

# **Análisis del testeo de emails HO**

Mes de enero - 2013

# Hipótesis de este mes

Este mes hemos trabajado en una vía:

1. Email con imagen/sin imagen
  - a. Con imagen:
  - b. Sin imagen:

Qué test gana:

1. Aquel que consiga más click through
  - a. Otorgará más posibilidades de que se firme la alerta.

# Campaña: #AbortoCero - Objeción Fiscal

Vista general (Mostrar todos los detalles)

114654	Destinatarios
114578	Enviados correctamente
17.98%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (20618)
10.06%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (11539)
0.07%	<a href="#">Desuscrito</a> (80)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.07%	<a href="#">Devueltos</a> (76)

Tipo: Prueba Segmentación  
Estado: Completado  
Enviar Fecha/Hora: 02/01/2013 04:00  
Fecha/Hora Terminado: 02/01/2013 09:12  
Lista(s): Derecho a Vivir  
Emisor: Administrador (admin)

Email: 010213HOA

En este e-mail se siguió manteniendo la hipótesis del mes pasado, probando diferentes asuntos. En este caso el segundo asunto, el informativo, tuvo mejores resultados, con diferencia, respecto al primero.

Se enfocó mal el primer asunto, parece una oferta de trabajo.

Las diferencias entre uno y otro son grandes, teniendo el segundo e-mail mil clicks más en el enlace.

A: Tengo un negocio para ti

Vista general (Mostrar todos los detalles)

57327	Destinatarios
57290	Enviados correctamente
16.61%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (9520)
8.89%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (5098)
0.08%	<a href="#">Desuscrito</a> (43)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.06%	<a href="#">Devueltos</a> (37)

**B: Ministro Montoro, no más abortos con mis impuestos**

Vista general (Mostrar todos los detalles)

57327	Destinatarios
57288	Enviados correctamente
19.36%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (11098)
11.24%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (6441)
0.06%	<a href="#">Desuscrito</a> (37)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.07%	<a href="#">Devueltos</a> (39)

# Campaña: Apoyo a Monseñor Demetrio Fernández

Vista general (Mostrar todos los detalles)

102892	Destinatarios
102731	Enviados correctamente
25.08%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (25806)
2.10%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (2159)
0.09%	<a href="#">Desuscrito</a> (92)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.16%	<a href="#">Devueltos</a> (161)

## A: Con foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

51446	Destinatarios
51366	Enviados correctamente
25.15%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (12941)
2.20%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (1131)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (54)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.16%	<a href="#">Devueltos</a> (80)

## B: Sin foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

51446	Destinatarios
51365	Enviados correctamente
25.01%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (12865)
2.00%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (1028)
0.07%	<a href="#">Desuscrito</a> (38)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.16%	<a href="#">Devueltos</a> (81)

Email: 010913HOA

En este e-mail tuvieron mayor efectividad aquellos que llevaron imagen. Los correos con foto tuvieron mayor apertura que los correos con ausencia de imagen.

Fueron más las personas que pincharon un enlace en los mails con foto que en los que carecían de ella. Con una diferencia de cien correos.

# Campaña: Trigueros

Vista general (Mostrar todos los detalles)

114512	Destinatarios
114373	Enviados correctamente
18.30%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (20956)
10.37%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (11871)
0.04%	<a href="#">Desuscrito</a> (47)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.12%	<a href="#">Devueltos</a> (139)

A: Con foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

57256	Destinatarios
57191	Enviados correctamente
18.52%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (10606)
10.55%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (6042)
0.03%	<a href="#">Desuscrito</a> (17)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.11%	<a href="#">Devueltos</a> (65)

Email: 011113HOA

En esta prueba de segmentación vuelven a triunfar los correos que llevan imagen, teniendo mejores datos de apertura y de enlaces pulsados.

Fueron 300 más aperturas y 200 enlace más pulsados en aquellos e-mails que llevaban una foto.

Como apunte podemos destacar que los e-mail que no llevaban foto tuvieron mayor desuscripciones que los que tenían foto. Un total de 30 frente a 17.

B: Sin foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

57256	Destinatarios
57182	Enviados correctamente
18.08%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (10351)
10.18%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (5829)
0.05%	<a href="#">Desuscrito</a> (30)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.13%	<a href="#">Devueltos</a> (74)

# Campaña: Trigueros - Éxito

Vista general (Mostrar todos los detalles)

114442	Destinatarios
114282	Enviados correctamente
18.77%	<u>Abrieron Esta Campaña</u> (21482)
0.89%	<u>Pulsaron un enlace</u> (1020)
0.06%	<u>Desuscrito</u> (64)
0.00%	<u>Reenviados</u> (0)
0.00%	<u>Actualizado</u> (0)
0.14%	<u>Devueltos</u> (160)

Email: 011313HOA

Este mail fue un relance para informar que se había conseguido que IU y PSOE retirasen la prohibición en Trigueros. Tiene menos resultados de clickthrough porque no estaba pensado para ser una campaña de recogida de firmas.

# Campaña: Quedada capillas Universidad Complutense

Vista general (Mostrar todos los detalles)

60878	Destinatarios
60658	Enviados correctamente
20.76%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (12640)
1.05%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (642)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (62)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.36%	<a href="#">Devueltos</a> (220)

Email: 011513HOA

En esta campaña podemos observar que, esta vez, tienen mejores resultados aquellos correos que fueron enviados sin imagen.

Las diferencias son ínfimas

-322 enlaces pulsados frente a 320

-6330 aperturas frente a 6310

A: Con foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

30439	Destinatarios
30318	Enviados correctamente
20.73%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (6310)
1.05%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (320)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (31)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.40%	<a href="#">Devueltos</a> (121)

B: Sin foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

30439	Destinatarios
30340	Enviados correctamente
20.80%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (6330)
1.06%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (322)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (31)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.33%	<a href="#">Devueltos</a> (99)

# Campaña: Cierre de oratorios Universidad Complutense

A: Con foto. Cuando ser joven y cristiano es peligroso

Vista general (Mostrar todos los detalles)

276760	Destinatarios
275697	Enviados correctamente
21.95%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (60745)
11.63%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (32195)
0.09%	<a href="#">Desuscrito</a> (262)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.38%	<a href="#">Devueltos</a> (1063)

Email: 011713HOA

Diferencias abrumadoras en este email. Uno llevaba foto y asunto descriptivo y otro no llevaba foto y asunto informativo. Resultados mucho mejores en el primer caso, confirmando nuestras hipótesis.

Los correos con imagen y asunto descriptivo tuvieron 11.000 más aperturas y un aumento de 7.000 personas que pincharon el enlace.

Como reporte negativo, tuvieron también más desuscripciones, pero las diferencias son ínfimas, 142 sobre 120

Vista general (Mostrar todos los detalles)

138380	Destinatarios
137812	Enviados correctamente
26.02%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (36002)
14.24%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (19712)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (142)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.41%	<a href="#">Devueltos</a> (568)

B: Sin foto. Tienes derecho a rezar en la  
Universidad, que no te lo quiten

Vista general (Mostrar todos los detalles)

138380	Destinatarios
137885	Enviados correctamente
17.88%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (24744)
9.02%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (12483)
0.09%	<a href="#">Desuscrito</a> (120)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.36%	<a href="#">Devueltos</a> (495)



# Campaña: Fundraising-2013 Enero reunión JD

Vista general (Mostrar todos los detalles)

276146	Destinatarios
275585	Enviados correctamente
14.07%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (38849)
0.00%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (1)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (284)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.20%	<a href="#">Devueltos</a> (561)

Email: 012213HOA

Campaña con muy pobres resultados. Abrieron esta campaña 39.000 personas pero sólo una pinchó en el enlace y tuvo muchas devoluciones: 561; y 284 desuscripciones.

# Campaña: Oratorios UCM - Relance

Vista general (Mostrar todos los detalles)

278332	Destinatarios
277289	Enviados correctamente
23.73%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (66037)
8.66%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (24107)
0.07%	<a href="#">Desuscrito</a> (186)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.37%	<a href="#">Devueltos</a> (1043)

A: Con foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

139166	Destinatarios
138662	Enviados correctamente
23.95%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (33337)
9.24%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (12857)
0.06%	<a href="#">Desuscrito</a> (86)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.36%	<a href="#">Devueltos</a> (504)

Email: 012313HOA

En este correo vuelven a tener mejores resultados aquellos correos que llevaban imagen.

Tuvieron mayor apertura y mayor índice de enlaces pulsados:

-33.337 abiertos frente a 32.701

-12.857 enlaces pulsados frente a 11.250

Diferencias de 600 y 600.

B: Sin foto

Vista general (Mostrar todos los detalles)

139166	Destinatarios
138627	Enviados correctamente
23.50%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (32701)
8.08%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (11250)
0.07%	<a href="#">Desuscrito</a> (100)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.39%	<a href="#">Devueltos</a> (539)

# Campaña: #OneOfUs - primer Teletipo

Vista general (Mostrar todos los detalles)

279849	Destinatarios
279056	Enviados correctamente
16.83%	<u>Abrieron Esta Campaña</u> (47110)
6.55%	<u>Pulsaron un enlace</u> (18333)
0.08%	<u>Desuscrito</u> (231)
0.00%	<u>Reenviados</u> (0)
0.00%	<u>Actualizado</u> (0)
0.28%	<u>Devueltos</u> (793)

Email: 012513HOA

E-mail con resultados aceptables. Abrieron esta campaña 47.000 personas y pincharon en el enlace 18.300 personas. Digo aceptable porque este e-mail no estaba relacionado con la actividad concreta de HO.

230 desuscripciones.

# Campaña: V Encuentro - Teletipo General

Vista general (Mostrar todos los detalles)

114126	Destinatarios
113471	Enviados correctamente
14.96%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (17074)
0.61%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (694)
0.05%	<a href="#">Desuscrito</a> (57)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.57%	<a href="#">Devueltos</a> (655)

Email: 012913HOA

Correo que tuvo poca participación. Se abrió en datos que no difieren de lo normal, pero las pulsaciones en el enlace fueron muy bajas, de apenas un 0'61% (700 clics). Gran fallo en el recuadro.

Muchos mails devueltos: 650

# Campaña: Natural Family Man of the Year

Vista general (Mostrar todos los detalles)

269004	Destinatarios
267555	Enviados correctamente
15.04%	<a href="#">Abrieron Esta Campaña</a> (40458)
0.44%	<a href="#">Pulsaron un enlace</a> (1177)
0.10%	<a href="#">Desuscrito</a> (271)
0.00%	<a href="#">Reenviados</a> (0)
0.00%	<a href="#">Actualizado</a> (0)
0.54%	<a href="#">Devueltos</a> (1449)

Email: 013113HOA

Otra campaña en la que la participación fue escasa, pero también era un mail informativo así que es más comprensible. Los datos de la apertura se sitúan en la media de lo corriente, pero el índice de pulsación en los enlaces (un 0`44%-1.177).

271 desuscripciones.

# Conclusiones I

- a. Son mejores aquellos teletipos que llevan imagen incorporada.
  - i. Sólo uno fue mejor pero con diferencias ínfimas
  - ii. En el conjunto imagen+asunto descriptivo frente a no imagen+asunto XX, la diferencia fue abrumadora.

Nota: Sería bueno optimizar el servidor de HO para agilizar la extracción de datos de los testeos.

# Conclusiones II

- a. Hemos enviado la mitad de emails respecto a diciembre (12 vs. 24)
- b. **Algunos e-mails muy recargados y con material sobrante. Hay que ser directos. Ir al grano.**
- c. Los mails con imágenes funcionan.
- d. Tenemos que empezar a homogeneizar nuestros teletipos mediante una plantilla tipo.
- e. **Demasiadas desuscripciones.**

# Conclusiones II

- a. Efectividad media de los teletipos: 6 días.
- b. Media de apertura de emails (porcentaje): 18,86%
  - i. En diciembre fue del 15,95%.
- c. Media de desuscripción (porcentaje): 0,07%
  - i. En diciembre el porcentaje de desuscripción fue: 0,08%.
  - ii. **Las desuscripciones de este mes siguen siendo altas.**
- d. Media de enlaces abiertos: 5,23% (No se ha contado el fundraising, no había datos).