

# Glosario: Conceptos Básicos de Email Marketing

En este documento encontrarás Conceptos Básicos de Email Marketing que hemos reunido para ayudarte a lo largo de su viaje con el email marketing, ya que siempre debemos mantenernos al tanto de las nuevas leyes y los nuevos términos del oficio.

Creemos firmemente que tener un glosario de términos que aprender o repasar cada vez que lo desees resulta muy útil.

## A

- **A/B test:** la técnica que permite comparar dos versiones distintas de una misma campaña de e-mail para medir los resultados y elegir la que ofrezca mejor rendimiento.
- **Above the fold:** la parte del mensaje de un correo electrónico que se puede ver sin desplazarse.
- **Abuse:** literalmente abuso, en el Marketing por e-mail se refiere a las actividades de envío de spam.
- **Acreditación:** la certificación de la reputación y calidad de un mensaje.
- **Alt-text:** descripción de cómo aparece una imagen y de su función. Sirve, sobre todo, en las situaciones en que una imagen en tu e-mail está bloqueada y el destinatario no puede visualizarla.
- **Autenticación:** tecnologías y configuraciones que sirven para certificar la autenticidad de un mensaje y de su remitente.
- **Autorespondedores:** sistemas que envían de forma automática una serie de mensajes de e-mail predefinidos.
- **Automatización:** se utiliza para poder enviar los correos electrónicos a las personas correctas a la hora correcta. La automatización consiste en crear un flujo de trabajo en el que se especifican qué correos se le enviarán al suscriptor/contacto y cada cuánto tiempo, así como las condiciones que disparan el envío (suscribirse a una lista, abrir un correo previo, clic a un call to action, etc). El email marketing cambia constantemente, y su estrategia de automatización se debe adaptar a dichos cambios.

## B

- **B2B:** sigla del mercado Business to Business.
- **B2C:** sigla del mercado Business to Consumer.
- **Bayesian filter:** método utilizado por los filtros antispam para identificar elementos comunes de spam.
- **Bandeja de entrada:** la carpeta principal en la que se almacena su correo entrante.
- **Base de datos:** archivo que contiene todos los datos de los usuarios, recopilados a través de las distintas estrategias de construcción de base de datos.
- **Batch:** una serie de operaciones o mandos que se realizan de forma secuencial y automática.
- **BIMI:** Brand Indicators for Message Identification, se trata de un método de autenticación que permite a las marcas mostrar su logotipo junto al remitente para reforzar su reputación y la entregabilidad .
- **Blacklist:** lista negra, una lista que contiene las direcciones IP consideradas fraudulentas o spam y que pueden ir en serio detrimento de la entregabilidad (deliverability).
- **Bounce rate:** porcentaje de mensajes de e-mail no entregados y rechazados (índice de mensajes rebotados).
- **Bulk e-mail:** campañas de e-mail masivas, caracterizadas por un envío del tipo de uno a muchos.

## C

- **B2B**: sigla del mercado Business to Business.
- **Call to Action (CTA)**: Llamado a la acción, un botón de invitación situado en un punto estratégica del e-mail, que propone a tus destinatarios una determinada acción. Puede invitar, por ejemplo, a hacer clic en un enlace, a comprar un producto o a solicitar una demostración.
- **CAN-SPAM**: normativa estadounidense que reglamenta las comunicaciones electrónicas.
- **Catch-all**: dirección a la que se desvían los e-mail enviados a buzones inexistentes del dominio de que se trate.
- **Click-Through**: el clic que un usuario efectúa en un enlace del e-mail.
- **Clics únicos**: número de individuos que han hecho clic en los enlaces que aparecen en el e-mail No se cuentan entre los clics únicos los distintos clics efectuados por un mismo destinatario.
- **Cliente de correo electrónico**: aplicación utilizada para leer los mensajes de e-mail.
- **CMS**: Content Management System, las aplicaciones dedicadas a la gestión del mundo de los contenidos.
- **Conversión**: la acción que los profesionales del marketing desean que los destinatarios de sus campañas realicen, ya sea la compra de un producto o la descarga de un recurso .
- **Correo no deseado**: carpeta donde se entregan automáticamente los mensajes que el sistema de correo de destino considera como spam con un buen grado de confianza.
- **CRM**: Customer Relationship Management system,Sistema de Gestión de la Relación con el Cliente, se trata de la estrategia de empresa que sirve para gestionar la relación con el cliente; su punto de partida es una base de datos en la que se agregan y almacenan los datos de los usuarios.

## D

- **Deliverability**: la entregabilidad o capacidad de un e-mail de ser entregado correctamente a su destinatario. Representa una de las mejores prácticas fundamentales para cualquier campaña de Marketing por e-mail.
- **DEM**: Direct Email Marketing, la actividad de enviar mensajes de e-mail con fines publicitarios.
- **DKIM**: DomainKeys Identified Mail, se trata de un método de identificación que permite a quien envía un mensaje asociarlo con un nombre de dominio. De este modo, quien lo recibe puede comprobar su autenticidad y efectuar un control sobre la reputación del remitente indicado en el campo De.
- **Doble opt-In**: modalidad de recogida de datos mediante la cual el usuario, después de cumplimentar un formulario con todos los datos solicitados, recibe una segunda comunicación de confirmación. Se diferencia de la modalidad Opt-in único precisamente por la presencia de este doble paso.

## E

- **E-commerce**: tienda electrónica, tipo de sitio web en el que se pueden comprar online productos y servicios.
- **Eliminación**: la actividad de eliminar de una lista negra.
- **ESP**: Email Service Provider, una plataforma que ayuda a los profesionales del marketing a enviar sus campañas de e-mail a las listas de contactos registrados.
- **Email transaccionales**: todas aquellas comunicaciones que tienen un contenido personalizado y que se envían de forma automática cuando el usuario realiza una determinada acción, por ejemplo los e-mail que comunican que se ha hecho un pedido, que se ha realizado un envío, o los e-mail de bienvenida tras registrarse, de confirmación de registro, etc.
- **Engagement**: expresa la participación, el interés y las interacciones que los usuarios tienen con una campaña de e-mail recibida y, en general, con todos los contenidos y comunicaciones que una empresa les envíe. El engagement o participación del público es un valor muy dinámico, que puede cambiar con el tiempo durante el ciclo de vida del usuario.
- **Envelope-sender**: dirección que identifica al servidor que ha enviado un mensaje.

## F

- **Feedback Loop:** bucle de retroalimentación, señal enviada al remitente cuando el usuario lleva el e-mail a la bandeja de correo no deseado o spam.
- **Footer:** pie de página, es la parte final del esquema de un e-mail; debería contener la información de contacto, la política de privacidad, la dirección de la empresa y el botón para darse de baja.
- **Forward:** reenvío, es la acción de reenviar un mensaje a otro usuario.

## G

- **GIF:** es un vídeo breve, de unos segundos, que se repite en bucle, utilizado para hacer más eficaz y de mayor impacto el diseño de un e-mail.
- **Grey Listing:** lista Gris, el rechazo temporal por parte de los servidores de un e-mail entrante para combatir el riesgo de spam.

## H

- **Ham:** es lo contrario del spam, identifica los mensajes de e-mail legítimos.
- **Hard Bounce:** rebote duro, cuando se rechaza un e-mail a causa de una problemática permanente, como una dirección de e-mail de destinatario inexistente, bloqueada o no válida.
- **Header:** la sección de encabezado de un e-mail, que contiene los datos principales, como remitente, asunto y fecha de envío.
- **HTML:** hypertext markup language, se trata del estándar de la web para componer contenidos multimedia.

## I

- **IMAP:** protocolo utilizado para leer un buzón de correo electrónico.
- **IP:** número formado por cuatro cifras que identifica de forma unívoca PC, servidor y dispositivos.

## L

- **Landing page:** página de destino o de aterrizaje de una campaña publicitaria, utilizada para dar más información sobre los productos o servicios publicitados en tus e-mail.
- **Layout:** esquema o diseño, configuración gráfica del e-mail (textos, imágenes, botón de CTA, tablas, etc.)
- **Lead:** contacto, cliente potencial de un determinado producto o servicio, generado cuando, a través de una iniciativa de marketing, se obtienen del usuario datos útiles para establecer un contacto.
- **Link:** enlace, conexión hipertextual que se puede incluir en los e-mail para dirigir a los destinatarios a la página web donde se puede completar una acción (descargar un recurso, aterrizar en la ficha de un producto para comprarlo, etc.).
- **List churn:** lista de abandono, número de contactos que se han dado de baja de un servicio.
- **List washing:** lavado de listas, práctica de los spammer para eliminar de sus listas a los usuarios que se han lamentado o las trampas de spam. ¿Qué es una trampa de spam? ¡Sigue leyendo para saber la respuesta!.
- **Listas de correo:** las listas de correo permiten clasificar los contactos que recibirán los correos y el tipo de correo.

## M

- **Mailing List:** lista de direcciones a las que un determinado remitente envía periódicamente mensajes de e-mail.
- **Marketing Automation:** automatización del marketing, conjunto de flujos, tecnologías y herramientas que permiten automatizar las operaciones de marketing a partir de activadores (trigger) predefinidos, para así optimizarlas.
- **MHTML:** estándar para enviar mensajes de e-mail HTML con contenidos incorporados.

- **Mobile Open Rate:** número de destinatarios que han abierto tus e-mail desde un teléfono móvil.
- **MTA:** el sistema que envía físicamente el mensaje al servidor de destino.
- **MX:** configuración del DNS que indica el servidor que gestiona el correo en un dominio.

## N

- **Newsletter:** boletín de noticias, un tipo de e-mail que se envía con determinada periodicidad a un determinado grupo de suscriptores. Son de naturaleza informativa y de relación, y sirven para atraer a más personas al propio sitio web, para compartir información y para fortalecer el sentido de comunidad.

## O

- **Open rate:** índice de apertura, el número de e-mail abiertos dividido por el número de e-mail enviados.
- **Opt-in:** la inscripción o registro, es decir, cuando un usuario comunica voluntariamente su dirección de e-mail para solicitar recibir tus comunicaciones.
- **Opt-out:** el darse de baja, es decir, cuando un usuario opta por no seguir recibiendo tus campañas de e-mail.

## P

- **Personalización:** incluir los datos de tus clientes en tus comunicaciones, mediante el uso de instrumentos como campos, imágenes y contenidos dinámicos
- **Phishing:** técnica utilizada por los spammer para conseguir contraseñas y datos de acceso, típicamente de las cuentas corrientes bancarias
- **Plain Text email:** correo electrónico de texto sin formato, un e-mail sin códigos HTML
- **Postmaster:** responsable de la gestión de un servidor de correo y con ello, en particular, también de los sistemas anti-spam.
- **Pre-header:** pre-encabezado, resumen del e-mail; se trata de la línea de texto que sigue al asunto y que debería proporcionar un pequeño avance de los contenidos del mensaje
- **Política de privacidad:** documento legal que plantea cómo una organización retiene, procesa o maneja los datos del usuario y cliente
- **Prospect:** prospecto, cliente potencial pero todavía no efectivo. A diferencia del lead, que solo está potencialmente interesado, y podría haberse registrado únicamente para tener información, sin deseo de comprar nada, el prospecto es un usuario con un interés real
- **Provider:** proveedor de servicios de conectividad internet o proveedor de servicios de correo electrónico, denominados también MSP Mail Service Provider.

## R

- **Rebote:** se refiere a cuando un email no es entregado a su destinatario. Hay dos tipos de rebotes: suaves (soft bounce) y duros (Hard bounce).
- **Re-engagement:** estrategia cuya finalidad es reactivar a los contactos durmientes de la base de datos con campañas de reactivación específicas.
- **Render:** la forma en que se presenta el mensaje en un determinado cliente de correo electrónico.
- **Responsive design:** diseño adaptativo, el diseño de un e-mail que se adapta a las medidas de las pantallas en las que el usuario lo lee. ¡Atención! no es sinónimo de diseño híbrido ni de diseño compatible con dispositivos móviles (mobile friendly). ¿Cuál es la diferencia? Lo hemos aclarado en este artículo.
- **RIPE:** organismo encargado de asignar y administrar las direcciones IP en Europa.
- **RSS:** really simple syndication, un estándar basado en XML que permite compartir contenidos en varios sistemas.

## S

- **Search Marketing:** marketing de búsqueda, actividades de marketing orientadas a la presencia en los motores de búsqueda.
- **Segmentación:** técnica que permite dividir la base de datos de contactos en listas de destinatarios más concretas, definidas a partir de características comunes (p.ej. edad, procedencia geográfica, ubicación geográfica, etapa del ciclo de vida, etapa de reconocimiento, consideración o decisión, Industria, Interacciones previas con la marca, Idioma, Puesto etc.). La segmentación es otra de las mejores prácticas fundamentales para determinar la eficacia de una campaña de marketing por e-mail.
- **Seed email:** direcciones centinela que se introducen en una lista con distintas finalidades, como por ejemplo el monitoreo de la entregabilidad de un mensaje, la medición de los tiempos de envío de un servidor, la detección de actividades de envío de spam, comprobar robos o abusos de la lista.
- **SMTP:** protocolo con que se transmite un mensaje de e-mail entre dos servidores.
- **Soft bounce:** rebote suave, e-mail que no se puede entregar a causa de un problema temporal, como, por ejemplo, una bandeja de entrada llena.
- **Spam:** envío masivo de mensajes de e-mail a usuarios que no han solicitado explícitamente recibir esas comunicaciones.
- **Spam Trap:** es una trampa para quienes envían spam. Consiste en una dirección de e-mail, en todo similar a las direcciones normales, pero que se ha creado expresamente para ser captada y utilizada solo por quienes envían spam, a fin de identificarlos y bloquearlos.
- **Spammer:** quien envía spam.
- **Subject line:** es el asunto de un e-mail, es decir, el texto que los usuarios visualizan cuando un e-mail entra en su bandeja de entrada.
- **SPF:** Sender Policy Framework, se trata de un tipo de autenticación que permite certificar que el IP del que procede el mensaje ha sido autorizado por el dominio del remitente.
- **Spoofing:** técnica utilizada por los spammer para enviar mensajes bajo un nombre falso.
- **Subscriber:** suscriptor, el usuario que ha solicitado recibir las comunicaciones por e-mail de un remitente, proporcionándole la dirección de e-mail mediante Opt-in doble o único.

## T

- **Target:** los destinatarios de una campaña de e-mail.
- **Template:** la plantilla gráfica de un e-mail que tiene un esquema (layout) predefinido.
- **Testing:** pruebas, las técnicas y métodos con que se efectúan pruebas sobre un número limitado de destinatarios para comprobar la eficacia de un determinado elemento de una campaña de e-mail.
- **Tracking:** rastreo, tecnología que permite monitorear el comportamiento de un usuario.
- **Triggered email:** e-mail que se activa y se envía automáticamente después de que el usuario realice una determinada acción que constituye el trigger o activador del envío propiamente dicho.
- **Tests A/B:** es una característica que le permite probar dos diferentes versiones de un correo para aprender qué versión (la A o la B) es preferida por sus suscriptores o contactos. Las dos versiones pueden ser creadas alterando el asunto, nombre del remitente, contenido del correo, etc. Crear dos versiones de una campaña de correo y enviarla a un pequeño porcentaje del total de destinatarios. Así puede determinar cuál de las dos versiones tuvo mayor impacto (tasa de entrega, apertura y clicks). Basado en esta información puede enviar la campaña con mejor desempeño al resto de sus contactos.

## U

- **Unsubscribe Rate:** índice de bajas, número de usuarios que se han dado de baja dividido por el total de destinatarios. Es sinónimo de List churn, la lista de abandono, que vimos más arriba.
- **URL:** dirección de internet de un contenido.

## W

- **Web analytics:** herramientas y técnicas que permiten analizar los comportamientos de los visitantes.
- **Web bug:** objeto invisible para el usuario, generalmente una imagen con el tamaño de un píxel que permite controlar los hábitos de navegación y otros datos sobre las actividades online.
- **Webmail:** servicio que permite consultar el buzón de correo electrónico accediendo a un sitio web.
- **Whitelist:** Lista blanca, lista que incluye todas las direcciones IP certificadas como “buenas”, es decir, aquellas de los que no proviene spam.
- **Workflow** (flujo de trabajo): serie de emails que se envía a sus suscriptores/contactos basado en sus acciones o comportamiento. Estos flujos de trabajo son escenarios que se configuran de acuerdo las necesidades de cada empresa.

## X

- **XLS:** siglas en inglés de **eXtensible Stylesheet Language**, el estándar abierto para el intercambio de datos estructurados.

---

🔗 Revision #1974

★ Created Thu, Mar 17, 2022 9:17 AM by [Tralix México](#)

✎ Updated Tue, Mar 11, 2025 1:42 PM by [Tralix México](#)