DIGITAL MARKETPLACE

Guía gratis · Entregabilidad del correo en frío

7 controles antes de enviar un solo correo en frío.

La lista que repasamos antes de que salga un solo correo del dominio de un cliente. Si fallas el 1, el 3 o el 4, ningún asunto del mundo salva la campaña.

De **Digital Marketplace** • Agencia de marketing e IA · Miami • Más de 500 proyectos desde 2021

Cuando el correo en frío deja de funcionar, casi todo el mundo reescribe el texto. El texto casi nunca es el problema.

Hay tres cosas que deciden si tu mensaje llega a verse, y ninguna es el asunto.

LA LISTA PÁGINA

01	Nunca envíes desde tu dominio principal	2
02	Buzones con nombre de persona, nunca info@	2
03	SPF, DKIM y DMARC en el dominio de envío	3
04	14 días de calentamiento antes del primer envío real	3
05	Un techo de 30 a 50 envíos por buzón al día	3
06	Verifica cada dirección antes de enviar	4
07	Escribe para pasar el filtro, no para gritar	4

Los tres que deciden: si fallas uno, no es un problema de texto.

La lista

Los siete controles, en el orden en que se rompen.

Repásalos antes de cada campaña, no cuando ya dejó de funcionar. **El 1, el 3 y el 4 deciden por sí solos** si tu correo llega a la bandeja.

01 Nunca envíes desde tu dominio principal

Falla cuando envías desde el dominio con el que facturas.

LA REGLA

Usa un dominio de envío aparte: algo parecido a tu marca, registrado solo para prospección.

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Una ola de quejas no solo mata la campaña: se lleva por delante tus facturas, tus hilos con clientes y tus invitaciones de calendario. El dominio con el que funciona tu negocio nunca debería ser el que usas para experimentar.

02 Usa buzones con nombre de persona, nunca info@

Falla cuando envías desde direcciones de rol.

ASÍ SÍ

`sarah@` · `s.miller@` · `sarah.miller@`

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Las direcciones de rol como info@, contact@ o sales@ se filtran más y se responden menos. Un nombre se lee como si lo hubiera escrito una persona, porque lo escribió una persona.

03 SPF, DKIM y DMARC en el dominio de envío

Falla cuando falta cualquiera de los tres.

EJEMPLO DE REGISTRO SPF

```
v=spf1 include:_spf.google.com ~all
```

Este es el de Google Workspace. Cada proveedor de correo publica el suyo.

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Los tres. Si falta uno, la entrega cae sin un solo mensaje de error: tu correo sale, simplemente nunca llega. Este es el control que más falla y el que más tarde se nota.

04 14 días de calentamiento antes del primer envío real

Falla cuando envías en volumen el primer día.

EL CALENDARIO

Día 1 al 14: solo calentamiento automático. Día 15: primer envío real.

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA No es opcional y no se puede acortar. Un dominio recién creado enviando en volumen se ve exactamente como un spammer, porque eso es lo que hacen los spammers. Dos semanas es el precio de la entrada.

05 Un techo de 30 a 50 envíos por buzón al día

Falla cuando metes todo el volumen por pocos buzones.

LA REGLA

¿Necesitas más volumen? Añade buzones, no envíos.

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Más volumen por el mismo buzón no es más alcance: es más rebote. La capacidad viene de tener más buzones, cada uno por debajo del techo.

06 Verifica cada dirección antes de enviar

Falla cuando envías a una lista que no limpiaste.

LA REGLA

Limpia la lista el día que envías, no el día que la construiste.

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Incluso las direcciones publicadas rebotan. La tasa de rebote es la forma más rápida de que te marquen, y las listas se degradan todos los meses: la gente cambia de trabajo y los buzones se cierran. Una lista de marzo no es una lista de hoy.

07 Escribe para pasar el filtro, no para gritar

Falla cuando el texto dispara el filtro.

PALABRAS QUE EL FILTRO CASTIGA

`free` · `guarantee` · `cash` · `act now` · `100%` · `$$$`

POR QUÉ ESTÁ EN LA LISTA Palabras así se puntúan antes de que un humano lea una sola línea. Van en inglés porque el filtro las evalúa en el idioma del envío; si escribes en español, cuida también sus equivalentes (gratis, garantizado, dinero, actúa ya). El lenguaje consultivo aquí no es una preferencia de estilo: es una decisión de entregabilidad.

Antes de cada campaña, marca los siete.

Imprime esta página o guárdala junto a tu herramienta de envío.

- [ ] Envío desde un dominio aparte, nunca el principal 01
- [ ] Buzones con nombre de persona 02
- [ ] SPF, DKIM y DMARC en el dominio de envío 03
- [ ] 14 días de calentamiento cumplidos 04
- [ ] Entre 30 y 50 envíos por buzón al día, como máximo 05
- [ ] Lista verificada el mismo día del envío 06
- [ ] Texto revisado, sin palabras que disparan el filtro 07

DIGITAL MARKETPLACE

Llamada gratis de 15 minutos

Si fallas el 1, el 3 o el 4, no es un problema de texto.

Es de infraestructura, y ningún asunto arregla la infraestructura. Nosotros montamos y operamos todo el sistema de envío para que tú no tengas que tocarlo.

Agenda una llamada gratis de 15 minutos ↗

LO QUE MONTAMOS

01 Dominios de envío
Solo para prospección, aparte del correo de tu negocio.

02 Autenticación
SPF, DKIM y DMARC en cada dominio, comprobados con un envío real.

03 Buzones y calentamiento
Buzones con nombres reales, calentados en rampa antes de cualquier campaña.

04 Verificación de listas
Cada dirección revisada antes de enviarle nada.

05 Secuencias y respuestas
Correos cortos por segmento, y cada respuesta a tu CRM.

06 Cumplimiento
Remitente real, asunto honesto, dirección postal y baja que se respeta.

WEB
www.digimarketplace.net

TELÉFONO
+1 (650) 643-5040

CORREO
contact@digimarketplace.net

OFICINA
150 SE 2nd Ave, Suite 206, Miami, FL 33131

Agencia de marketing y automatización con IA en Miami, para negocios de todo tipo en EE. UU. y Latinoamérica, en inglés y en español. Más de 500 proyectos desde 2021.

Instagram | LinkedIn | Behance