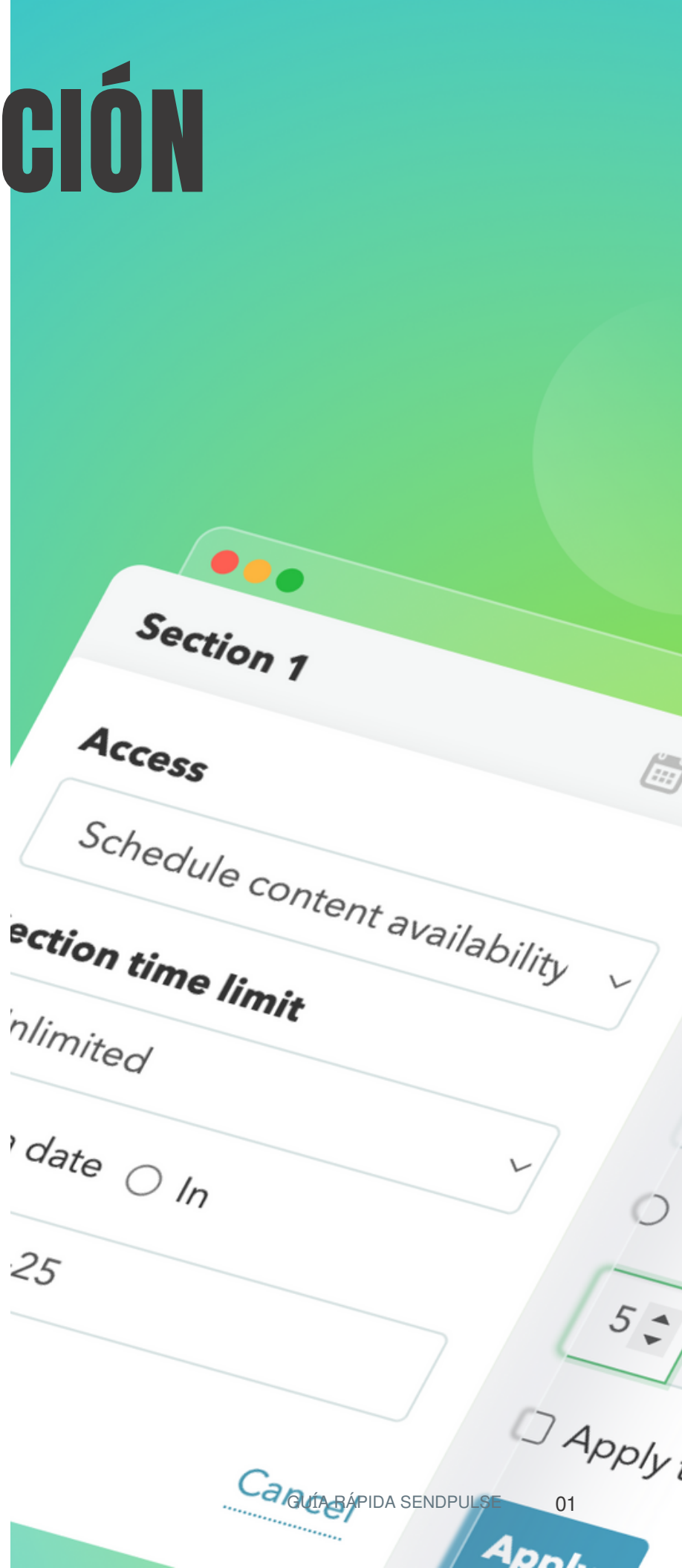
Pero, esto nos lleva a preguntarnos: ¿cuál es el mejor canal de comunicación para mi empresa? La respuesta es un bastante compleja.

Primero, ¿por qué conformarnos con un solo canal?, ¿por qué no realizar una estrategia multicanal? Si analizamos las tendencias del marketing digital en la actualidad, veremos que todos los expertos se dirigen a un punto específico: la estrategia omnicanal.

Una estrategia omnicanal se refiere a la armonización de todos los canales de comunicación que tiene la empresa.

Y para ello es necesario contar con una plataforma que te permita crear una estrategia de este tipo y SendPulse es la indicada. Con sus 7 herramientas: correos, chatbots, SMS, landing pages, notificaciones web push, creador de cursos y CRM, no necesitarás más.

Aprende en este libro como utilizar cada una de estas herramientas.



# EMAIL MARKETING



**E**l marketing por correo electrónico o email marketing es una de las herramientas digitales más rentables en la actualidad. De acuerdo con varias estadísticas, el email marketing cuenta con un Retorno de la Inversión (ROI) aproximadamente \$42 USD (\$845 pesos mexicanos) por cada \$1 USD (\$20 pesos mexicanos) que se invierten.

SendPulse ofrece soluciones para el email marketing y cuenta con varios planes de precios que se acomodan a las características de las empresas. Así, sólo se paga lo que se utiliza y se evitan gastos innecesarios.

Ahora, te presentaremos los elementos básicos que debes conocer sobre el servicio de marketing a través de correos electrónicos de SendPulse.



## CÓMO USAR EMAIL MARKETING CON SENDPULSE

La campaña de correo electrónico es el pilar del email marketing. Por este motivo, que te enseñaremos en pocos pasos cómo enviar una campaña en SendPulse.

### PASO 1: INTRODUCIR INFORMACIÓN DE LA CAMPAÑA

El primer paso es dirigirte a la sección de "Correo Electrónico" de tu plataforma de SendPulse. En el menú izquierdo, haz clic en el botón de "Crear campaña".

Posteriormente, selecciona una o varias listas de correo a las que deseas enviar la campaña. Para una mayor personalización, te recomendamos segmentar a tu audiencia en función de los datos de los destinatarios. Para ello, marca "Usar segmentación" y selecciona las condiciones de segmentación.

En esta misma sección, selecciona la dirección y el nombre del remitente. Para terminar este paso redacta una línea de asunto. (Ver Figura 1)

Puedes configurar una personalización y enviar a cada cliente una línea de asunto diferente según sus datos. Para hacer esto, haz clic en {}, ve a la pestaña "Agregar condición" y configura las condiciones.

FIGURA 1

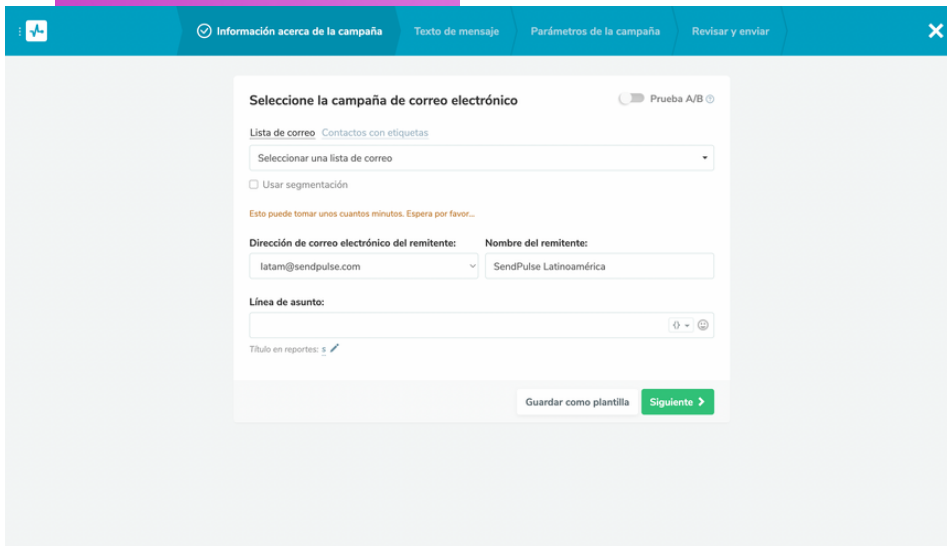


FIGURA 2

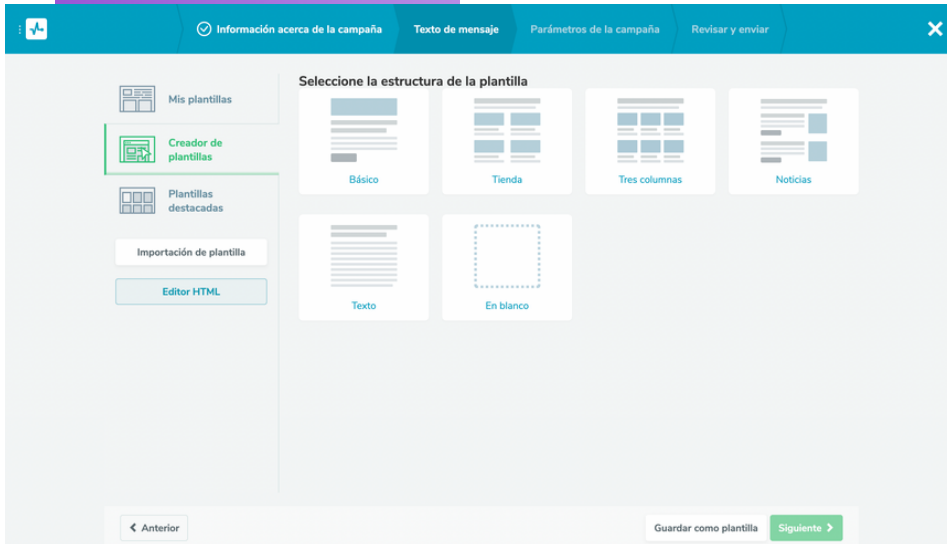
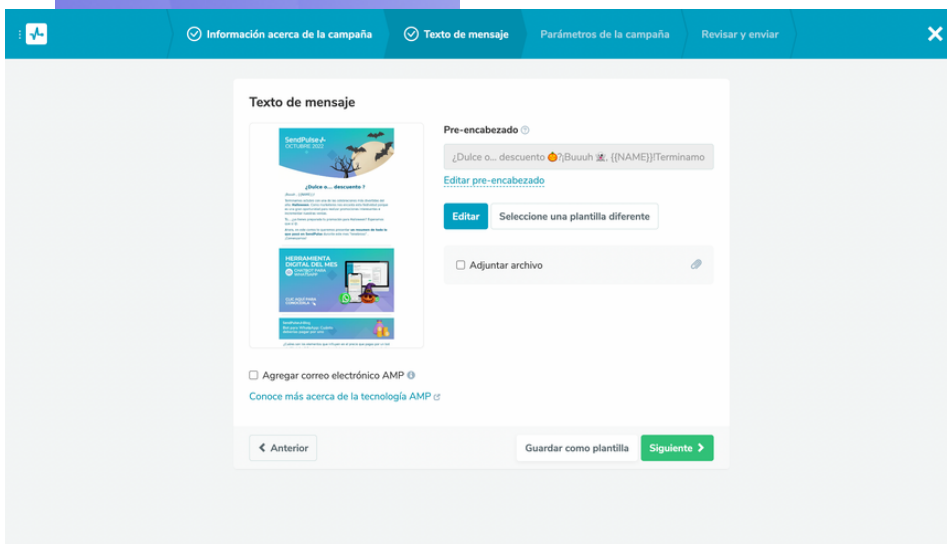


FIGURA 3



## PASO 2: GENERAR CONTENIDO DE LA CAMPAÑA

Selecciona una plantilla y procede a editarla. Puedes personalizar el mensaje añadiéndole los datos personales del cliente como su nombre, correo electrónico y cualquier otra variable.

De igual manera, puedes crear una plantilla desde cero, seleccionando la opción "**Creador de plantillas**". Puedes escoger estructuras básicas, de tienda, tres columnas, noticias, textos y en blanco. Al seleccionar cualquier opción se abrirá el **editor de arrastrar y soltar**. (Ver **Figura 2**).

Después de escoger o crear tu plantilla de campaña, haz clic en la opción "**Siguiente**", para pasar al siguiente paso.

Por defecto, el pre-encabezado será la primera línea de tu campaña, sin embargo, puedes cambiarlo para que se complemente con la línea del asunto. Haz clic en "**Editar pre-encabezado**", coloca el texto que desees y haz clic en "**Guardar**".

Si lo deseas, sólo marca la casilla de adjuntar archivo y arrastra y suelta el archivo que desees adjuntar. (Ver **Figura 3**).

FIGURA 4

## PASO 3: ESTABLECER LOS PARÁMETROS DE LA CAMPAÑA

En este paso puedes realizar un seguimiento de tus estadísticas sobre las aperturas de correo electrónico y los clics. También puedes permitir agregar etiquetas a cada enlace para realizar un rastreo efectivo de las visitas de tu sitio web desde la campaña con ayuda de Google Analytics.

Al seleccionar los parámetros haz clic en el botón verde de “**Siguiente**”. (Ver Figura 4)

## PASO 4: REVISAR Y ENVIAR

En este paso puedes hacer alguna última modificación antes de enviar la campaña.

Finalmente comprueba que los datos de la campaña estén correctos y programa el envío. Si necesitas realizar cambios en cualquier parte del correo electrónico, haz clic en Editar, realiza tus modificaciones y regresa al paso "Vista previa y envío".

Para seleccionar sólo da clic en el botón verde de “**Seleccionar**”. Puedes enviar el correo electrónico inmediatamente o programarlo para una fecha y hora diferente. Para ello, selecciona “**Comenzar a enviar**” en “**Hora de envío**” y configurar la fecha y la hora deseadas. El servicio enviará automáticamente tu campaña de acuerdo con el horario que hayas especificado.

## TIPS PARA ENVIAR UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING EFECTIVA

A continuación te presentamos algunos consejos para que tu campañas alcancen una alta rentabilidad.

### UTILIZA UN DOMINIO PROPIO

Un dominio es un nombre único que recibe cada sitio web y que se utiliza para las direcciones de correos electrónicos para las empresas. El dominio es lo que le da la identidad al correo corporativo.

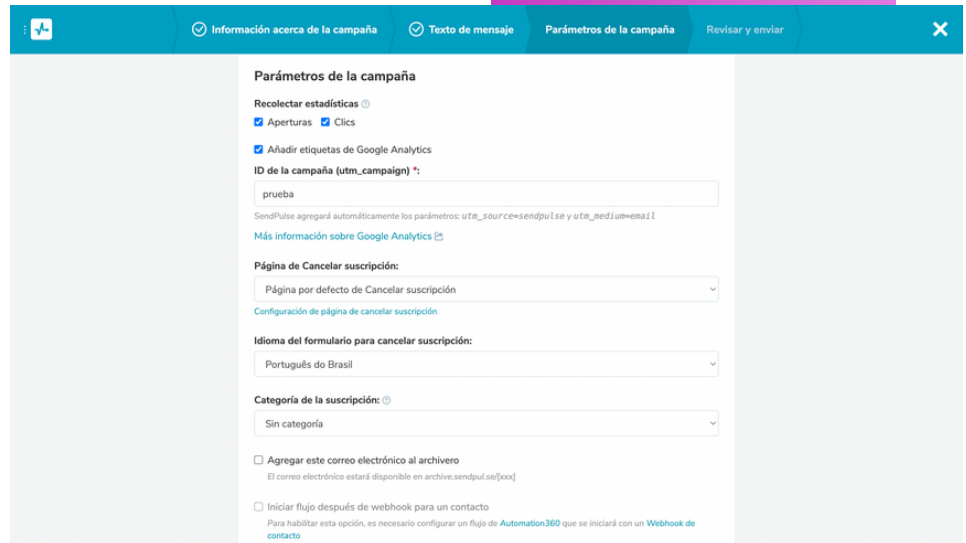
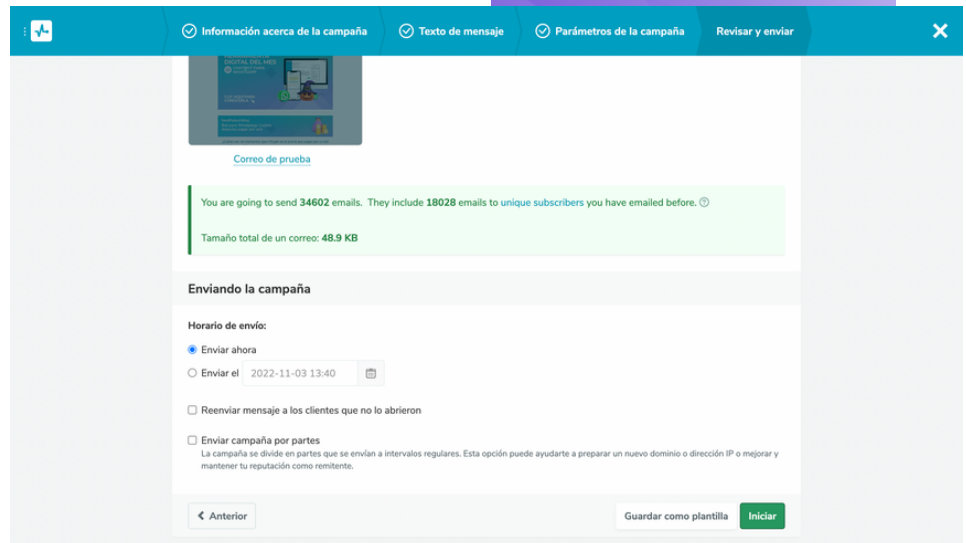


FIGURA 5



Los correos de la empresa en lugar de tener una terminación como “@gmail.com” o “@outlook.com”, tienen el nombre o identificativo de la empresa, por ejemplo: “@sendpulse.com”.

Es importante contar con un dominio propio porque al mandar constantemente campañas, los servidores de correo electrónico los pueden confundir con spam.

Además, un dominio le da confianza al lector de que la empresa es seria y se encuentra debidamente establecida.

## SEGMENTA A TU AUDIENCIA

La segmentación es clave para poder llegar a las personas que de verdad están interesadas en tu producto o servicio, ya que filtra a los clientes que tienen la intención clara de comprar tu producto o servicio.

Es importante que los usuarios abran constantemente tus correos, si no lo hacen, el algoritmo de los gestores de email puede considerar tus correos como información basura.

## PERSONALIZA TUS ENVÍOS

La personalización es un elemento importante. Como se mencionó en los puntos anteriores, esto ayudará a que las personas abran tus correos. Un porcentaje amplio de apertura garantiza que la información le llegue a tus contactos.

La personalización se puede realizar a partir de variables que se sustituirán con la información personal de cada contacto.

## USA COPYS CLAROS Y CONCISOS

No le des tantas vueltas al asunto, procura que la información no sea reiterativa. Si bien, el correo electrónico permite colocar más información que otros medios, esto no te permite garantizar que el usuario leerá el mensaje.

Es importante que el lenguaje que utilices en el correo sea en segunda persona para que se pueda establecer una mejor conexión con el usuario.

## NO OLVIDES EL CTA

No importa que tan corto sea el mensaje que quieras comunicar en el correo electrónico, siempre tiene que existir un llamado a la acción o Call To Action (CTA). Ya sea para comprar tu producto o servicio o agendar una cita o, simplemente, visitar un sitio web o red social, asegúrate de decirle a tus prospectos qué hacer.

## USA PRUEBAS A/B

Una prueba A/B es una campaña donde se predicen las métricas de los envíos de correos. Las pruebas A/B te permiten comparar elementos de tus correos y usar las variantes más efectivas con las más altas tasas de entrega, tasas de apertura, y enlaces pulsados.

## NO PIERDAS DE VISTA TUS ESTADÍSTICAS

Esto te ayudará a saber qué mejorar. En email marketing hay dos estadísticas que son fundamentales para conocer qué tan bien le está yendo a la campaña:

- **Open rate:** Es el número de personas que abrieron tu correo electrónico. Normalmente suele estar representado en porcentaje, pero en plataformas como SendPulse puedes saber el número exacto de usuarios que abrieron la campaña.
- **clic-through rate:** Es la cantidad de veces que el usuario o lead le dio clic a algún enlace dentro de una campaña de marketing digital.

## ENVÍA CONTENIDO RELEVANTE

Finalmente, el tip más importante es generar contenido de valor. Si le aportas contenido útil a tu audiencia muy probablemente te leerán cada vez que le mandes un correo.

## CÓMO EVITAR LA CARPETA DE SPAM

- Lee los términos de servicio de SendPulse, ahí te explicamos cuáles son las campañas que están prohibidas y que pueden ser bloqueadas. En SendPulse es muy importante no propiciar que se comparta información errónea a tus contactos.
- Autenticar tu dominio. Esto lo puedes hacer rápido en SendPulse sólo tienes que dirigirte a la sección de **"Configuración de Servicio"** de tu plataforma de SendPulse, dar clic en la sección de **"Autenticación de correo"**, luego ir al apartado de **"Autenticar dominio"** y hacer clic al botón de **"Activar"**, colocar el dominio y dar clic en el botón de **"Generar registros"**, ya después vamos a incorporar los registros que creamos a nuestro hosting.
- No pagues por listas de correo ya que estarás cometiendo una infracción que en muchos países puede ser ilegal en términos de la protección de datos personales. Además, no sabes si las personas que están dentro de estas listas forman parte de tu segmento de mercado.
- Evita las palabras spam ya que el algoritmo de los procesadores de correos electrónicos toma como información basura palabras como las siguientes:

### Relacionadas a compra directa

"aceptamos tarjetas"; "compra ahora"; "todos los medios de pago"; "datos de facturación", etc.

### Relacionadas a descuentos

"acceso gratuito"; "gratis"; "descuento"; "% de descuento"; "regalo"; "oferta especial", etc.

### Relacionadas a contenido sexual

"sexy"; "calientes"; "sexo"; "cita fácil", etc.

# NOTIFICACIONES WEB PUSH



**L**as notificaciones web push son mensajes instantáneos, enviados por una aplicación o sitio web, en respuesta a un evento o proceso determinado que tiene lugar en la aplicación o página web. Estas herramientas son frecuentemente utilizadas en páginas de eCommerce.

## CÓMO USAR NOTIFICACIONES WEB PUSH CON SENDPULSE

Con SendPulse puedes configurar este tipo de notificaciones sin contar con conocimientos avanzados de codificación. A continuación te mostramos cómo.

### PASO 1: CONFIGURAR EL SITIO WEB PARA NOTIFICACIONES

Para agregar datos del sitio, ve a la pestaña "Push" y haz clic en Agregar nuevo sitio web. Selecciona un protocolo de sitio e ingresa el enlace a tu sitio.



FIGURA 6

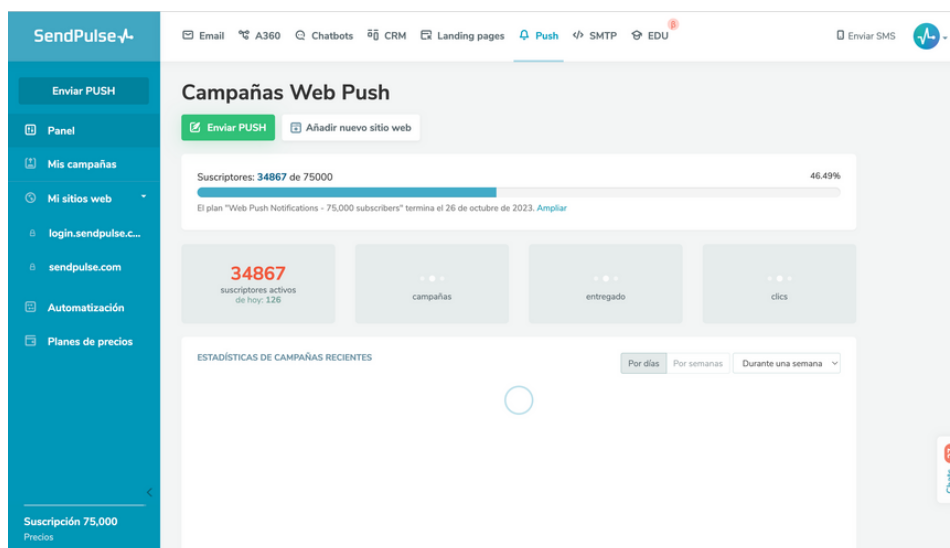


FIGURA 7

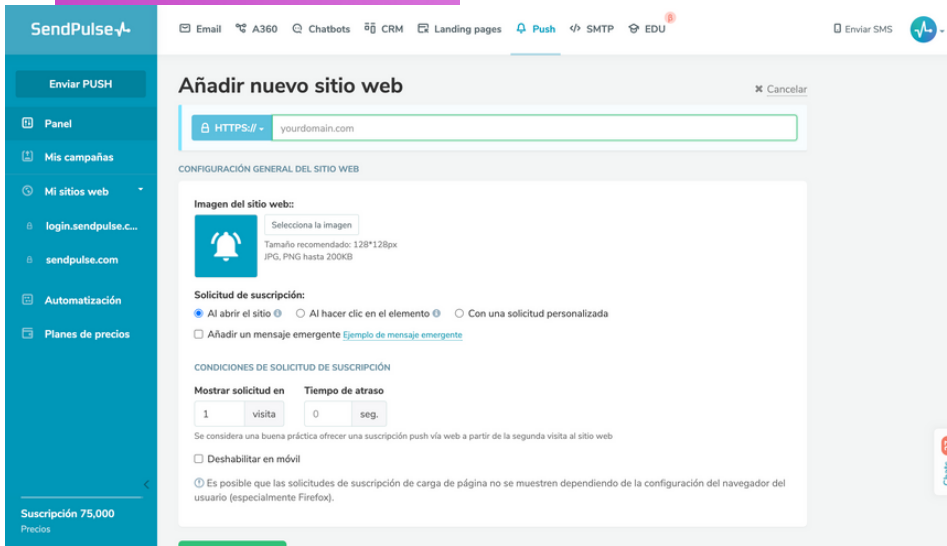


FIGURA 8

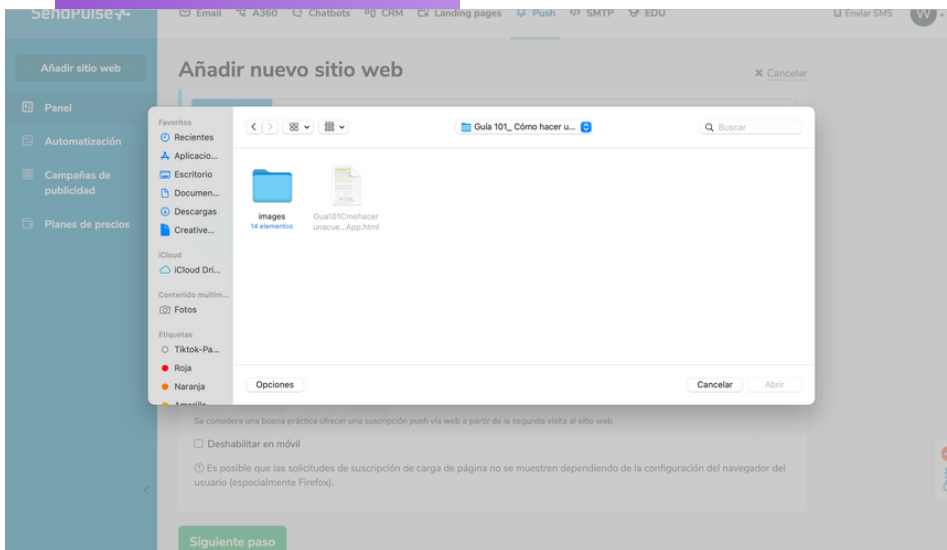
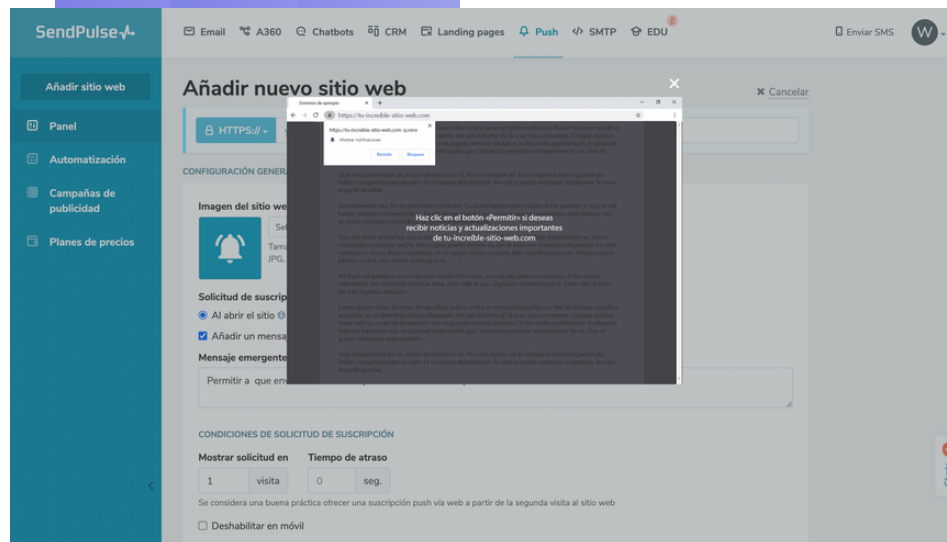


FIGURA 9



## PASO 2: CONFIGURAR UNA SOLICITUD DE SUSCRIPCIÓN

Selecciona una imagen para mostrar en tu solicitud de suscripción. Ten en cuenta que la imagen solo se mostrará para la solicitud de suscripción personalizada, así como al enviar campañas.

Selecciona la condición para mostrar la solicitud de suscripción:

- **Al abrir el sitio web:** La solicitud de suscripción se mostrará justo después de que un visitante abra tu sitio.
- **Al hacer clic en el elemento:** La solicitud de suscripción se mostrará justo después de que un visitante haga clic en un enlace o botón.
- **Con la solicitud personalizada:** La solicitud de suscripción se mostrará justo después de que un visitante confirme su suscripción mediante la solicitud de suscripción personalizada.

Para crear una solicitud de suscripción activada por un usuario que abre tu sitio web, especifica la condición para mostrar la solicitud. También puedes ocultar notificaciones web push en dispositivos móviles y agregar un mensaje de aviso.

Para crear una solicitud de suscripción activada por un usuario que hace clic en el elemento, agrega la clase `sp_notify_prompt` al elemento que mostrará la solicitud después de hacer clic en él.

Para crear una solicitud de suscripción personalizada, selecciona el tipo de visualización: predeterminada, lightbox, topline, similar a Safari o botón flotante. Personaliza la apariencia y ubicación de tu bloque.

Luego, ingresa el cuerpo de la solicitud y las etiquetas de los botones. Especifica la hora de visualización de la solicitud. También puedes ocultar la solicitud de suscripción en dispositivos móviles.

Para finalizar este paso, haz clic en el botón "Siguinte".

FIGURA 10

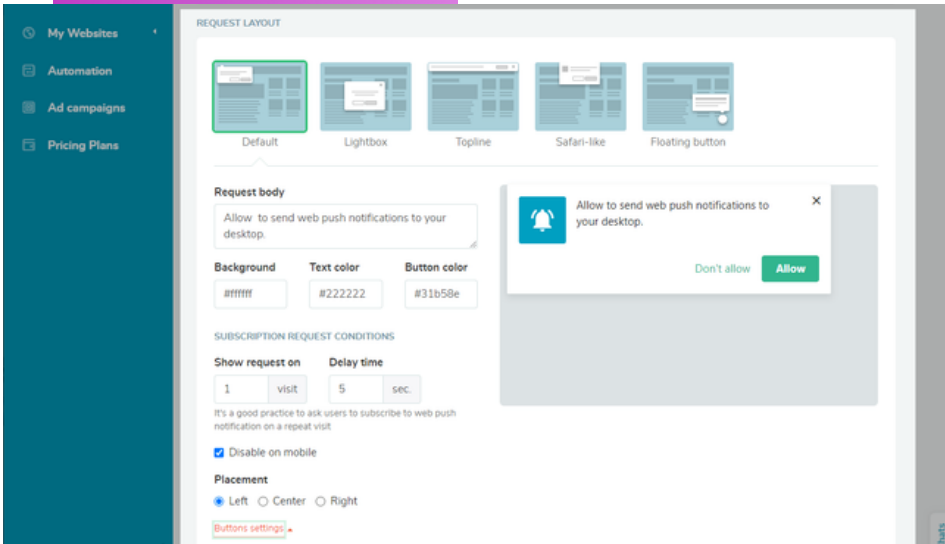
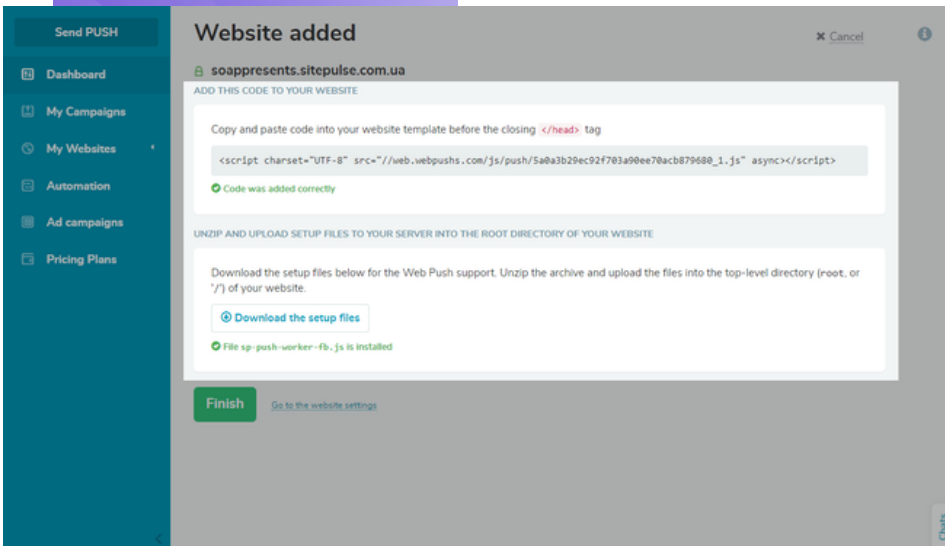


FIGURA 11



## PASO 3: AGREGA UN CÓDIGO A TU SITIO

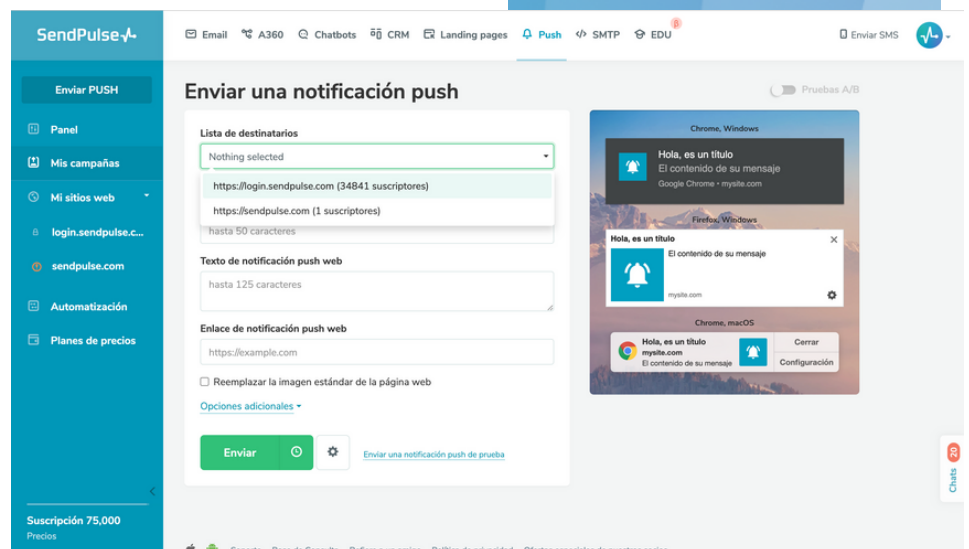
Después de agregar el sitio, agrega el código resultante al sitio antes de la etiqueta de cierre </head>.

A continuación, descarga los archivos de instalación y cárgalos al servidor en el directorio de nivel superior del sitio (raíz o "/").

Haz clic en Comprobar la Configuración. Si el script y los archivos de instalación se agregan correctamente, aparecerán los estados correspondientes.



FIGURA 12



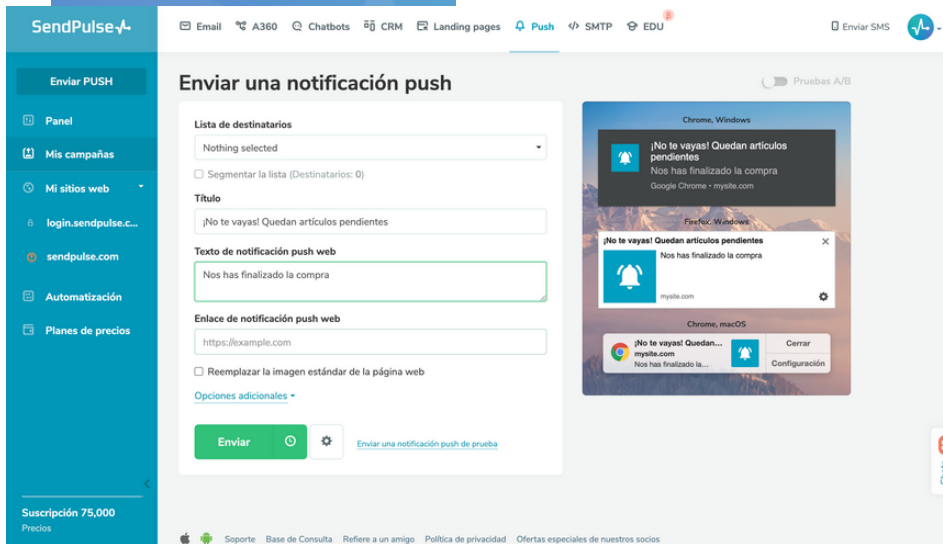
# CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE NOTIFICACIÓN WEB PUSH

Ve a la sección "Push", y haz clic en **Enviar PUSH**. En esta sección, sigue los siguientes pasos.

## PASO 1: AGREGAR DESTINATARIOS

Selecciona uno o varios sitios de la lista a cuyos suscriptores deseas enviar la campaña.

FIGURA 13



## PASO 2: PERSONALIZAR LA NOTIFICACIÓN WEB PUSH

Ingresa el título y el texto de su notificación web push. Tu título puede tener hasta 50 caracteres y el cuerpo del texto puede tener hasta 125 caracteres.

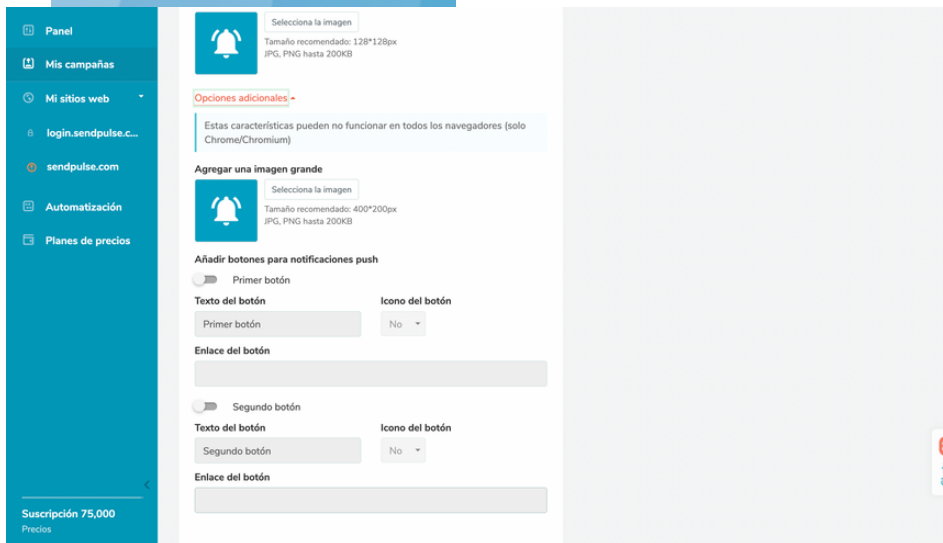
Agrega un enlace que el destinatario seguirá después de hacer clic en la notificación.

Opcionalmente, puedes reemplazar la imagen predeterminada. Para hacer esto, activa **"Reemplazar la imagen estándar del sitio web"** y selecciona una nueva imagen. El tamaño de imagen recomendado es 128 x 128px, hasta 200 KB. Los formatos de imagen preferibles son jpg. y png.

Puedes agregar una imagen grande y botones a tu notificación en los navegadores Chrome y Chromium.

Puedes ver cómo se verá tu notificación push en diferentes navegadores a la derecha.

FIGURA 14



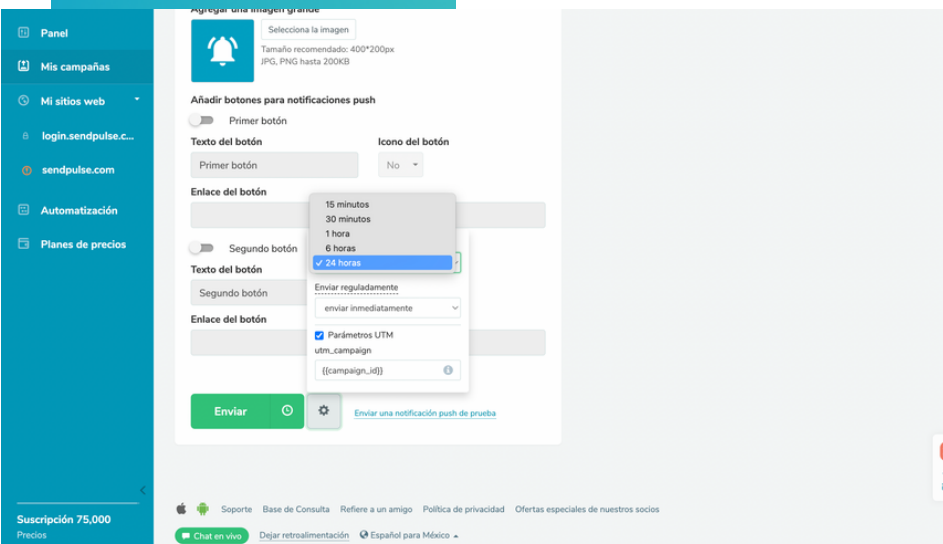
## PASO 3: ESPECIFICAR EL TIEMPO Y ENVIAR CAMPAÑA

Puedes enviar tu campaña inmediatamente después de crearla o programarla. Para ello, haz clic en el **icono del reloj**, activa **"Programar para más tarde"** y selecciona la fecha y la hora.

Luego, haz clic en el **icono de configuración**, establece la vida útil de la notificación, es decir, el período en que el mensaje puede ser entregado al suscriptor.

Selecciona una de las opciones de limitación de envío: enviar de inmediato o durante un cierto número de horas. Recomendamos usar esta función si estás enviando tu campaña a una gran base de suscriptores (podrás reducir la sobrecarga del servidor). Además, puedes agregar códigos UTM para análisis.

FIGURA 15



# SMS MARKETING



**E**

l marketing por SMS es una estrategia basada en el envío de mensajes de texto cortos por telefonía móvil a una amplia audiencia en todo el mundo.

Aquí te explicamos algunas de las principales ventajas de utilizar este tipo de comercialización en tu negocio.

- **Alcance global.** Alrededor de cinco mil millones de personas tienen una conexión móvil, el SMS marketing ofrece grandes oportunidades para interactuar con el público, limitado sólo por la creatividad y el tamaño de la lista de números telefónicos.
- **Alto nivel de interacción.** La gente revisa su teléfono móvil 80 veces al día, es por eso que una campaña de marketing por SMS muestra una tasa de apertura bastante positiva.
- **Múltiples oportunidades de uso.** Las empresas utilizan el SMS marketing para publicidad, alertas, notificaciones, anuncios, concursos, recordatorios, confirmaciones, entre muchas opciones más.
- **Contacto instantáneo con los usuarios.** Normalmente, una campaña de SMS tarda entre 3 y 6 segundos para la entrega. La velocidad es un factor esencial de la eficiencia del SMS.



- **No hay rebotes.** A diferencia de otros canales, no hay rebotes durante las campañas de SMS marketing. Incluso si un dispositivo móvil está fuera de alcance o apagado, los SMS llegarán a los usuarios una vez que el teléfono esté conectado a una red móvil nuevamente.
- **Funciona mejor en combinación con otros canales.** El SMS marketing va de la mano con herramientas de las que ya hemos hablado en capítulos anteriores como el email marketing y notificaciones web push. Los expertos en marketing crean una combinación de estos canales para alcanzar sus objetivos y, a veces, envían SMS automáticamente para duplicar el mensaje que el correo electrónico no pudo entregar.

FIGURA 16

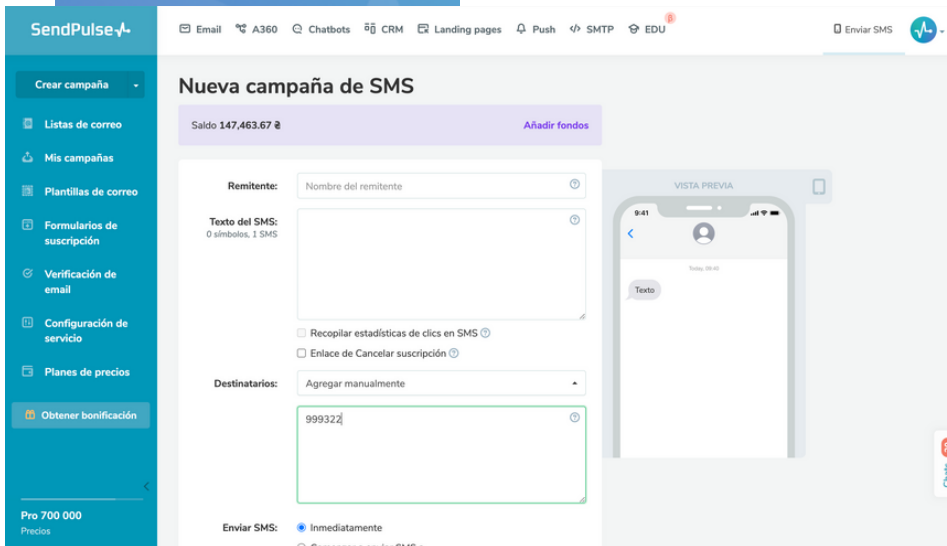


FIGURA 17

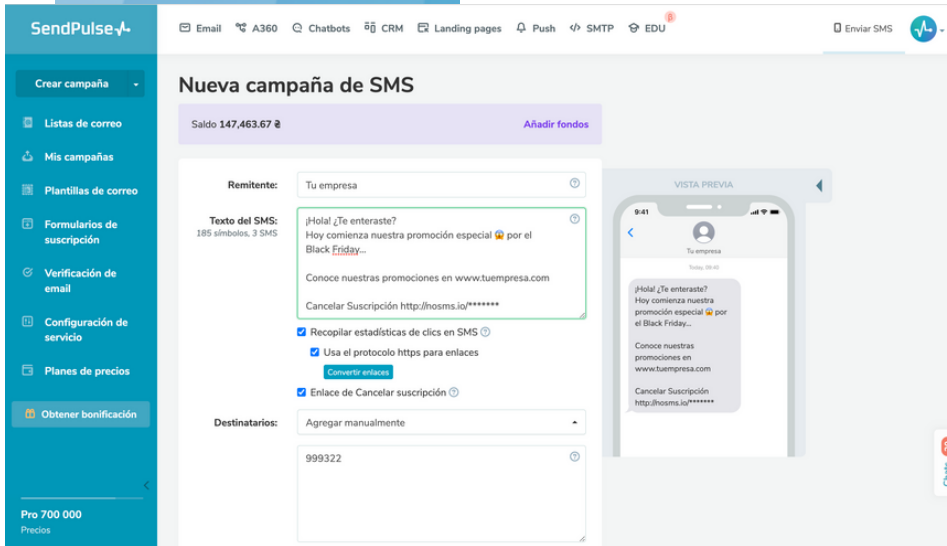
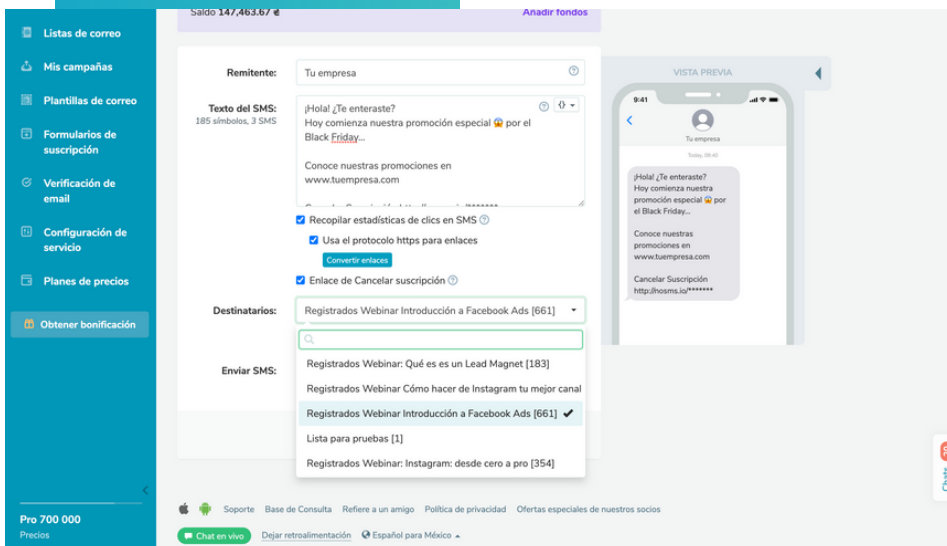


FIGURA 18



# CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE SMS

Crear una campaña de SMS con SendPulse es muy fácil. En sólo 4 pasos podrás obtener todos los beneficios de este canal digital.

## PASO 1: ELEGIR UN ID DE REMITENTE

Para enviar SMS a algunos operadores en diferentes países, es posible que debas registrar un ID de remitente.

## PASO 2: ESCRIBIR EL MENSAJE DE TEXTO

Puedes escribir cualquier mensaje, siempre que cubra los requisitos como no excederse de los 160 caracteres latinos o 60 caracteres Unicode. Ten en cuenta que los espacios se cuentan como caracteres.

También puedes incluir variables en el mensaje y enviar información diferente a cada destinatario. Para hacer esto, haz clic en `{{}}` a la derecha de la ventana de entrada y selecciona una variable de la lista de correo.

Asimismo, puedes agregar un enlace para cancelar la suscripción al mensaje, al hacer clic en él, el destinatario no recibirá correos futuros de tu cuenta.

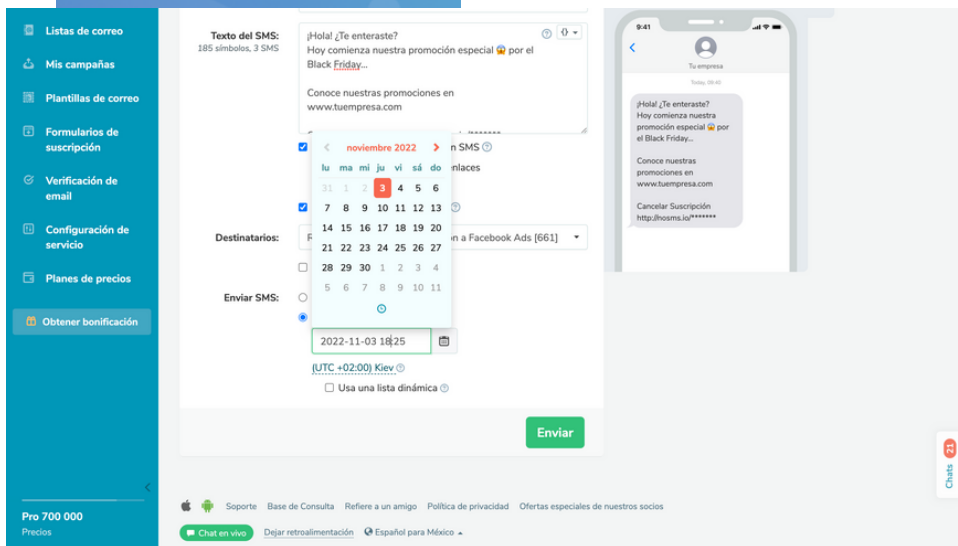
## PASO 3: INGRESAR DESTINATARIOS

Elige el método para ingresar tus destinatarios. Puedes utilizar la entrada manual: cuando eliges esta opción en la siguiente ventana, debes introducir los números de teléfono del destinatario en formato internacional.

También puedes seleccionar una lista de correo existente con números de teléfono para poder usar variables en tus mensajes.

Recuerda asegurarte de que el número esté correcto ya que no hay devoluciones en el envío de SMS.

FIGURA 19



## PASO 4: ENVIAR CAMPAÑA SMS

Elige la hora de envío: de inmediato o en una fecha y hora programadas de acuerdo con la zona horaria de tu cuenta.

A continuación, puedes ver el número total de SMS que enviarás, calculado por el número de destinatarios y partes del SMS, y el precio de envío para cada operador o país.

Haz clic en "Enviar" y tu lista de correo se enviará después de la moderación, que demora menos de 5 minutos.

## TARIFA DE PRECIOS DEL SERVICIO SMS EN LATINOAMÉRICA\*

País	Código	Precio por mensaje (USD)	Clave
México	MX	0.017	52
Colombia	CO	0.02	57
Argentina	AR	0.08	54
Chile	CL	0.036	56
Ecuador	EC	0.095	593
Bolivia	BO	0.12	591
Guatemala	GT	0.046	503
Perú	PE	0.037	51

\*PRECIOS SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO. CONSULTE ACTUALIZACIONES.

# CONSTRUCTOR LANDING PAGES



**U**

na página de aterrizaje es una página web separada creada para fines de marketing o publicidad, como lo es aumentar las tasas de conversión.

Por lo general, las personas llegan a la página después de hacer clic en un enlace de correo electrónico, siguiendo uno de la página de resultados del motor de búsqueda o anuncio de redes sociales.

Las landing pages no deben estar vinculadas al sitio web de la empresa, ya que sólo deben presentar dos opciones para el usuario: seguir el llamado a la acción o irse.

Las páginas de aterrizaje son críticas para aumentar la visibilidad de la marca, impulsar más ventas, mejorar las prácticas de SEO y generar nuevos clientes potenciales.

Si se utiliza la landing page para la generación de prospectos, es necesario que contenga un formulario de suscripción que se encuentre vinculado a un servicio de email marketing. El formulario servirá para almacenar los principales datos de contacto del prospecto para que el equipo de ventas se pueda comunicar con ellos para ofrecerles tu producto o servicio.

Estas son algunas estadísticas que demuestran la importancia de utilizar muchas páginas de aterrizaje para mejorar tus prácticas:

- Las páginas de aterrizaje ofrecen un crecimiento promedio de 2.35% en la tasa de conversión.
- El 68% de las empresas B2B utilizan páginas de aterrizaje para adquirir más clientes potenciales;
- Las empresas que aumentan su número de páginas de aterrizaje de 10 a 15 ven un aumento del 55% en clientes potenciales.
- Una landing page sólo tarda un promedio de 8 segundos en causar una impresión positiva a sus visitantes.
- Los videos en una página de aterrizaje pueden aumentar las tasas de conversión en un 86%.



FIGURA 20

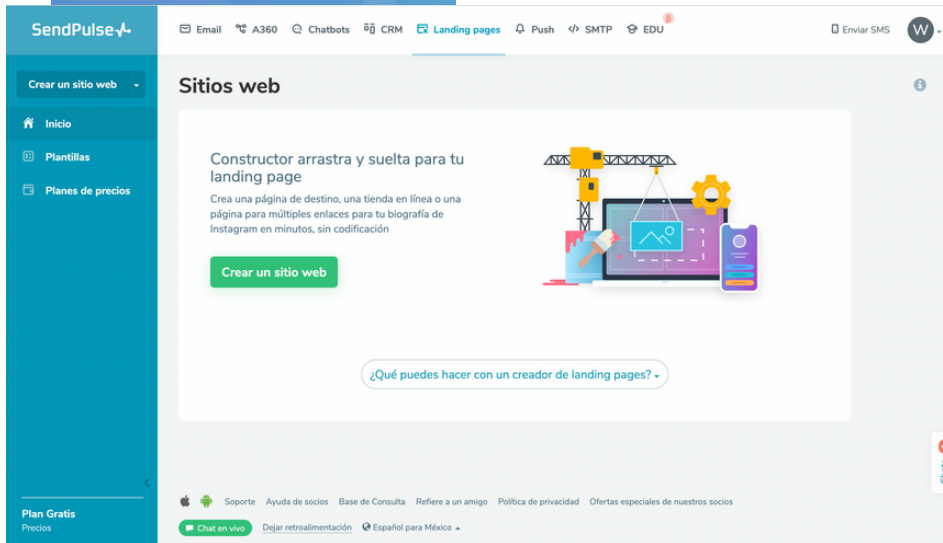


FIGURA 21

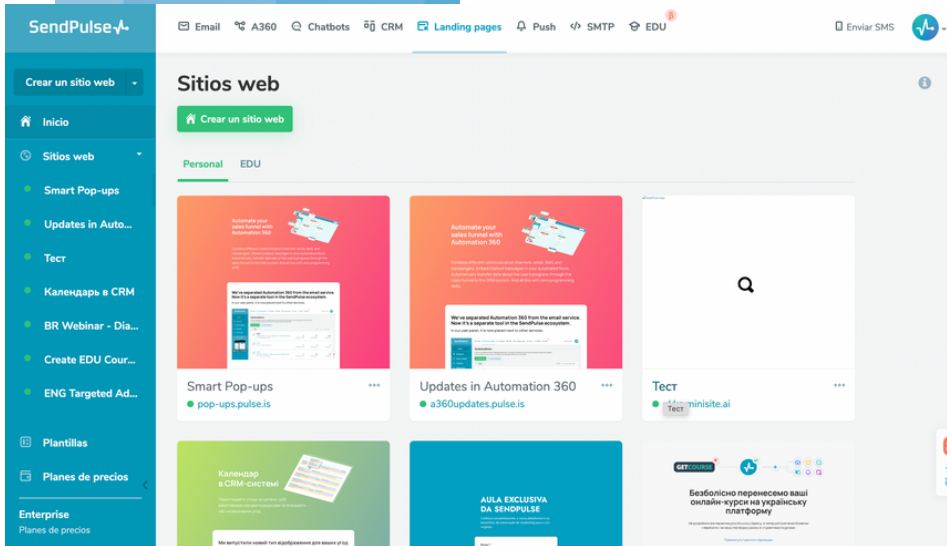


FIGURA 22



# CÓMO CREAR UNA LANDING PAGE

Con el constructor de arrastrar y soltar de SendPulse es fácil crear una landing page. Aprende el paso a paso:

## PASO 1: CREAR SITIO WEB

Para crear una página, ve a la pestaña "Sitios" y haz clic en **Crear sitio**. Luego, haz clic en **+Nuevo sitio**.

## PASO 2: SELECCIONAR Y EDITAR LA PLANTILLA

Selecciona una plantilla, o trabaja desde cero con tu landing page. Posteriormente agrega los elementos de diseños que consideres necesarios.

Antes de comenzar a agregar elementos, crea el estilo de sitio que desees. De forma predeterminada, la combinación de colores y el estilo de texto que selecciones se aplicarán a todos los elementos que utilices. También puedes establecer o cambiar el estilo general de tu sitio después de crearlo.

Ten en cuenta que la configuración general del estilo del sitio se aplicará a todas las páginas del sitio.

Puedes encontrar el ícono de la **paleta de estilo del sitio** en la esquina superior izquierda de la barra superior. Haz clic en el icono de la paleta y selecciona **"Personalizar"** junto al elemento deseado.

Cuando hayas terminado de crear tu sitio, haz clic en **Guardar y salir**. Ingresas el nombre del sitio y el nombre de dominio. Al agregar una nueva página, ingresa una URL a la página.

## PASO 3: PUBLICAR PÁGINA

Una vez terminado el diseño de tu landing page dirígete a la esquina superior derecha y haz clic en el botón **Publicar**.

# CHATBOTS



**L**os chatbots son herramientas digitales muy rentables que en los últimos años se han convertido en elementos indispensables para el marketing digital.

Sólo en 2020, durante los primeros meses de la pandemia del COVID-19, las interacciones con chatbots aumentaron en un 87% gracias a las ventas en línea. Esto demuestra dos puntos importantes: 1) su tendencia de crecimiento y 2) su compatibilidad con las ventas en línea.

SendPulse puede ayudarte en esta labor con sus soluciones en Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp y Telegram.

## CÓMO CREAR UN CHATBOT

Conectar un chatbot es una tarea relativamente sencilla, sobre todo si se tiene un editor de arrastrar y soltar como el de SendPulse. El proceso es parecido en las cuatro plataformas en las que se pueden crear chatbots con SendPulse, sin embargo, existen sus diferencias, por lo que te explicaremos el proceso de cada una de ellas de manera individualizada.



## CÓMO CONECTAR UN CHATBOT EN FACEBOOK MESSENGER

En tu cuenta de SendPulse, dirígete a la sección de "Chatbots" y ahí al botón de "Administrar bots".

Al hacer clic en ese botón se abrirá una nueva página en donde podrás seleccionar el canal en donde deseas crear tu bot, en este caso será en Facebook Messenger. Para ello, es necesario hacer clic en el texto "Conectar".

A continuación, se abrirá una nueva página y tendrás que hacer clic en el botón de "Iniciar sesión con Facebook"

para poder colocar tus datos de inicio de sesión y vincular tu página.

Al abrirse la ventana emergente tendrás que ingresar a tu cuenta de Facebook que esté vinculada a tu página comercial.

Al ingresar a tu cuenta tendrás que seleccionar la página a la que deseas conectar el bot, otorgar los permisos necesarios y listo, ya tienes conectado el bot a Messenger.

Revisa las Figuras 23 y 24 para apreciar mejor el proceso.

FIGURA 23

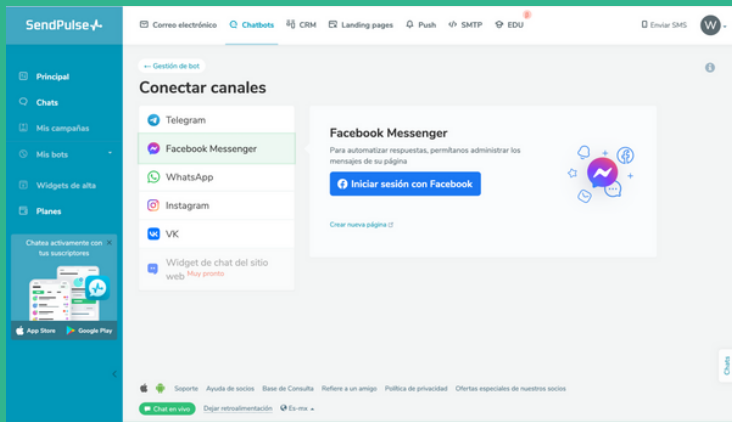


FIGURA 24

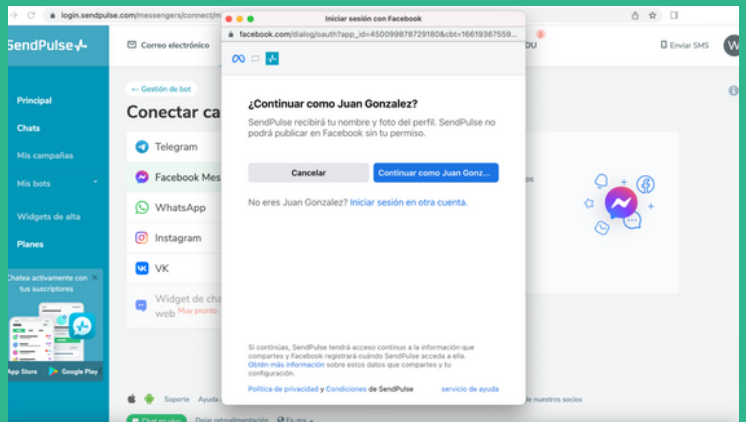


FIGURA 25

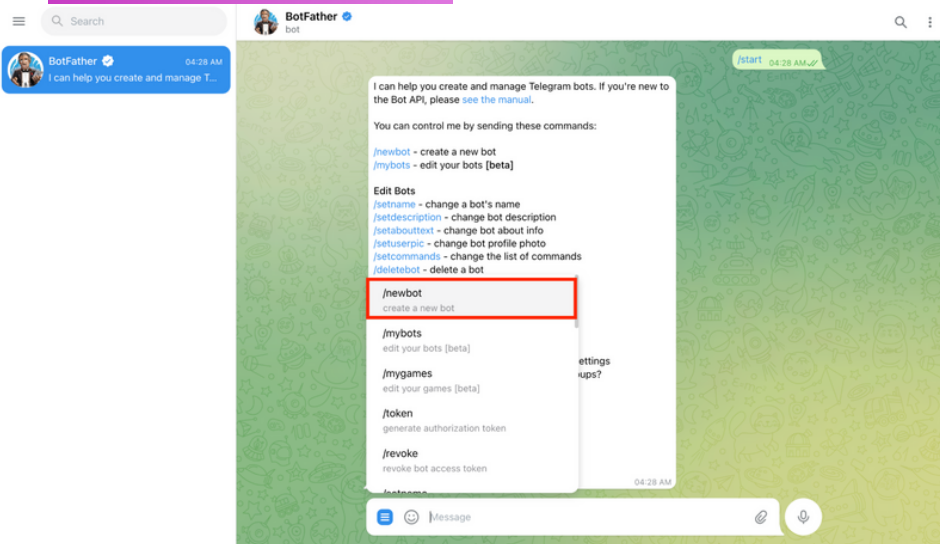
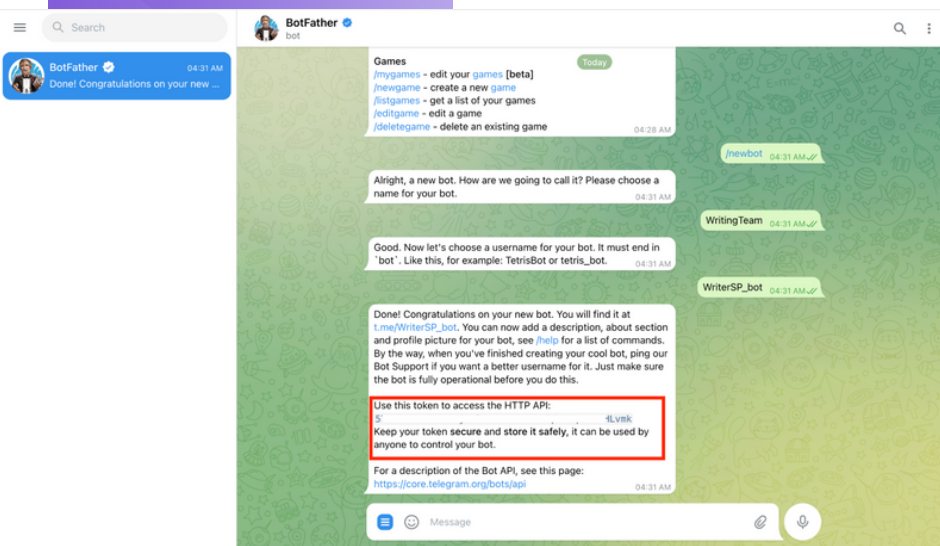


FIGURA 26



## PCÓMO CONECTAR UN BOT DE TELEGRAM

Para conectar un chatbot de Telegram, necesitas seguir un proceso previo. El primer paso es entrar a tu aplicación de Telegram y, en el buscador, colocar la palabra **“BotFather”**, cuando lo encuentres, elige ese bot.

Ten en cuenta que los bots oficiales de Telegram tienen una marca de verificación azul junto a su nombre. Haz clic en **“Inicio”** para activar el bot BotFather. Automáticamente te llegará una respuesta con la lista de comandos. En tu respuesta selecciona la opción **“/newbot”**.

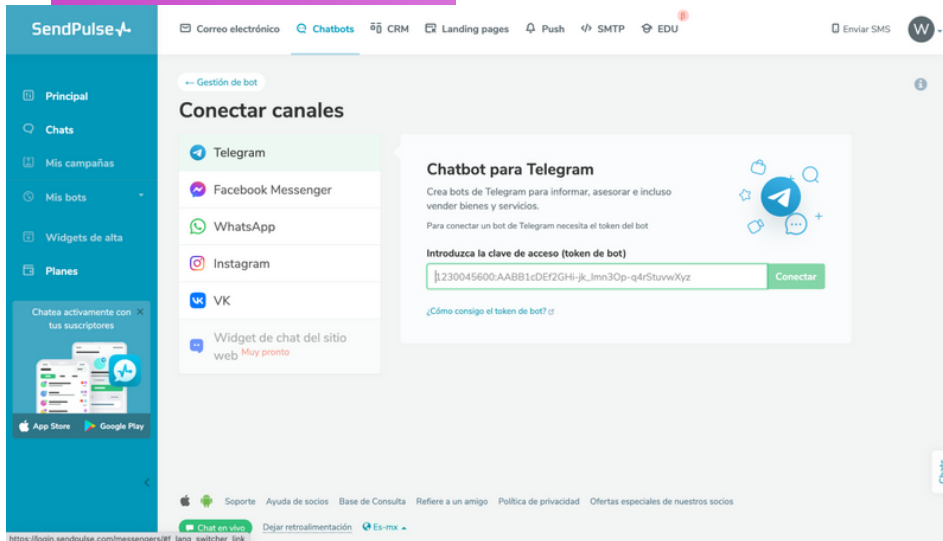
Al seleccionar el comando **“/newbot”**, se te solicitará que escojas un nombre para el bot y un nombre de usuario. Escoge el más adecuado para tu negocio y envía tu respuesta.

A continuación, te llegará un mensaje con un **Token de acceso**. Copia el Token y dirígete a tu cuenta de SendPulse.

En tu cuenta de SendPulse, ve a la sección **“Chatbots”**, luego a **“Conectar canales”** y ahí selecciona la opción **“Telegram”**. Posteriormente, pega el token en donde se te solicita y haz clic en **Conectar**.

Inmediatamente se abrirá una ventana emergente y haz clic en el botón **Abrir en el navegador**.

FIGURA 27



En el navegador haz clic en el botón **Enviar mensaje**. Automáticamente se te redireccionará al chat de tu bot y te suscribirás a él. Una vez completado este paso tendrás configurado tu bot de Telegram.

## CÓMO CONECTAR UN BOT DE WHATSAPP

Ve a la sección **“Chatbots”** en tu cuenta de SendPulse. Si no has conectado ningún canal previamente, haz clic en **Conectar**. Si ya has conectado bots, ve a la sección **“Administrar bots”** y haz clic en **Añadir bot**. También puedes hacer clic en **“Conectar”**

En la sección de **“WhatsApp”**, ve a la pestaña **“Nuevo bot”** y haz clic en **Continuar con Facebook**. Inicia sesión en la cuenta de Facebook que utilizaste para crear o usarás para crear tu cuenta de Facebook Business.

A continuación, se iniciará el asistente de configuración de la cuenta para crear un chatbot de WhatsApp. Haz clic en **Comenzar**.

Concede los permisos necesarios para la cuenta y los pagos y haz clic en **Continuar**.

## CÓMO CONECTAR UN BOT DE INSTAGRAM

Antes de crear un bot para Instagram debes asegurarte de tener conectada tu cuenta empresarial de Instagram con una página de Facebook.

Primero dirígete a tu página de Facebook e ingresa a la sección **“Configuración de la página”**. En el menú izquierdo, dirígete a **“Instagram”**. Ahí, haz clic en el botón **Conectar cuenta** para vincular la página de Facebook con tu cuenta empresarial de Instagram.

Ten en cuenta que sólo se pueden vincular cuentas de Instagram de negocio y no es posible hacerlo con una cuenta personal.

FIGURA 28

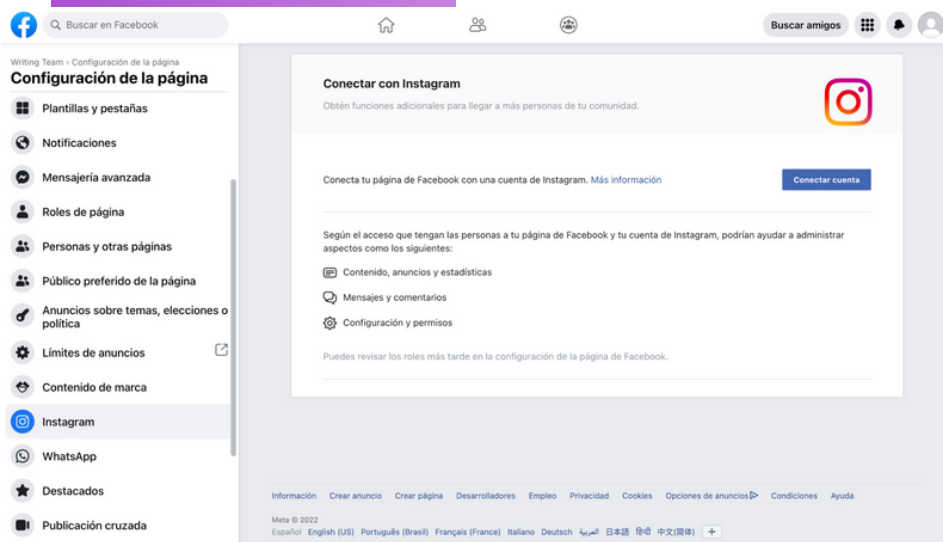


FIGURA 30

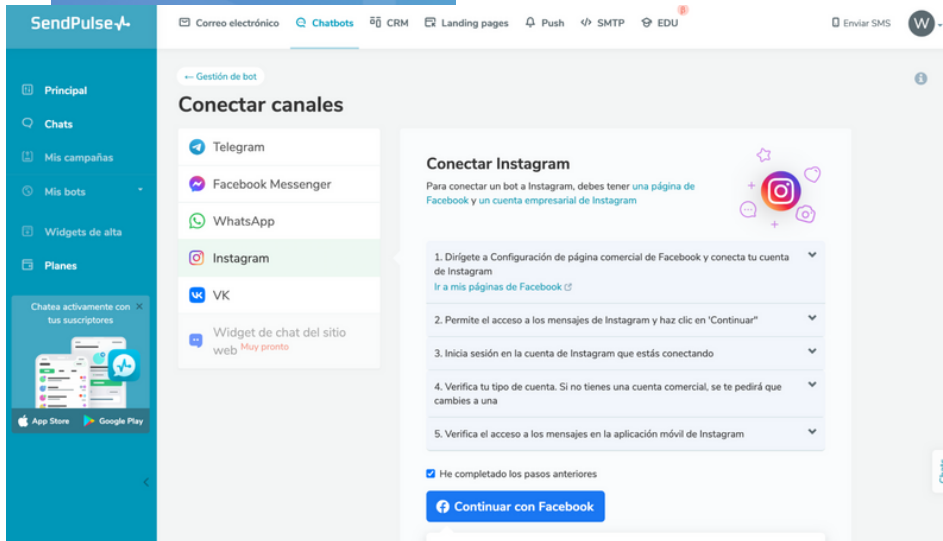


FIGURA 31

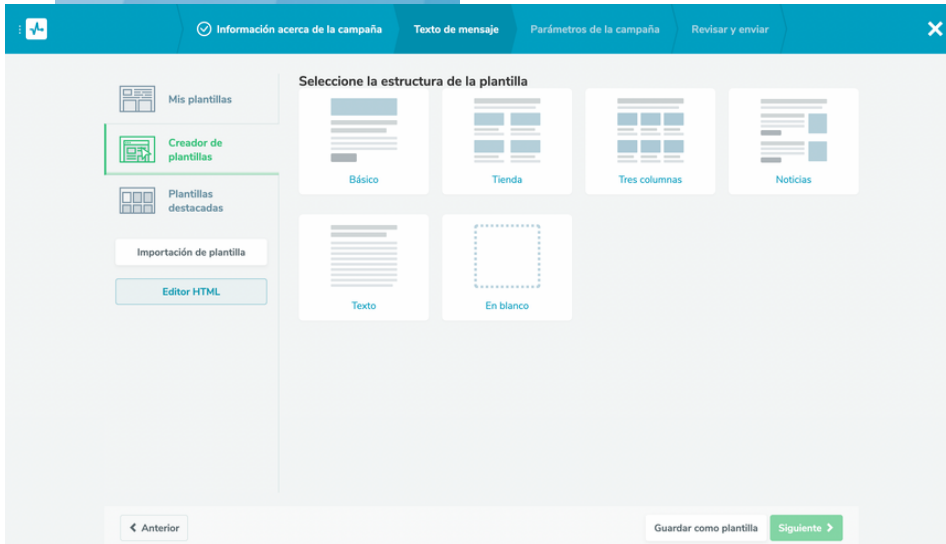
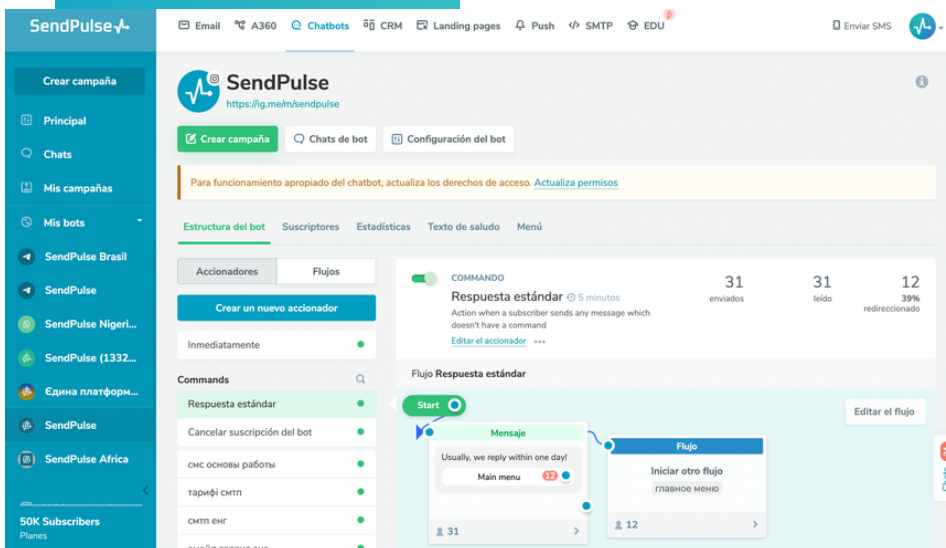


FIGURA 32



Inmediatamente se abrirá una ventana emergente donde se solicitará acceso a los mensajes de Instagram en la bandeja de entrada. Haz clic en **Continuar** y se te redirigirá a la cuenta de Instagram que tengas abierta en tu navegador.

Finalmente, sólo haz clic en el botón **Continuar como...** o inicia sesión en otra cuenta haciendo clic en **Cambiar de cuenta**. Ahora es momento de conectar tu bot.

En la sección **“Chatbots”** de tu cuenta SendPulse, selecciona la opción **“Instagram”**. En este punto se te solicitará que marques la casilla **“He completado los pasos anteriores”**, si tu cuenta de Instagram ya está vinculada a tu cuenta empresarial de Facebook. Si seguiste los pasos anteriores, puedes marcar la casilla. Finalmente, haz clic en el botón **Continuar con Facebook**.

A partir de este momento tendrás que seguir los mismos pasos que en el proceso de configuración de un bot de Facebook Messenger que te compartimos anteriormente.

## CÓMO CREAR UN FLUJO AUTOMATIZADO DE CHATBOT

Los flujos automatizados permiten simular conversaciones reales entre el usuario y el bot. Existen 3 tipos de flujos predeterminados: “Mensaje de bienvenida”, “Respuesta estándar” y “Cancelar suscripción desde bot”.


Para crear un flujo automatizado, dirígete al bot, ve a la pestaña de **“Estructura del bot”** y selecciona un disparador. Una vez seleccionado el disparador, configura los elementos del flujo.

En SendPulse puedes seleccionar elementos de: texto, imágenes, tarjeta, filtro, respuestas rápidas y entrada de usuario.

## TIPS PARA USAR CHATBOTS DE MANERA EFECTIVA

- Prueba los bots antes de lanzarlos al público para comprobar que todos están orden.
- No pierdas de vista la satisfacción del cliente, es decir, asegúrate que el flujo sea útil para el usuario y aprende a diferenciar cuándo se necesitará de la ayuda de una persona real. Recuerda que los chatbots no nacieron para sustituir a las personas, sino para ayudar a que sea más fácil su trabajo.
- Trata de simular una conversación real para que el usuario no sienta que está hablando con una máquina y tenga confianza.
- Utilizar frases cortas para hacer más eficiente la interacción con los usuarios y evitar confusiones con los mismos.
- Define un objetivo claro y alcanzable. No pienses que el chatbot va a ahorrarte todo un equipo de Atención al Cliente.
- Pide retroalimentación a tus clientes para ver si estuvieron satisfechos con el bot o ver cómo pueden mejorar.
- Actualiza tus flujos constantemente para que no sea siempre lo mismo.

# AUTOMATIZA TUS CONVERSACIONES CON SendPulse

Conoce más sobre los chatbots de SendPulse haciendo clic aquí. 



# SISTEMA CRM



# E

l Customer Relationship Manager (CRM), o Sistema de Gestión de Clientes, es una de las plataformas más útiles que puede tener una empresa.

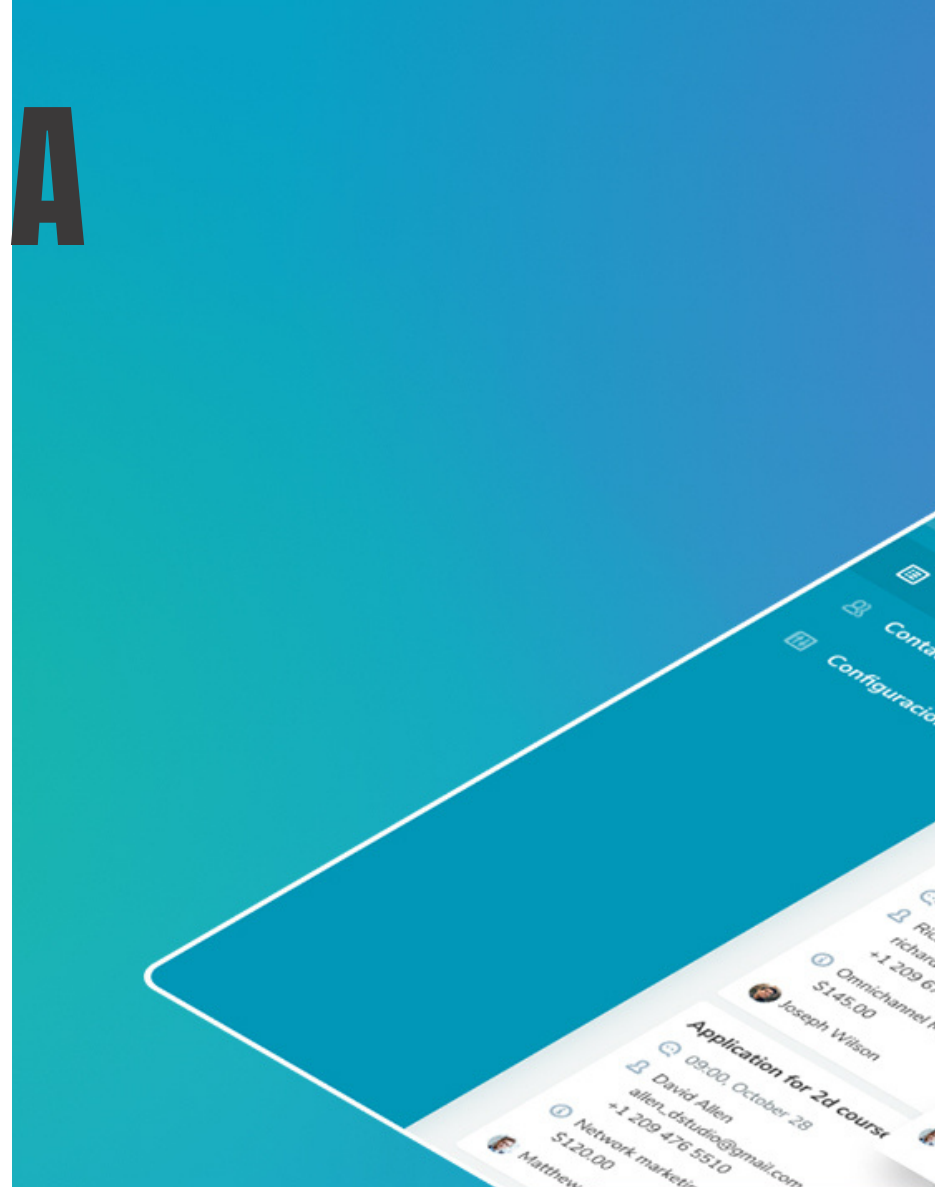
El uso de este tipo de sistemas tiene grandes ventajas en los negocios: incrementa las ventas, mejora las relaciones internas y ayuda a consolidar una buena reputación de marca.

SendPulse sabe la importancia de un CRM, por lo que cuenta con una versión gratuita y está trabajando en nuevas mejoras y versiones cada día.

Dentro del CRM existen dos elementos importantes: los tratos, se refiere a los clientes potenciales que están en procesos de ventas en ese momento, y las canalizaciones, que son los flujos por donde pasa el cliente que está en proceso de ventas.

## CONFIGURACIONES BÁSICAS DE UN CRM

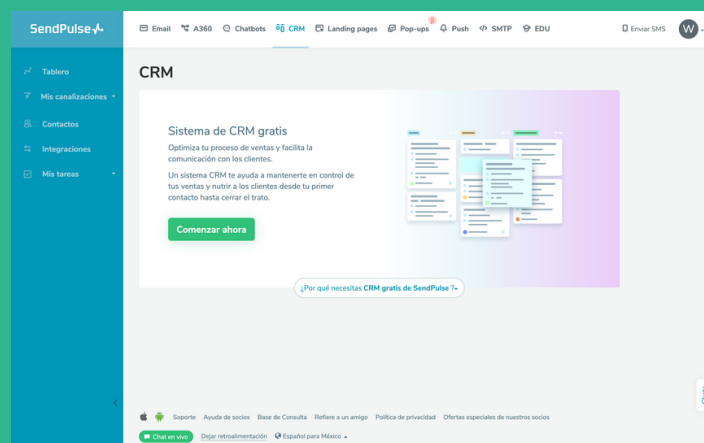
A continuación se presentan las configuraciones básicas del CRM de SendPulse como la conformación de los miembros del equipo, etc.



## INVITAR A MIEMBROS DE EQUIPO

Ve a "**Configuración de la cuenta**". En la pestaña "**Usuarios**", haz clic en **Invitar usuario**. Completa los campos obligatorios y haz clic en **Invitar a un usuario nuevo**. El acceso a CRM está disponible para todos los usuarios con todos los roles.

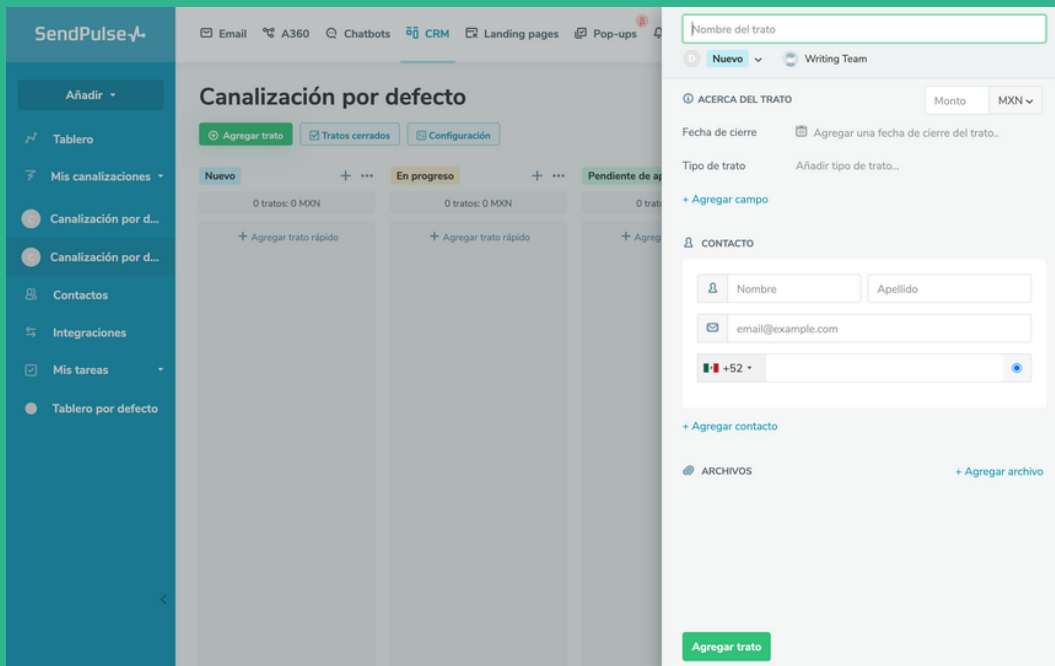
Después de la confirmación, este usuario estará disponible para ser seleccionado como la persona responsable al crear o editar tratos.



Después de la confirmación, este usuario estará disponible para ser seleccionado como la persona responsable al crear o editar tratos.

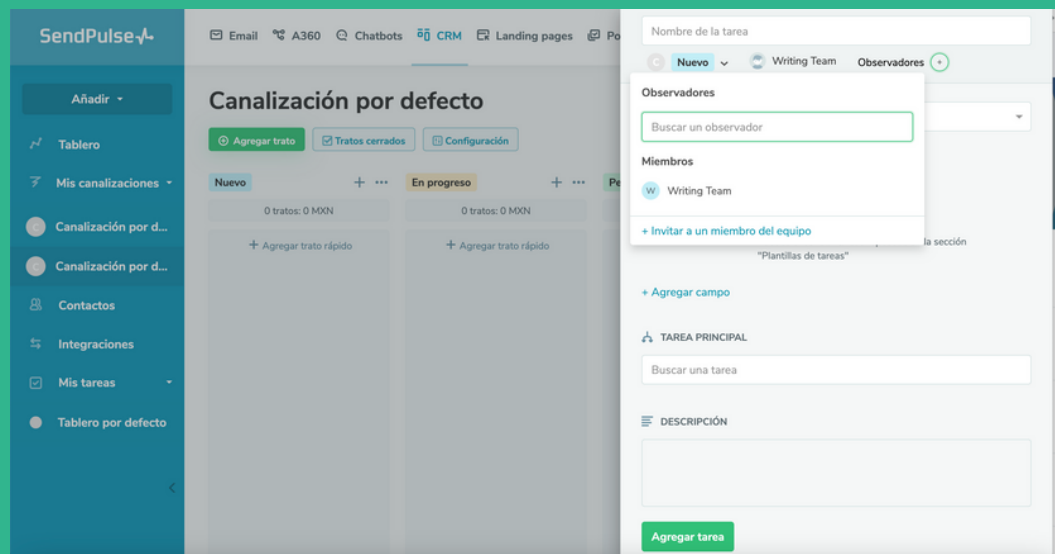
## CAMBIAR A USUARIOS ASIGNADOS

Ve a la sección "Ofertas", haz clic en una oferta creada anteriormente y selecciona otro usuario de la lista desplegable.



## ASIGNAR A UN USUARIO UN TRATO AUTOMÁTICAMENTE

Ve a la sección "Configuración de la cuenta" en la pestaña "General" y selecciona un usuario disponible de la lista desplegable.



# CREADOR DE CURSOS



# U

n creador de cursos, o Learning Management System (LMS), es una plataforma que permite diseñar, publicar y promocionar cursos digitales.

Entre las principales características que debe tener un LMS están:

- La posibilidad de crear cursos gratuitos y pagados, así como la integración con procesadores de pagos que permitan que esta tarea se realice de forma automática.
- Editor de arrastrar y soltar para diseñar un curso sin necesidad de conocimiento avanzado de programación.
- Múltiples formatos de aprendizaje como visual, auditivo o kinestésico.
- Contar con herramientas para la evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

## CÓMO CREAR UN CURSO EN LÍNEA

A continuación te presentamos un tutorial de cómo crear un curso online en SendPulse EDU, recuerda que la complejidad dependerá del diseño de tu curso online.



En la sección “EDU” de tu plataforma SendPulse, haz clic en **Crea tu primer curso**, que se encuentra en la página principal de tu plataforma. Automáticamente se abrirá una ventana emergente donde seleccionarás la opción de “+ Nuevo Curso”.

Posteriormente, asígnale un nombre al curso y configura la URL del sitio de tu curso.

En SendPulse podrás utilizar un dominio ya existente con un plan de pago.

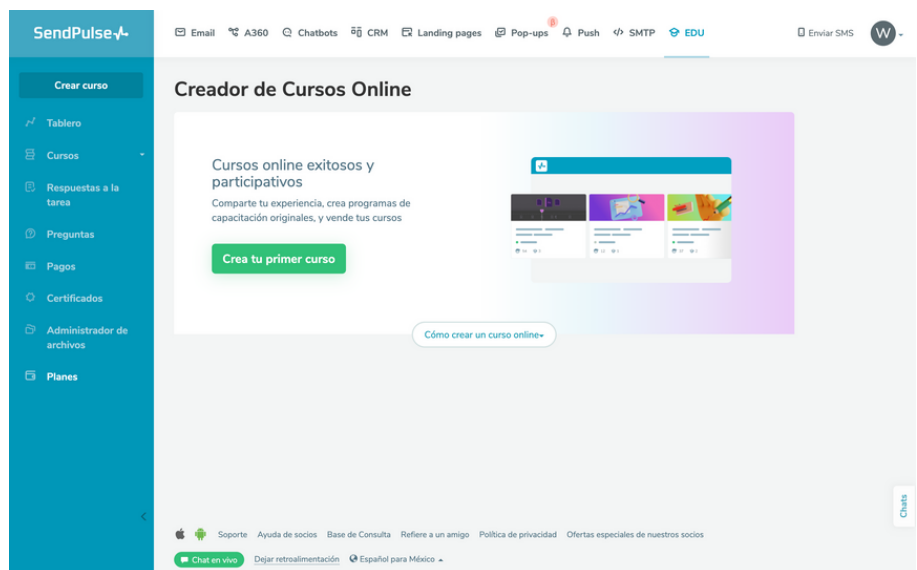
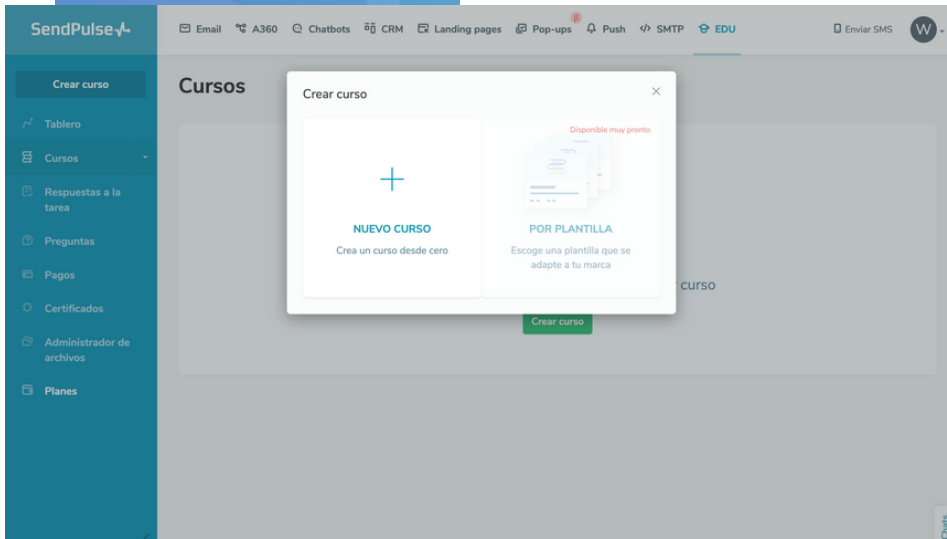


FIGURA 37

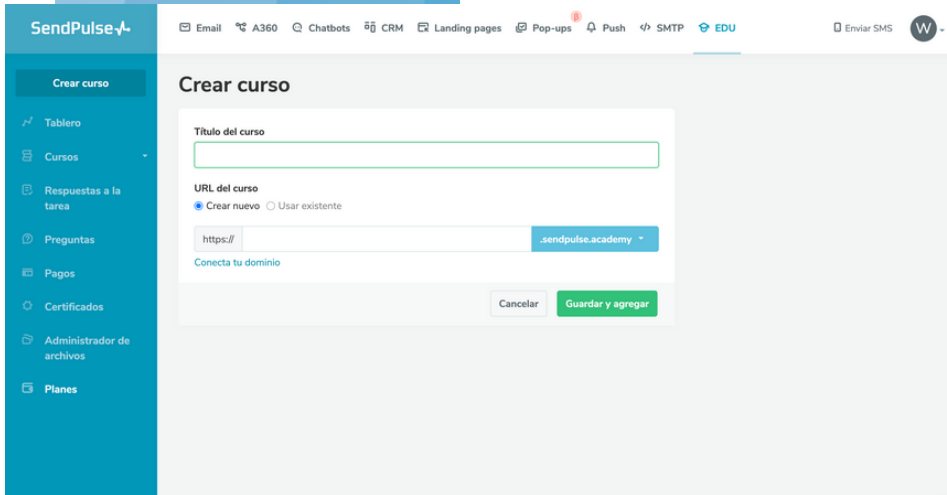


En la versión gratuita de SendPulse, puedes utilizar los dominios "sendpulse.academy" y "sendpulse.online" y agregarles un subdominio que será el nombre con el que el alumno distinguirá tu curso.

Por ejemplo, si tu curso es de marketing, el dominio podría ser "marketingdigital.sendpulse.academy.com". Una vez que realices esta configuración haz clic en **Guardar y agregar**.

El siguiente paso es agregar el contenido del curso a través de lecciones. Para agregar una lección, solo dirígete al curso que acabas de crear y haz clic en **Agregar lección**. Automáticamente se te abrirá el editor de arrastrar y soltar para que puedas diseñar las lecciones, secciones y pruebas que desees.

FIGURA 38

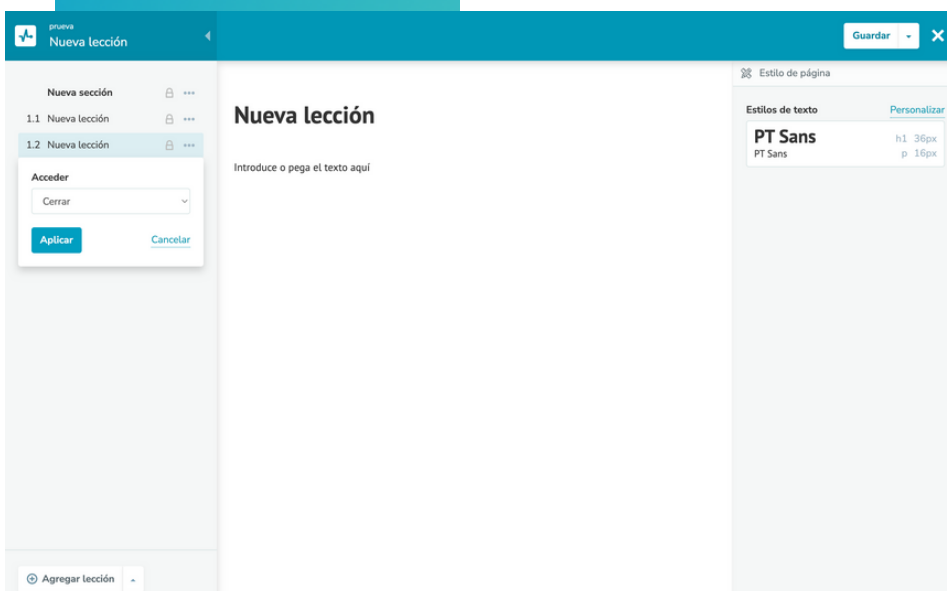


Con SendPulse, puedes agregar a tu lección los siguientes elementos:

- Texto: Para mostrar la información que desees compartir.
- Galería: Para elementos multimedia cómo imágenes, carrusel de imágenes y video.
- Audio: Para cargar contenido en formato mp3.
- Archivo: Para cargar otros materiales descargables como documentos de Microsoft Office o PDF.

Para incluir estos elementos en tus lecciones, sólo tienes que seleccionar el elemento y arrastrarlo al lugar donde quieras que se encuentre.

FIGURA 39



Cuando el contenido esté listo, sólo haz clic en **Guardar y salir** para volver a la configuración del curso.

## AGREGAR PRUEBAS AL CURSO EN LÍNEA

Una prueba es un examen que sirve para cerciorarse que el estudiante ha aprendido de manera correcta el contenido del curso. Las pruebas en SendPulse pueden ser preguntas abiertas o de opción múltiple.

FIGURA 40

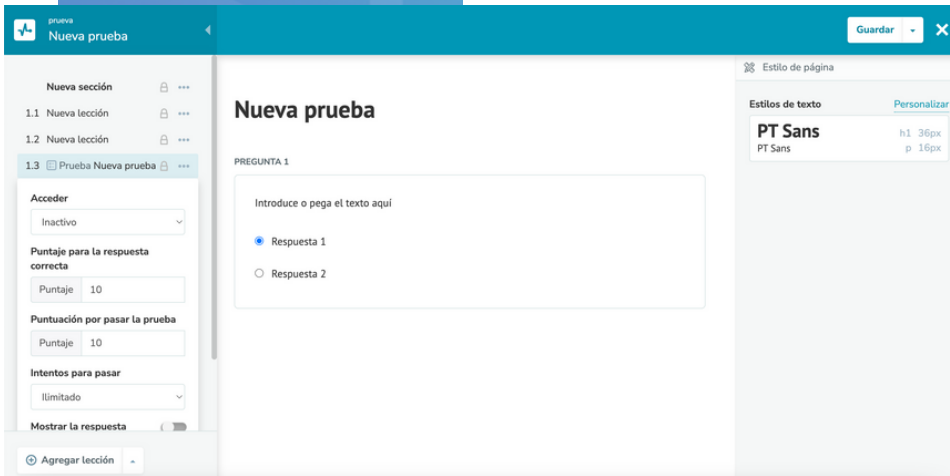


FIGURA 2

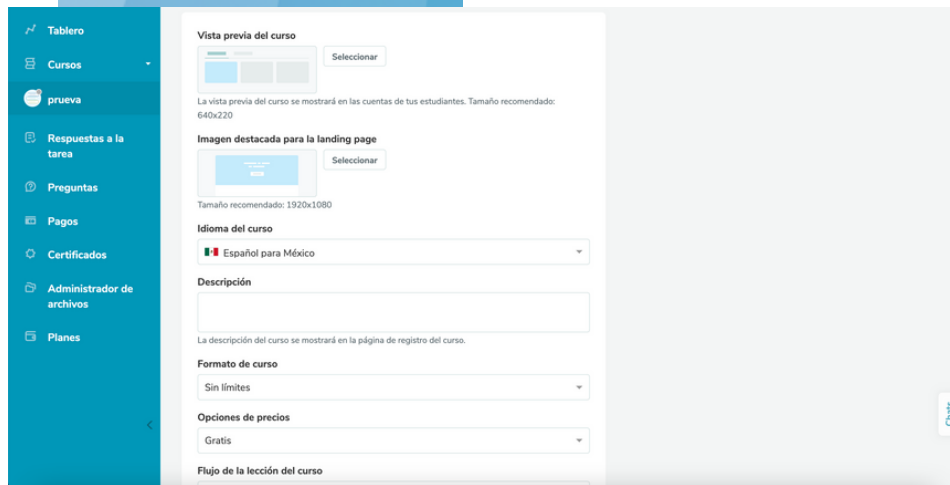
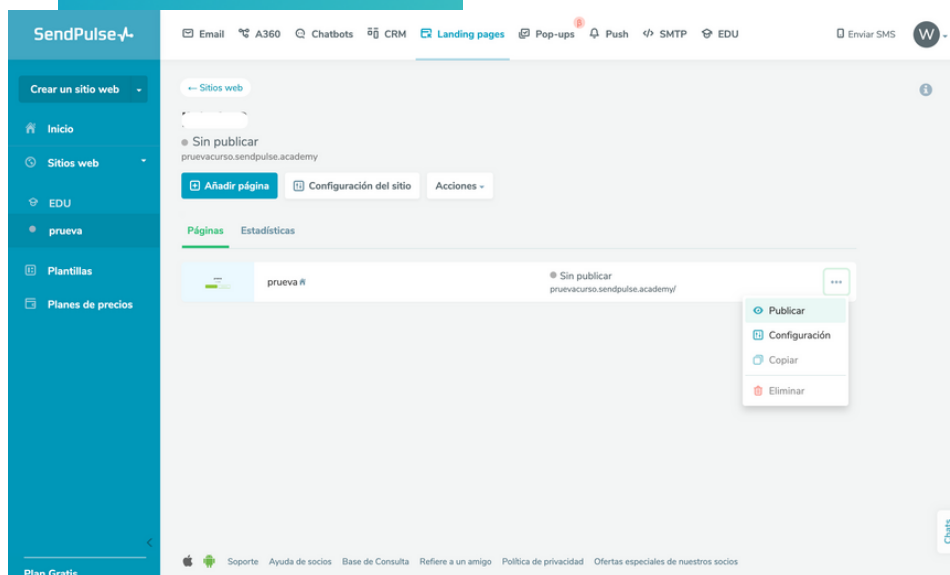


FIGURA 41



Para crear una prueba con SendPulse EDU, haz clic en el menú superior izquierdo y, debajo de la lista de lecciones, haz clic en la flecha y selecciona "Agregar prueba".

Luego, introduce un nombre a la prueba y posteriormente haz clic en el texto de la primera pregunta para editarla. Puedes agregar opciones de respuesta y marcar la correcta a la derecha.

## PERSONALIZAR EL CURSO EN LÍNEA

El último paso a seguir es personalizar tu curso dependiendo de los objetivos que tengas. En SendPulse puede personalizar tu curso con las siguiente opciones:

- **Finalización del curso:** Si el curso tiene una fecha de inicio y finalización específica o está disponible en cualquier momento.
- **Costo del curso:** Si es pagado o gratuito.
- **Orden del curso:** Para determinar el orden en el que se presentarán las lecciones del curso. Las lecciones pueden estar disponibles desde la inscripción o cuando el estudiante termine la lección anterior o pase un examen.
- **Condiciones del curso:** Para determinar el criterio que se utilizará para considerar como finalizado el curso.

Una vez que termines de personalizar tu curso, guarda los cambios y haz clic en **Publicar curso**.

# ¿CÓMO CONVERTIRTE EN PARTNER OFICIAL DE SENDPULSE?

<b>Agencias de publicidad y marketing</b>	Gana una comisión sobre cada plan de email marketing, chatbot o SMTP que compren tus clientes. El porcentaje varía dependiendo del tipo de socio.
<b>Organizadores de eventos</b>	Te brindamos el servicio de correo masivo e información de soporte, a cambio de tener un espacio en tu evento, incluyendo a uno de nuestros oradores u otras formas de participación..
<b>Desarrolladores web</b>	Dependiendo del tipo y la complejidad de la integración, ofrecemos un reconocimiento monetario o una comisión de ventas a los clientes involucrados. Además tendrás ayuda de nuestro soporte técnico cuando lo necesites.
<b>Freelancers y expertos en marketing</b>	Obtén una comisión del 25% cada vez que un cliente que hayas recomendado compre un plan de correo electrónico y un 10% de recompensa cuando recarguen crédito a su cuenta. Además de códigos de descuento de hasta 10 USD para tus clientes.



# CÓMO UTILIZAR SendPulse

G U Í A R Á P I D A



SENDPULSE LATINOAMÉRICA