

5 Claves

para tener

CTA's
POTENTES



Copyright © 2021 - Reservados todos los derechos.
Guía creada por Sigma Móvil.
Descarga más recursos en: www.sigmamovil.com

SigmaMóvil
COMUNICACIÓN DIGITAL



¿Cuándo fue la última vez que descargaste un recurso de internet? ¿Qué te motivó a descargarlo?

Lo más probable es que haya sido gracias a un llamado a la acción potente y eficaz.

Los CTA (Call to action) o llamados a la acción, deberán ser siempre parte de cualquier estrategia que busque una respuesta del usuario: Registros en un formulario, descargas de un recurso, compras en una tienda online, suscribirse a un boletín...

El objetivo principal de las CTA es llevar al usuario al siguiente punto en el embudo de ventas. Así que dependiendo del punto del embudo al que quiera hacer avanzar, será la acción que le pidas a tu usuario hacer.

Todas las campañas de email que envíes deben tener un CTA. Incluso, el asunto es un CTA por sí mismo, ya que es la primera invitación que haces: a que abran tu correo.

Los CTA's **te permiten medir efectivamente la tasa de clics y la interacción de tu audiencia con el contenido que compartes.**

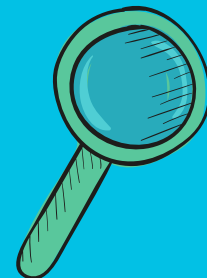


Clave no. 1: No deben confundirse con el resto del diseño de tu email

Puedes usar estilos similares, que se complementen con tu manual de marca, pero la manera en la que combinas el diseño deberá hacer que el botón de llamado a la acción resalte en comparación al resto de la campaña.



Te permite **personalizar tus botones: puedes poner color, redondear y modificar el borde, cambiar el tipo y tamaño de fuente y por supuesto insertar un Hipervínculo.**



Clave no. 2: Diseña CTA's que no pasen desapercibidos.

Si ubicas un botón miniatura en la parte más baja del email, no esperes tener mucha interacción, ya que lo más probable es que lo pasen por alto cuando lean la campaña.

Así que para garantizar que nadie lo pase por alto, **asegúrate que sea de un buen tamaño y que ocupe un lugar prominente en el email.**

Clave no. 3: Tu CTA debe incentivar a realizar una acción.

Tus usuarios a menudo necesitarán un impulso adicional para tomar una decisión, así que usa tu imaginación y **ofrece incentivos interesantes que alienten a los visitantes a dar el siguiente paso.**

Puedes testear el rendimiento de diferentes verbos y cambios de conjugación que le indiquen al usuario exactamente qué va a obtener al hacer clic. **Cambios como pasar de "Enviar" a "Descarga tu guía gratuita", puede aumentar la tasa de clics de manera importante.**

Clave no. 4: Si incluyes varios CTA's, prioriza.

Es probable que a veces quieras que tus lectores realicen más de una acción. Por ejemplo, que visiten tu página web y que te sigan en redes sociales, o que descarguen tu nuevo recurso, pero también se suscriban a tu newsletter.

Si es el caso, **define cuál de los CTA tiene mayor prioridad y asegúrate de cumplir las 3 claves anteriores: tamaño, color y acción.** El que tenga mayor prioridad diseñalo con un tamaño mayor y un color más brillante.

Clave no. 5: Mide el rendimiento de las llamadas a la acción

Al insertar CTA's con links que redirijan al objetivo que requieras cumplir con la campaña (tu página web, un formulario, un chat de WhatsApp), **podrás medir la tasa de clics y el CTR (Proporción de clics vs. Aperturas).**

Esta métrica es fundamental para monitorizar la eficacia de las llamadas a la acción que se encuentran en tu campaña de email.

En AIO podrás encontrar las estadísticas de cada campaña fácilmente:



No descartes un canal sin antes realizar ajustes y monitorear sus resultados. En Sigma Móvil cuentas con nosotros para cumplir tus objetivos de comunicación.



La **Comunicación Digital**
que conoces *pero mejor*



Inicia Ahora