

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD · 1.º · LPS · UNIDAD 10

Marketing directo y promoción online

Marketing directo con permiso, telemarketing, anuncios en buscadores (CPM, CTR, CPC, conversión), tienda virtual y normas de las comunicaciones comerciales

10

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a...

- ✉️ Planificar un envío de correo o mensajería a una base de contactos con permiso y calcular sus resultados previstos.
- 📞 Preparar llamadas comerciales respetuosas con un guion y un registro.
- 🔍 Definir acciones en la web (buscadores, banners y enlaces) y calcular CPM, CTR, CPC, conversión y coste por pedido.
- 🛒 Diseñar la página de lanzamiento y las acciones de merchandising de la tienda virtual.
- ⚖️ Aplicar las normas de las comunicaciones comerciales: permiso, identificación y baja.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Martes 13 de abril de 2027. Unai quiere enviar el aviso del lanzamiento a toda la lista de contactos y activar un anuncio pagado de 300,00 €. Nora pregunta lo de siempre: «¿Cuánto cuesta cada pedido que traiga?». Itxaso, por su parte, tiene que llamar a tres oficinas clientes. El aviso saldrá el jueves 15/04 y el lanzamiento es el lunes 19/04.

❓ El fichero tiene 722 contactos y 540 han dado su permiso. ¿A cuántos puede escribir Unai y por qué?

❓ Si abren el correo el 45 % de 540 contactos, ¿cuántas personas lo abren?

❓ Un anuncio de 300,00 € trae 9 pedidos. ¿Cuánto cuesta cada pedido?

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

10.1 Marketing directo: correo y mensajería

10.2 Telemarketing

10.3 Promoción en la web: buscadores, banners y enlaces

10.4 Tienda virtual y merchandising online

10.5 Normas de las comunicaciones comerciales

Previsión del aviso del 15/04

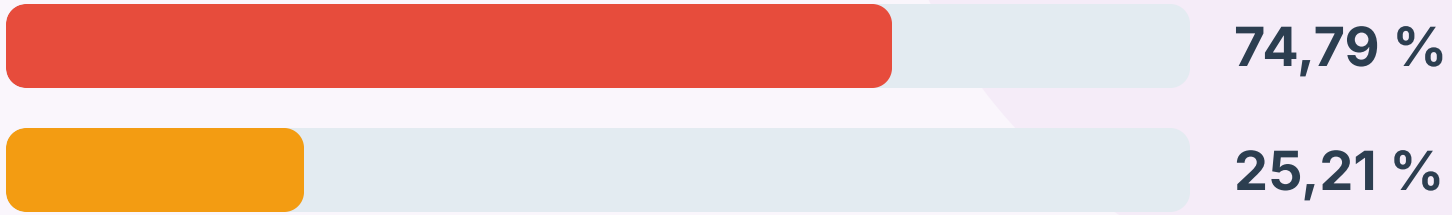
PASO	TASA	PERSONAS
Envíos	100 %	540
Aperturas	45 %	243
Clics sobre aperturas	20 %	49
Pedidos sobre clics	30 %	15

CLAVE

Cada tasa sobre el paso anterior; hipótesis de trabajo.

Base con permiso

722 contactos depurados del fichero maestro.



Fichero FM-2027 de La Despensa.

CLAVE

Solo se escribe a los 540 con permiso.

Una llamada en cinco pasos

1. **Presentación**
   Nombre, empresa y motivo.
2. **Permiso**
   «¿Tiene un minuto?»
3. **Propuesta**
   Tarro, 6,60 € y 18,86 €/kg.
4. **Pregunta**
   ¿Probarlo en la oficina?
5. **Cierre**
   Se anota; si es no, no se insiste.

CLAVE
Número identificable y respeto a la negativa.

Anuncio de 300,00 €

CONCEPTO	CÁLCULO	RESULTADO
Impresiones	300 ÷ 8 × 1.000	37.500
Clics (CTR 1,20 %)	37.500 × 1,20 %	450
CPC	300 ÷ 450	0,67 €
Pedidos (conversión 2 %)	450 × 2 %	9
Coste por pedido	300 ÷ 9	33,33 €

CLAVE

Se muestra 37.500 veces, no a 37.500 personas distintas.

La página de lanzamiento



Foto y precio

6,60 € con IVA y 18,86 €/kg



Ficha

Alérgenos, ingredientes, fecha y condiciones



Botón de compra

Visible, y el código de bienvenida debajo

CLAVE

Cuatro cosas, en este orden.

Recuperar 33,33 €

VÍA	MARGEN	HACE FALTA	ACUMULADO
Pedidos de dos tarros	7,20 €	5 pedidos	36,00 €
Suscripción	4,90 € al mes	7 meses	34,30 €

CLAVE

La suscripción fideliza: se mide en meses.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · La lista comprada



Unai

Hay una lista de 2.000 correos a buen precio.

1. **Nora** ¿Han dado permiso?
2. **Unai** No.
3. **Norma** Comprar una lista no da permiso.
4. **Decisión** Solo a los 540.

✔ **Sin permiso, no se escribe.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

Un anuncio de 300,00 € trae 9 pedidos. El coste por pedido es…

A 0,67 €

B 3,33 €

C 33,33 €

✔️ 300,00 ÷ 9 = 33,33 €. El 0,67 € es el coste por clic.

REPASO

Ideas clave

- **Marketing directo: correo y mensajería.** Embudo. Aperturas = envíos × tasa de apertura; clics = aperturas × tasa de clics; pedidos = clics × tasa de conversión. Cada tasa se calcula sobre el paso anterior y se redondea al final.
- **Promoción en la web: buscadores, banners y enlaces.** Métricas de un anuncio. CPM = gasto ÷ impresiones × 1.000. CTR (%) = clics ÷ impresiones × 100. CPC = gasto ÷ clics. Conversión (%) = pedidos ÷ clics × 100. Coste por pedido = gasto ÷ pedidos.
- **Normas de las comunicaciones comerciales.** Permiso. Un correo comercial solo puede enviarse a quien lo ha solicitado o autorizado de forma expresa, o a un cliente anterior para productos parecidos de la propia empresa.
- **Telemarketing.** Qué es. El telemarketing es la venta y la atención por teléfono.
- **Tienda virtual y merchandising online.** La página de lanzamiento. Es la página a la que llegan quienes pulsan el correo o el anuncio.

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿A cuántas personas puedes escribir con permiso y cómo lo has comprobado?
2. ¿Cuánto te cuesta cada pedido en tu anuncio y cuántos meses tardas en recuperarlo?
3. ¿Qué debe llevar tu correo para cumplir las normas?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**