

GUIA

CÓMO CREAR PLANTILLAS PARA EMAIL

Emisión: Agosto 2016

Esta guía ofrece prácticas básicas para el diseño y programación de un email en base a los estándares actuales. Es recomendable tener conocimiento básico en HTML y CSS para algunas etapas de su desarrollo.

1 - PLANEACIÓN

Es importante comenzar por plasmar la idea que se quiere comunicar. Crear un boceto ayudará a visualizar los elementos que definirán el mensaje (imágenes, textos, botones de llamada a la acción) y que proporcionaran las bases para cumplir el objetivo.

2 - DISEÑO & ESTRUCTURA

Define secciones: La estructura de tu email ayudará a que sea visualizado de manera correcta en todos los dispositivos.

Alinea tu contenido: El texto a la izquierda hace a tu comunicado más legible, no centres todo el contenido, solo algunos elementos como el logotipo, llamadas a la acción o alguna imagen.

Deja algunos espacios libres: Organiza tu comunicado para que el usuario pueda leer fácilmente.

★ Más información: <http://continua.com.mx/blog/parte-1-diagramacion/>

1. Define secciones:

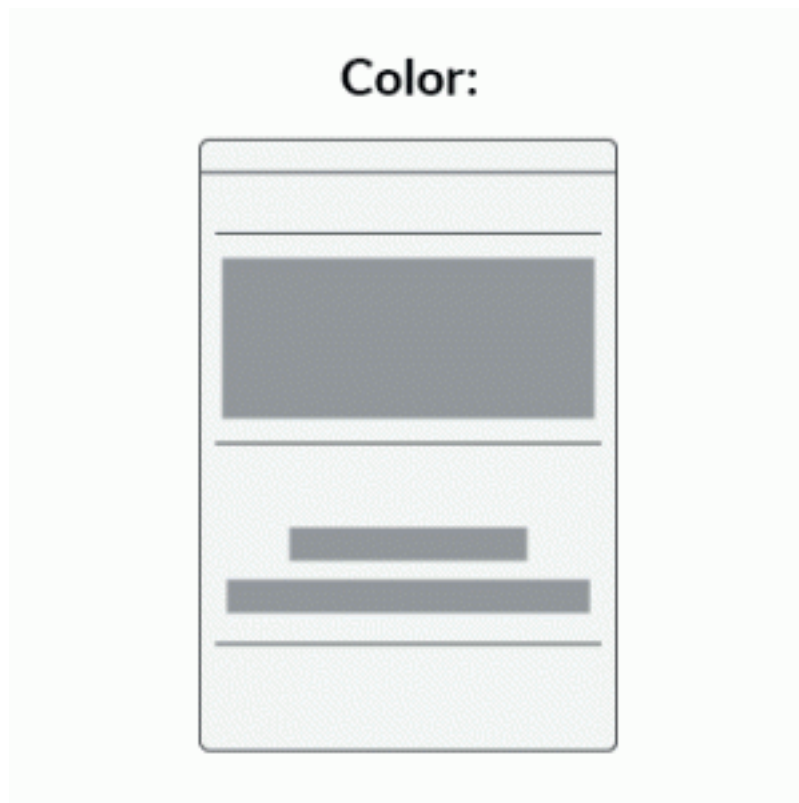


2.1 - IDENTIDAD

Color: Elige los colores para el diseño de tu email, lo mejor es elegir aquellos que tu marca usa para darle integridad a toda la comunicación de la marca.

Tipografía: Elige aquella que es legible, no dificultes la lectura de tus emails con tipografía que no se pueda leer. Es recomendable usar tipografías de sistema ya que estas estarán previamente instaladas en dispositivo del usuario final.

Algunas de estas tipografías son: Arial, Times, Georgia, Verdana.



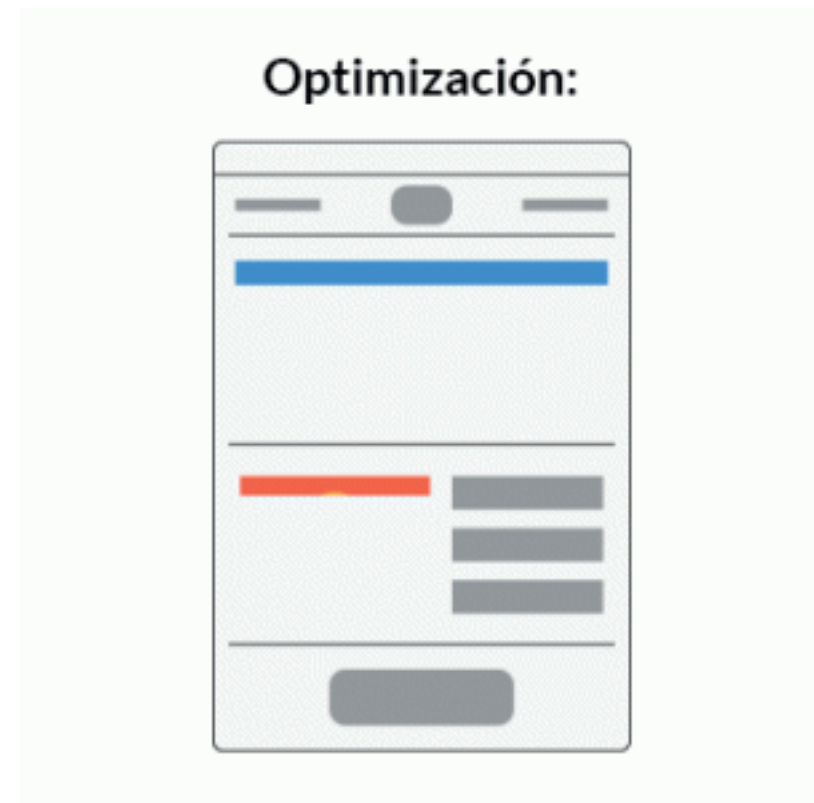
2.2 - IMÁGENES

Optimización: Cuida que tus imágenes sean de calidad y pesen poco para que se puedan visualizar rápidamente.

GIFs: Usa imágenes animadas para darle un toque interesante a tus emails.

Tamaño: Asegúrate que el tamaño de las imágenes sea correcto para el tamaño del email, evita estirar o aplastar la imagen.

★ Más información: <http://continua.com.mx/blog/parte-3-imagenes/>



2.3 - LLAMADAS DE ACCIÓN

Vínculos: La mejor forma de llamar la atención para hacer clic a tus vínculos es con botones. Recuerda hacer tus botones de un tamaño aceptable para un dedo humano para las versiones móviles.

Sé claro: No uses más de 5 palabras para una Llamada a la Acción y sé directo con la acción que quieres que los usuarios hagan. Ejemplos: Más información, Reservar, Registrarme, Comprar.

★ Más información: <http://continua.com.mx/blog/parte-4-los-vinculos/>



2.4 - PROGRAMACIÓN

Será necesario implementar lenguaje HTML y CSS para su programación, se pueden usar programas de edición de texto como Dreamweaver, Coda, Sublime, Brackets; si no cuentas con ninguno de estos puedes usar el Block de Notas.

HTML

Usa la versión de HTML 1.0 y limita el ancho de tu estructura a 600px.

Ejemplo:

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0  
Transitional//EN"  
"http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">  
  
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">  
<head>  
...  
</head>
```

CSS

Incorpora todos tus estilos Inline en cada etiqueta HTML, trata de evitar lo más posible colocar código dentro del HEAD, puesto que Gmail y Hotmail lo anularán. Algo muy importante NO uses hojas de estilo externas.

Inline: Práctica de colocar código CSS en cada una de las etiquetas de nuestro código HTML, esto puede ser algo lento si se toma al pie de la letra, por ello puedes ayudarte de herramientas como inliner.cm que insertarán el código de manera automática basándose en tus clases previamente creadas en el HEAD.

```
<style>.ancho{width:600px}</style>  
  
<span class="ancho" style="width:600px"></span>
```

★ Más información: <http://continua.com.mx/blog/parte-2-estilos-css/>

RESPONSIVO

Un gran porcentaje de comunicados son vistos desde un dispositivo móvil, asegúrate que tus emails se ven correctamente en estas pantallas.

Incorpora el siguiente código CSS dentro de la etiqueta HEAD, esto ayudará a que la estructura disminuya o aumente de ancho según el dispositivo; sin embargo, serán necesarias más indicaciones para aplicar diversas funcionalidades dependiendo de la medida.

Coloca tu código exclusivo para smartphones dentro de la medida de 480px de ancho.

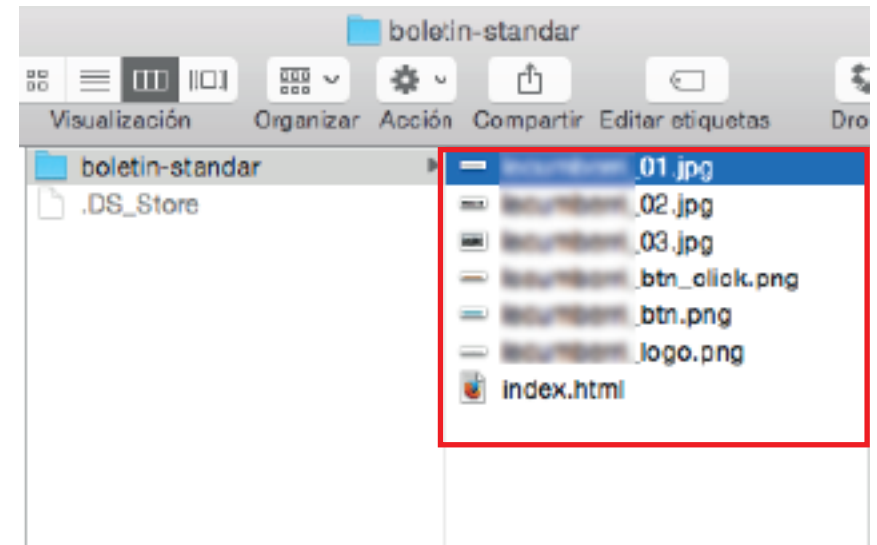
```
<style type="text/css">
@media only screen and (min-device-width: 595px) {
    .content {
        width: 600px !important;
    }
}

@media only screen and (max-width: 480px) {
    body[yahoo] .content {
        width: 320px !important;
        max-width: 320px !important;
        min-width: 320px !important;
        margin: auto !important;
        text-align: center !important;
    }
    /*coloca aquí código adicional si requieres
    estilos diferentes cuando se muestra en móviles*/
}
</style>
```

★ Más información: <http://continua.com.mx/blog/parte-5-newsletters-para-moviles/>

3 - ORGANIZACIÓN DE ARCHIVOS

Archivos: Todos los archivos que componen tu email deben estar en el mismo nivel o raíz donde se encuentra tu HTML principal, en otras palabras no uses subdirectorios o carpetas adicionales.



4 - PRUEBAS

Una se tenga el email programado, será necesario hacer pruebas y validar que todo esté correcto. Herramientas como Litmus y W3C nos ayudarán en este proceso.

Aquí un check list de puntos importantes a considerar en la validación:

Validar **<https://litmus.com>**:

- Verificar que sea visible en los diversos clientes de correo para escritorio.
- Verificar que sea visible en dispositivos móviles.
- Poner atención especial en Outlook y Gmail.
- Verificar si existen links rotos.
- Verificar peso (200kb) y velocidad de descarga.
- Atender las sugerencias de la herramienta.

Validar **<https://validator.w3.org>**:

- Verificar cierre de etiquetas HTML.
- Verificar que las propiedades CSS usadas estén escritas correctamente y estén vigentes.
- Corregir duplicados de ID (en caso de que se hayan implementado).
- Atender las sugerencias de la herramienta.

5 - COMENTARIOS FINALES

Es importante considerar el uso de imágenes para dispositivos con monitor de retina, más no indispensable. Visita nuestro blog para mayor información al respecto.
<http://continua.com.mx/blog/parte-3-imagenes/>

Evita enviar un email con todo tu diseño en una sola imagen, se corre el riesgo de ser catalogado como SPAM, además de que si el usuario bloquea las imágenes éste no podrá obtener la información de nuestro comunicado.

Recuerda mantener limpio el diseño de email, no es necesario llenar de colores, botones o elementos que terminarán robando la atención, es preferible ser preciso con menos elementos.

Incorpora la opción “darse de baja”, debes dejar esta opción de manera clara, si bien no es necesario que llame la atención, tampoco debe de estar oculto a tus usuarios, recuerda que solo te interesa llegar a quien le interese tu información, además, el tener esta opción tan oculta, puede ser un motivo para que te marquen como spam.

Usa la personalización en tus mensajes, para los usuarios, recibir un email que contenga su nombre o el nombre de su empresa, es más atractivo que un email genérico.

6 - INFORMACIÓN ADICIONAL

Para información adicional detallada sobre cada uno de los pasos señalados, visita nuestro blog.

DIAGRAMACIÓN

<http://continua.com.mx/blog/parte-1-diagramacion/>

DAR ESTILO Y FORMATO CON CSS

<http://continua.com.mx/blog/parte-2-estilos-css/>

USO DE LAS IMÁGENES

<http://continua.com.mx/blog/parte-3-imagenes/>

CÓMO HACER USO CORRECTO DE LINK Y BOTONES

<http://continua.com.mx/blog/parte-4-los-vinculos/>

CÓMO HACER UN COMUNICADO ADAPTADO A MOVILES

<http://continua.com.mx/blog/parte-5-newsletters-para-moviles/>

QUÉ TOMAR EN CUENTA EN EL DISEÑO DE EMAILS

<http://continua.com.mx/blog/parte-6-comentarios-finales/>