

## 10 e-Newsletter mejores prácticas para organizaciones no lucrativas

28 de septiembre 2014

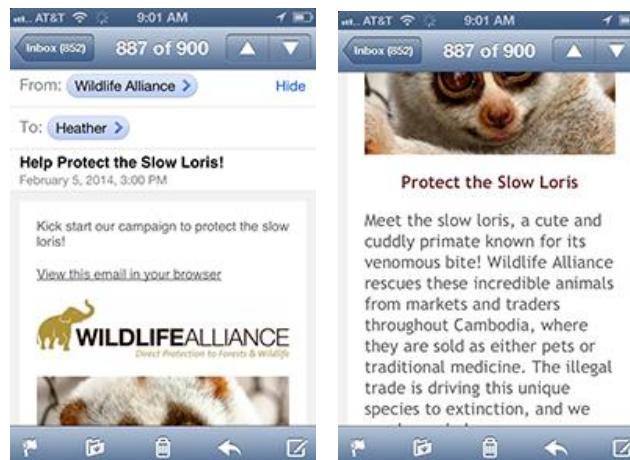
El rápido aumento de los medios sociales, las donaciones más en línea están hechos de un clic en un boletín electrónico que cualquier otra fuente. De hecho, en 2013 por cada 1.000 mensajes de recaudación de fondos entregados, sin fines de lucro plantearon \$ 17. Esa fue una disminución del 21% respecto al año anterior, pero el descenso es sobre todo probable debido a las prácticas de recaudación de fondos en línea pobres, como no tener una página y boletín electrónico de diseño optimizado para móviles donar.



Además, el correo electrónico sigue dominando entre los adultos en línea de todas las edades y gracias al aumento del crecimiento de medios sociales, boletín electrónico en el sector sin fines de lucro creció 14% en 2013, especialmente para las pequeñas organizaciones no lucrativas. Por lo tanto, no sólo es el mito de que los medios sociales reemplaza un correo electrónico falso, pero ahora también se entiende y demostrado que el uso de correo electrónico se incrementa en las redes sociales y que, de hecho, las dos herramientas son complementarias y aumentar el éxito de sus campañas de recaudación de fondos en línea. Dicho esto, a continuación son 10 las mejores prácticas boletín electrónico que pueden ayudar a su aumento sin fines de lucro más fondos en línea:

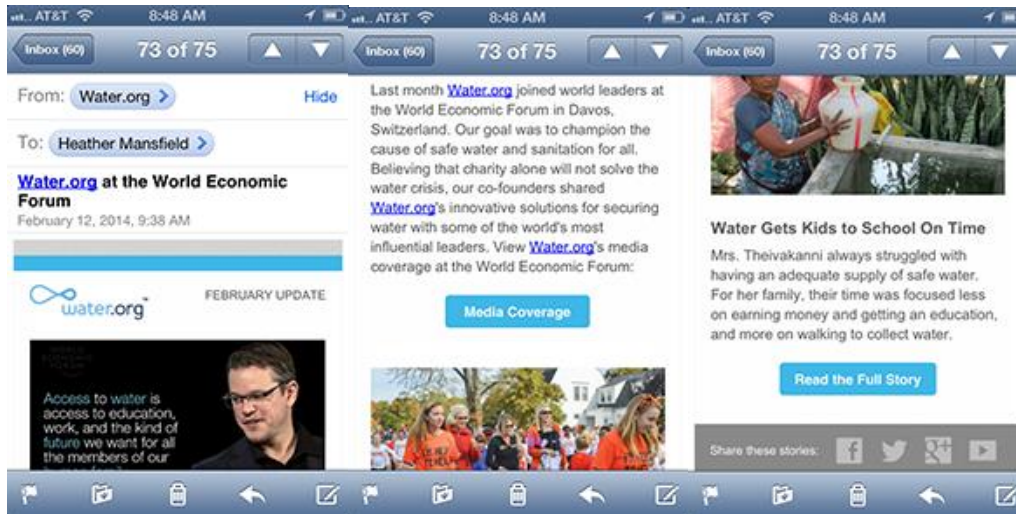
### 1. Priorizar el diseño móvil.

66% de los correos electrónicos ahora se abren ya sea en un teléfono inteligente o tableta. Por correo electrónico siga siendo eficaz en sus contenidos y de recaudación de fondos de estrategias, su organización no lucrativa debe priorizar el diseño móvil.



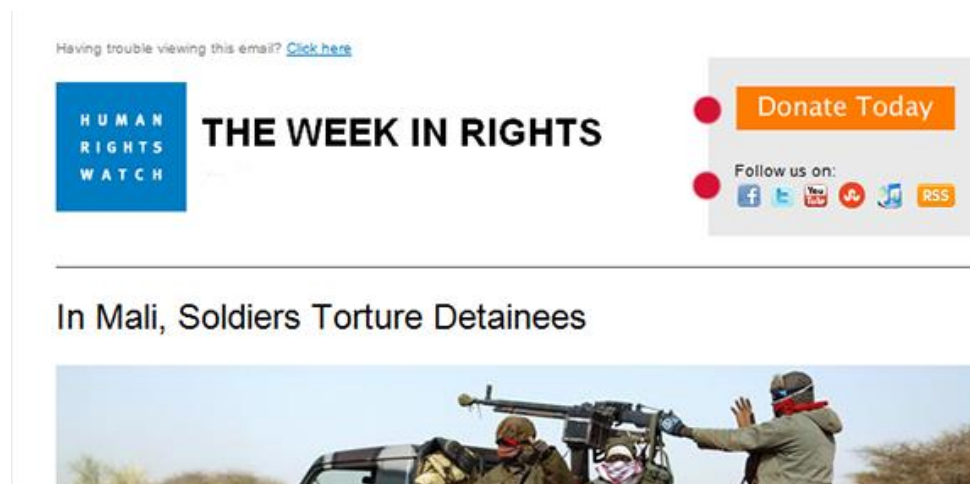
## 2. historias límite y llamadas a la acción para cinco o menos y mantener el texto al mínimo.

El propósito de un boletín electrónico ya no es el de proporcionar una gran cantidad de noticias, sino para recordar periódicamente a sus partidarios de que su organización no lucrativa está haciendo un buen trabajo y para inspirarlos a participar. Concéntrese en 1-5 historias y / o llamadas a la acción y mantener el texto al mínimo. La gente no lee en línea como los de antes y demasiado texto es abrumadora. Además, convertir vínculos de llamada a la acción en los botones de llamada a la acción para facilitar el tapping en los dispositivos móviles.



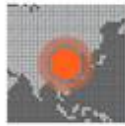
## 3. Integrar a "donar" botón y redes sociales iconos.

Un botón "donar" y los iconos de redes sociales deben ser colocados en la parte superior de su diseño de plantilla de boletín electrónico debido a que muchos lectores no desplazarse hasta la parte inferior de su boletín electrónico.



#### 4. Habilitar el intercambio social.

Servicios de boletín electrónico Hosted permiten a los suscriptores comparten su totalidad boletín electrónico a sus redes sociales, pero permite a los suscriptores para compartir artículos individuales es una estrategia inteligente.



#### [In Burma, Rohingya Muslims Face Humanitarian Crisis](#)

Burmese government restrictions on aid to Rohingya Muslims are creating a humanitarian crisis that will become a disaster when the rainy season arrives.

[See the Latest News in Asia >>](#)

share on:  



#### [United States Headline](#)

Human Rights Watch has long advocated for the right of same-sex couples to get married based on the international human rights principles of nondiscrimination and equal protection of the law.

[See the Latest News in the United States >>](#)

share on:  

#### 5. Añadir las capturas de vídeo.

Boletines informativos que incluyen vídeo tienen el doble de la tasa de clics. Puede enlazar el video de pantalla directamente a YouTube o Instagram oa los vídeos incrustados directamente dentro de su sitio web o blog. En el boletín electrónico IFAW continuación, el video fue estratégicamente vinculado a una página donar donde los suscriptores pueden ver el vídeo.

We have to relocate three elephant families immediately. The 12 elephants are stranded in small patches of forest in Côte d'Ivoire, Africa.



These elephants are in immense danger of being killed due to



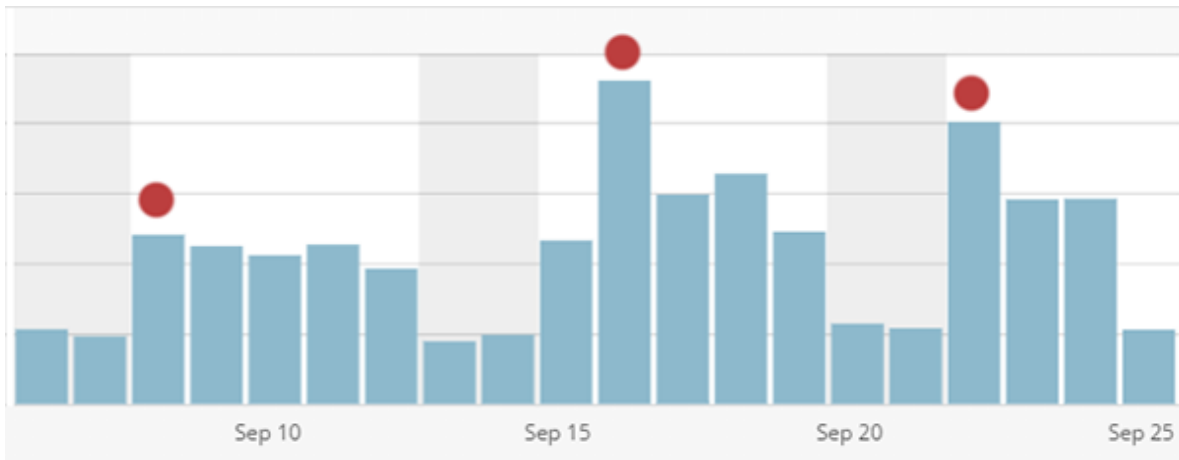
#### 12 elephants need your help

We need to move three elephant families to a safe new home. **You can help.**

[Donate now](#)

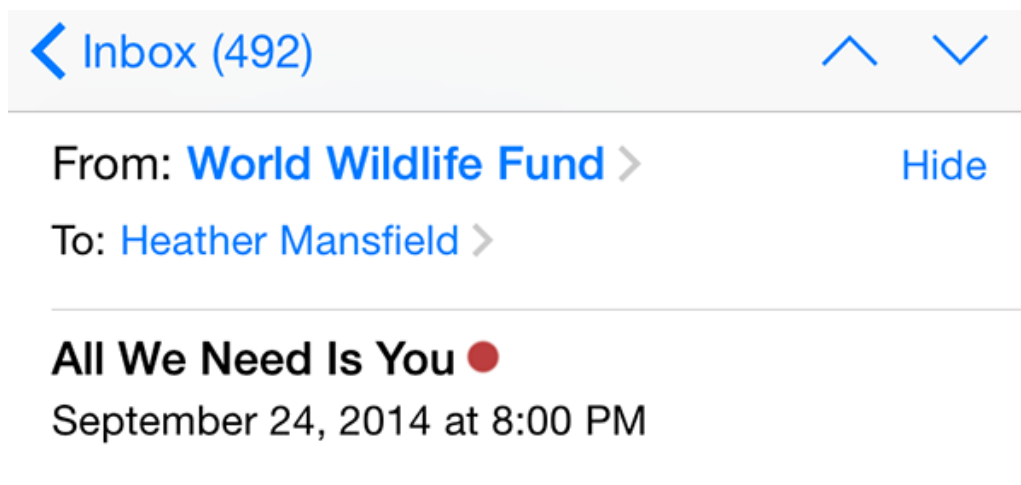
### 6. Experimente con el envío de su boletín electrónico con más frecuencia.

Sin fines de lucro envían un promedio de 3,8 boletines electrónicos por mes, sin embargo la mayoría de pequeñas y medianas empresas sin fines de lucro sólo se envían los e-newsletters mensuales o trimestrales. Como se puede ver en las estadísticas abajo, 40.000 suscriptores boletín electrónico atraer más tráfico a este blog de un millón de seguidores de la red social. Los puntos rojos son días que los boletines electrónicos han sido enviados:



### 7. Mantenga las líneas de asunto corto.

Líneas de asunto cortos que fácilmente se pueden leer en los teléfonos inteligentes y las tabletas resultan en las más altas tasas de apertura. Por lo tanto, limite sus líneas de asunto de 50 caracteres o menos.



Thanks to your actions, we have helped protect wild tigers and the habitats they depend on.



**8. Añadir boletín electrónico opt-ins para cada página de su sitio web y blog.**

Sin fines de lucro ahora comparten regularmente enlaces a artículos y blogs alojados en su sitio web en las redes sociales, por lo que para convertir seguidores en suscriptores boletín electrónico, añadir boletín electrónico opt-ins para cada página de su sitio web y blog.



**9. Crear "Suscribirse" gráficos para promover en las redes sociales.**

Basados en texto llamadas-a-suscribirse ya no funcionan. Debe creado visuales atractivos para todas las llamadas a la acción publicados en las redes sociales.



Flag media

## 10. Nunca, jamás enviar boletines electrónicos BCC con archivos PDF adjuntos.

Mientras vanguardia en 1990, mensajes de correo electrónico con archivos PDF adjuntos BCC son un gran faux pas en el marketing online. Además de ser molesto para los destinatarios, sino que también hará que su sin fines de lucro clasificada como un spammer y la mayoría de los correos electrónicos se destinarán en carpetas de correo no deseado o ser bloqueada por completo. Sin embargo, en 2014 esto sigue siendo una práctica común, especialmente con las pequeñas organizaciones no lucrativas más probables, ya que no quieren invertir en un servicio de correo electrónico alojado. Sin embargo, los correos electrónicos BCC están obstaculizando sus esfuerzos de recaudación de fondos, perjudicando su marca, y en la mayoría de los casos sin sentido, ya se abren tan pocos de estos correos electrónicos. La inversión es un servicio de correo electrónico alojado es una necesidad absoluta.



The image is a composite of two parts. On the left is a sign with a blue border and a white background with blue text. It features a blue checkmark icon in a square box. The text on the sign reads: "SIGN UP!" in a blue banner at the top left, "Get Plunket updates delivered to your inbox" in a large blue font, "Plunket e-news" in a large blue font, and "plunket.org.nz/newsletter" at the bottom. On the right is a screenshot of a Facebook post from "Plunket New Zealand". The post is dated "April 13" and says "Liked · April 13 ·". The text of the post reads: "We are currently working on the latest edition of our monthly eNewsletter. Are you a subscriber? If not sign up here: [www.plunket.org.nz/newsletter](http://www.plunket.org.nz/newsletter)". Below the text are options for "Like · Comment · Share", "25 people like this.", and "11 shares". There is a comment from "Sheena Waretini Renee Waretini" dated "April 14 at 1:28pm" with a "Write a comment..." input field. Below the post is a "Recommended Pages" section featuring "Black Eagle Project Roodekrans" with "155,204 people like this." and a "Like" button.