

L U M B R E



Tu embudo de correo, armado y medible

Materia: Marketing

24/10/2026

Antes de empezar

Este proyecto integrador convierte las cuatro lecciones en un activo que funciona sin ti: diseñas tu imán y su formulario con consentimiento, escribes una secuencia de bienvenida de cuatro correos con asunto, cuerpo y CTA, montas dos automatizaciones según tu negocio y fijas métricas objetivo por etapa. El entregable es un plano de una cuartilla que puedes ejecutar en una semana y medir cada mes: el email de tu PyME funcionando como un empleado que nunca duerme.

QUÉ APRENDERÁS

- Integrar captura, copys y automatizaciones en un embudo de email completo: imán de suscripción, secuencia de bienvenida de cuatro correos, dos automatizaciones adicionales y métricas objetivo por etapa, con un plan de mejora continua.

De piezas sueltas a un sistema que corre solo



El embudo no es un correo bonito: es un sistema medible de captura a ingreso.

Has aprendido cuatro cosas que sueltas valen poco y juntas valen mucho: el email como **activo propio**, la **captura con permiso y segmentación**, el **copy** que abre y da clic, y las **automatizaciones** que trabajan solas. El proyecto los une en un solo embudo que puedes describir en una cuartilla y ejecutar en una semana.

Un embudo de email completo tiene cuatro etapas encadenadas: **Captura** (un visitante te da su correo por un imán), **Bienvenida** (recibe una secuencia que presenta, aporta y ofrece), **Acción** (convierte: compra, agenda, se registra) y **Ciclo** (postventa y reactivación lo mantienen comprando o recuperan a quien se enfrió). Tu trabajo es

diseñar una pieza por etapa y ponerle a cada una **una métrica objetivo** que puedas medir sin software caro: casi basta una hoja de cálculo y los reportes que ya te da tu herramienta de email.

El valor está en la tarea, no en la teoría

Este curso no se completa leyendo: se completa con tu embudo montado en la herramienta que uses (una plataforma de email que tengas o una que elijas esta semana). No busques la plataforma perfecta ni los diez flujos; arma UN imán, UNA bienvenida de cuatro correos y DOS automatizaciones. Un embudo imperfecto pero encendido produce datos y ventas desde el primer día; el plan perfecto que no lanzas produce cero. Puedes mejorar sobre algo que ya funciona.

Para las **métricas**, piensa como una cadena de tasas, no como un número mágico. De la captura: **tasa de conversión del formulario** (visitantes que se suscriben). De la bienvenida y campañas: **entregabilidad** (que no caigas en spam), **apertura**, **clic** y **baja/reportes**. De la acción: **conversión a compra** desde el correo y **ticket**. Y el resultado de todo: **ingreso por contacto** (ingreso atribuible al email ÷ tamaño de la lista). No fijas metas absolutas irreales: fija un **punto de partida medido hoy** y una meta de mejora para el mes. Un embudo que se mide cada mes se mejora solo; uno que no, se estanca.

Los números que más te dirán qué arreglar: si la **apertura** es baja, el problema es asunto y reputación (lecciones 1 y 3); si abren pero no dan **clic**, es el CTA y la oferta (lección 3); si dan clic pero no **convierten**, es la página de destino o el precio; si **todos** se dan de baja, sobre-frecuencia o falta de segmentación (lección 2). La métrica señalada te dice a qué lección volver.

El plano de una cuartilla que debes entregar

Etapa	Pieza que construyes	Métrica objetivo
Captura	Imán + formulario con consentimiento	Tasa de suscripción de visitantes
Bienvenida	Secuencia de 4 correos (asunto, cuerpo, CTA)	Apertura y clic de la secuencia
Acción	1-2 automatizaciones según tu negocio	Conversión a compra desde el correo
Ciclo	Postventa + reactivación de inactivos	Recompra y reactivación
Resultado	Todo el embudo medido cada mes	Ingreso por contacto

1. Asigna cada síntoma de bajo rendimiento a la lección donde está su arreglo:

Elementos:

- Baja apertura en todos los envíos
- Muchas bajas y reportes de spam
- Abren pero nadie hace clic
- Un comprador recibe «recupera tu carrito»
- Lista enorme que no compra: sin segmentar
- La bienvenida solo tiene un correo

Lección 1-2 (activo y lista)	. . .
Lección 3 (copy)	. . .
Lección 4 (automatización)	. . .

2. Al revisar su embudo, Mara ve: buena entregabilidad y buena apertura, pero casi nadie hace clic en el correo de bienvenida. ¿Qué cambio tiene más probabilidad de mover la aguja?

- ☐ Subir la frecuencia de envíos a diario
- ☐ Revisar cuerpo y CTA: una sola idea, un botón con verbo de beneficio y una oferta clara, porque el problema está después de la apertura
- ☐ Cambiar el asunto del correo
- ☐ Ampliar la lista con una base comprada

3. Para el plan de mejora continua basta con mirar el ingreso total del mes, sin desagregar por etapa del embudo.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

4. Entrega tu cuartilla: escribe tu imán y su formulario (con consentimiento y baja fácil), el asunto y el CTA de los 4 correos de bienvenida, las dos automatizaciones que montarás primero y SU condición de salida, y la métrica objetivo que medirás el primer mes por etapa. Termina con UNA hipótesis: «este mes voy a mejorar __ porque mi tasa de __ es baja».

Si una casilla queda vacía, ahí está exactamente tu primera tarea del plan, no un defecto del curso.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- Un embudo completo tiene captura, bienvenida, acción y ciclo, cada uno con su métrica.
- Se mide como cadena de tasas, no como un número mágico agregado.
- Cada métrica decaída apunta a una lección: apertura→asunto/reputación, clic→CTA, conversión→destino.
- Lanzar un embudo imperfecto y medirlo supera a planear el perfecto sin encender.
- La mejora es mensual y sobre el eslabón más débil.

Preguntas clave del tema

1. ¿Qué pieza construyo en cada etapa del embudo?
2. ¿Qué métrica objetivo pongo por etapa y cuál es mi línea base?
3. ¿Cómo traduzco una tasa baja en una corrección concreta?
4. ¿Qué dos automatizaciones me convienen según mi tipo de venta?
5. ¿Cómo se ve mi embudo en una cuartilla?

Lo que debes poder hacer

- Diseñar y documentar un embudo de email completo de principio a fin.
- Fijar métricas objetivo por etapa y un punto de partida medible.
- Priorizar la mejora mensual sobre el eslabón de menor rendimiento.

ACTIVIDAD INTERACTIVA DISPONIBLE EN
LUMBRE

5. Chequeo: tu embudo



Fin del curso. Tu lista ya no es una libreta de correos: es un sistema que captura con permiso, escribe con oficio, automatiza los recorridos rentables y se mide cada mes. El siguiente paso no está aquí: es **montar tu embudo en la herramienta que uses esta semana** y encenderlo. Sugerencia de continuidad: complementa con el curso de analítica para poner números a cada etapa, y con la mejora del curso de marketing (c09) para conectar el correo a tu plan anual.

Referencia curricular

Materia:	Marketing
-----------------	-----------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://marketing.lumbre.lat/object/emp-mkt-c25-m05-0a01>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat