

Mailings

APLICACIONES MAILINGS

DIGITALES:

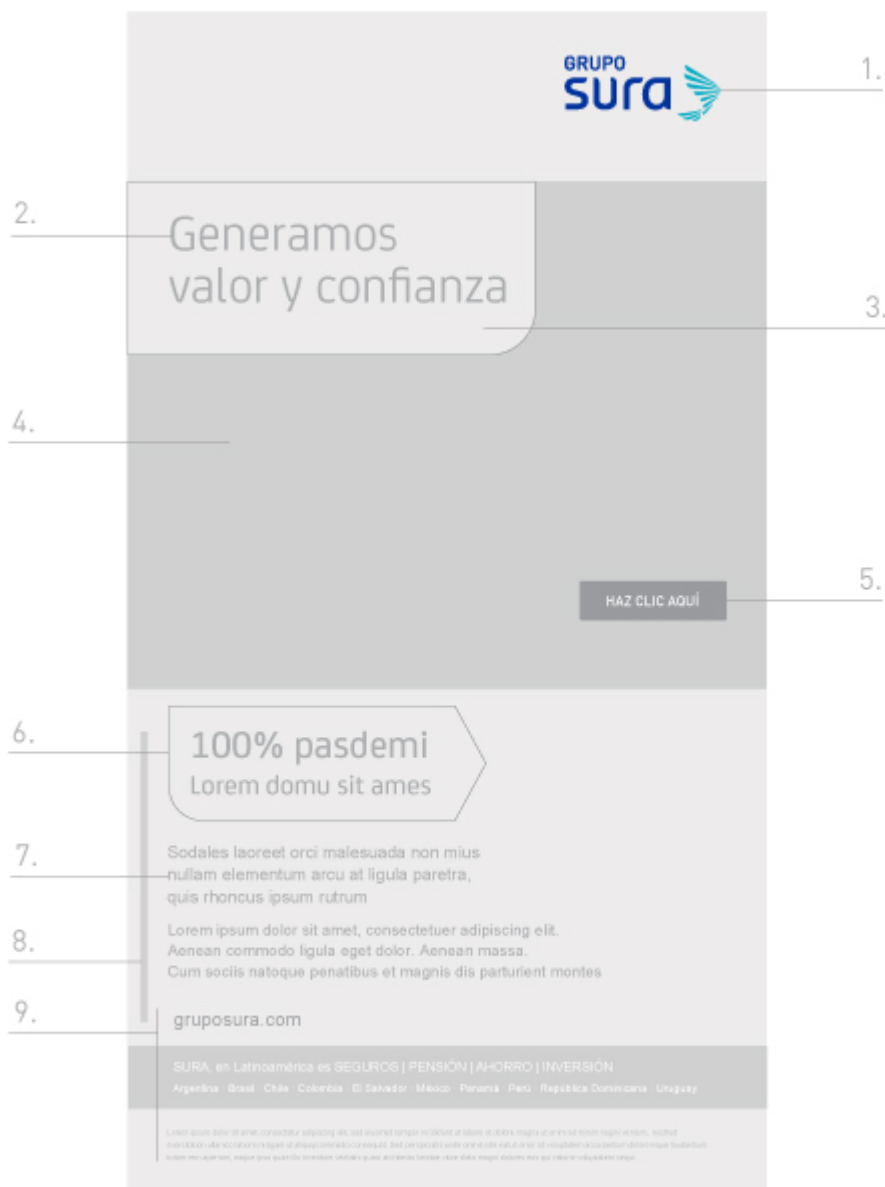
Elementos

Los elementos básicos para construir un mailing son los siguientes:

1. Logotipo.
2. Titular.
3. Ventana.
4. Imagen.
5. Call to action.
6. Destacados.
7. Contenido.
8. Vigilado.
9. Cierre (datos y legales).

NOTA

En el esquema se muestran los elementos que puede contener un mailing. Sin embargo su uso y disposición variará de acuerdo al objetivo de la comunicación.



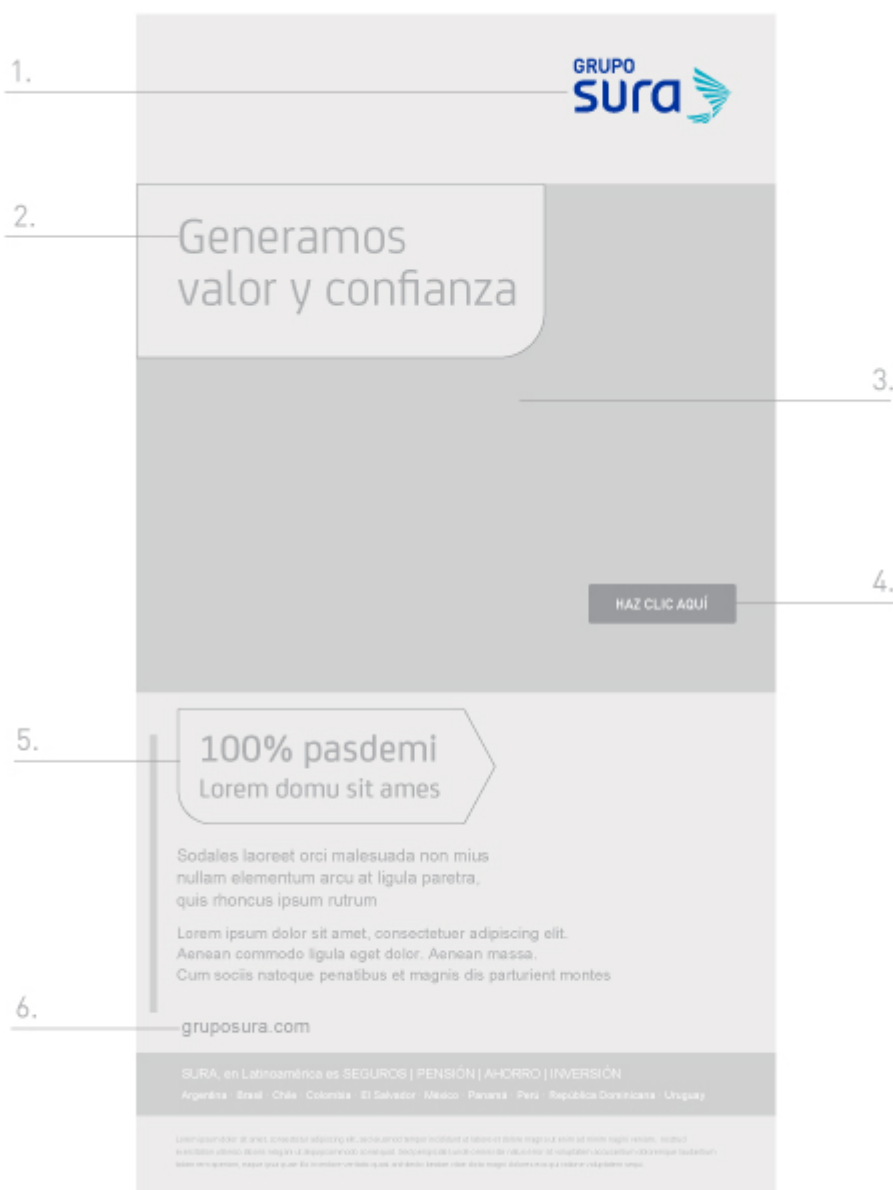
Orden de los elementos

La disposición de los elementos que se plantean dentro del mailing permite que cada uno cumpla con su función informativa. Cada uno de los elementos es ubicado con un orden que le da dirección a la lectura y crea puntos de enfoque para generar interés en el mailing.

1. **Logotipo:** Estos elementos sirven para que el lector pueda ubicar fácilmente la marca y el tipo de servicio en el cual se enfocará el contenido.
2. **Titular:** Cumple la función de informar cuál es la intención del mailing, es

una introducción al contenido.

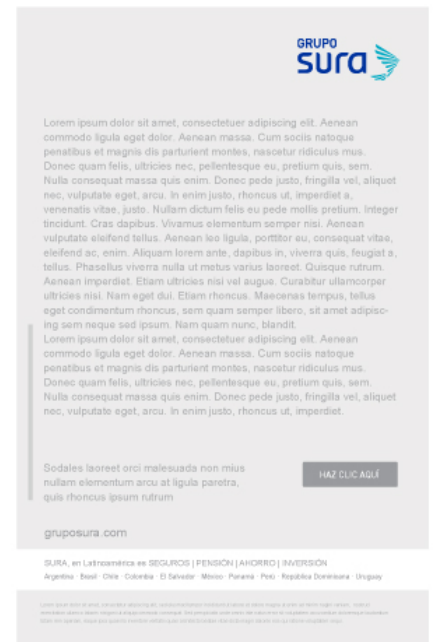
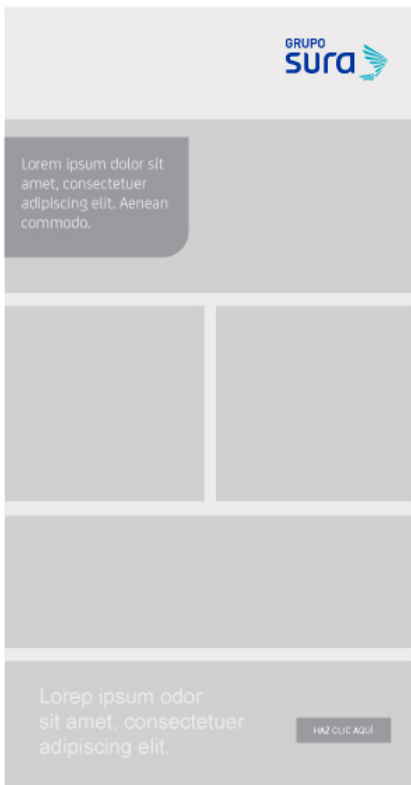
3. **Imagen:** La imagen ayuda a generar una conexión más cercana y crear familiaridad entre el lector y el mailing. Su intención es hacer una pausa en la lectura para generar empatía.
4. **Call to action:** Redirecciona al lector a la página web referente al contenido del mailing, por ello es importante que tenga buena visibilidad.
5. **Destacados:** Representan un foco de interés específico en la lectura. Tienen la función de separar y resaltar información a la que se le quiere dar relevancia.
6. **URL:** Direccionan al usuario al sitio web, redes sociales y blog de SURA.



Estructura de contenidos

La estructura de los contenidos en los mailings podrá variar de acuerdo al objetivo de comunicación.

A continuación se muestran algunos ejemplos de estructura de contenidos.



Construcción

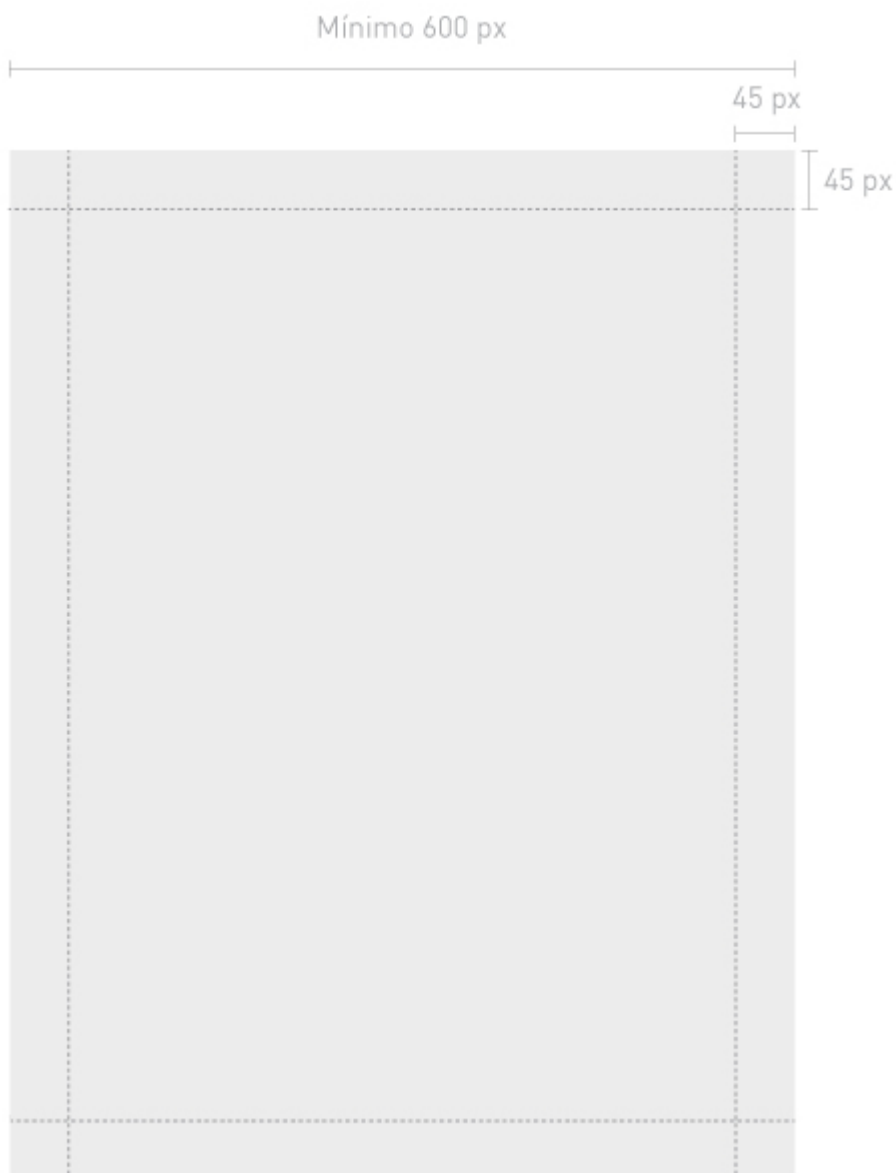
Tamaño

El tamaño del mailing debe tener un mínimo de 600 px de ancho y el alto será variable y se definirá de acuerdo a la extensión de información que contenga el mailing.

Márgenes

El margen se establece como área de seguridad para delimitar el área donde

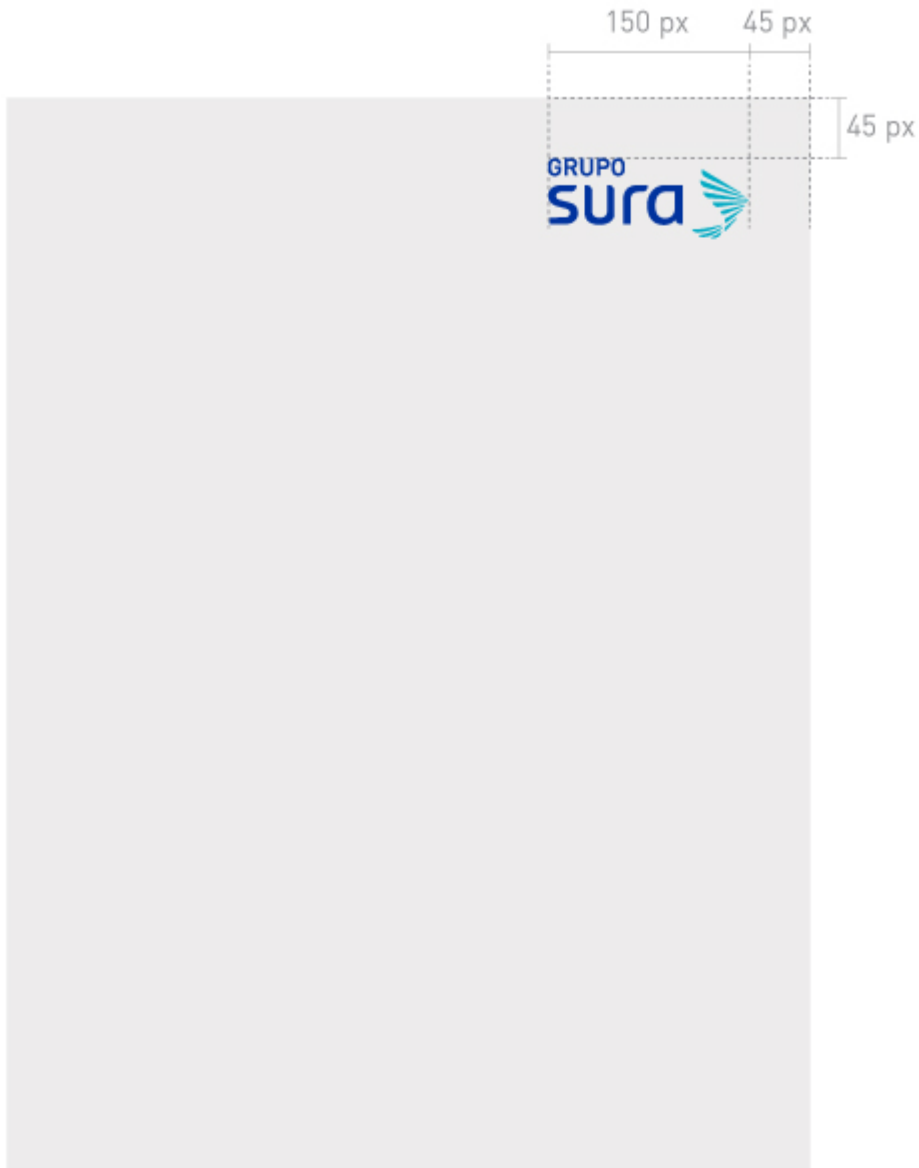
deberá aparecer la información dentro del mailing. Los márgenes deben ser de 45 px a cada lado.



Logotipo

El logotipo se debe colocar en la esquina superior derecha del mailing. El tamaño del logotipo está establecido para asegurar una buena legibilidad y unidad en la comunicación. Se deberá dejar un margen de seguridad, para evitar que otros elementos invadan su entorno y se deben respetar las medidas establecidas para tener mejor control en la comunicación digital.

El margen para ubicar el logotipo debe ser de 45 px a cada lado y el tamaño del logotipo debe ser de 150 px.



Ventana

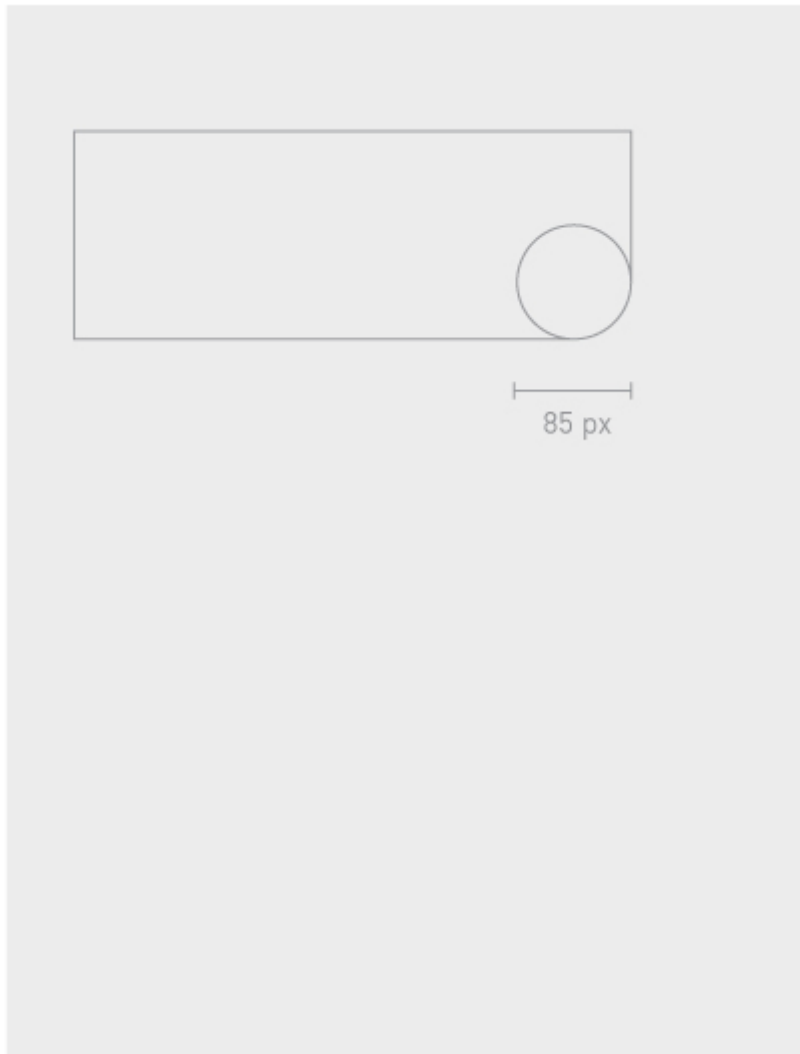
La ventana cumple la función de contenedor de textos. Se construye a partir de un rectángulo con 3 esquinas en punta y una en curva. La esquina curva de la ventana siempre debe estar localizada en el lado inferior derecho.

□

La curva de la ventana se construye a partir de un círculo cuyo diámetro es de 85 px.

NOTA

Para mayor profundidad sobre este tema revisar la sección:
Aplicaciones > Anuncios > Ventana



Tipografía

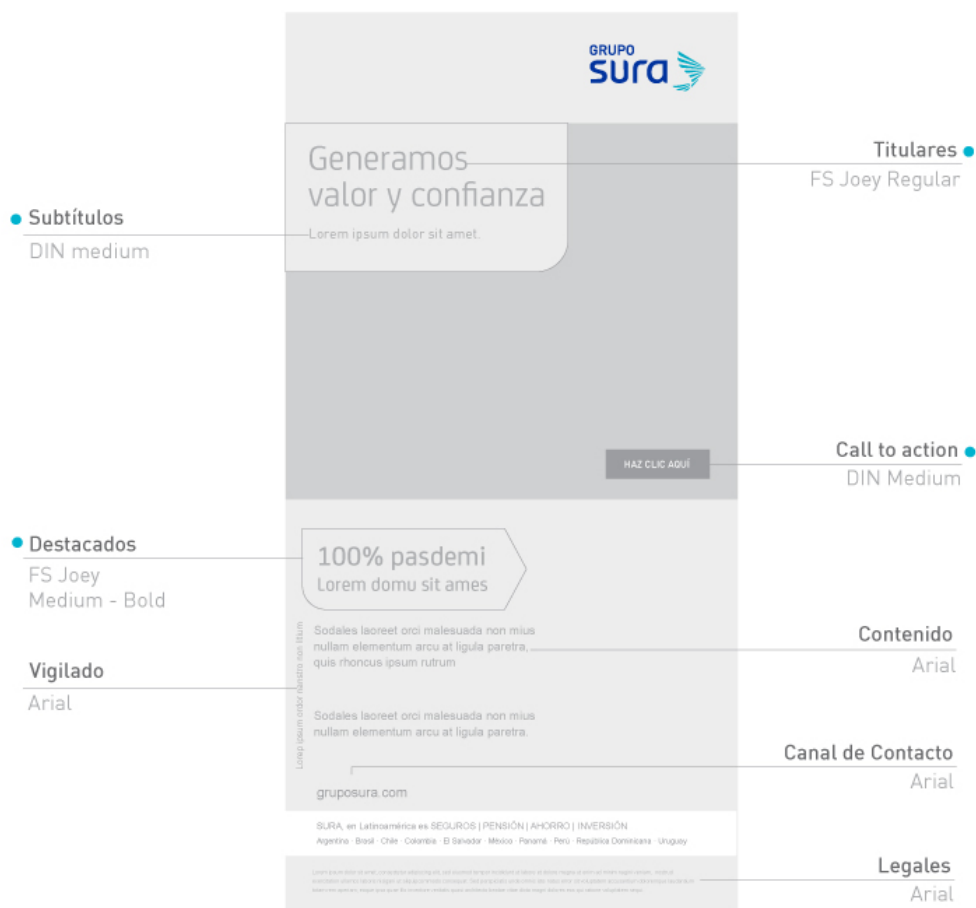
Los mailings contienen varios elementos tipográficos y a cada uno de ellos se le ha asignado una tipografía y un peso para mantener un estilo uniforme en todos los materiales.

En un mailing, sólo se debe incluir la información indispensable, ya que es una pieza de comunicación a la que se le dedica poco tiempo de lectura y se corre el riesgo de perder el mensaje cuando se satura de información.

Las tipografías que se deben utilizar son DIN y FS Joey para las secciones del

mailing que se maquetan como imagen y Arial para el cuerpo de texto que se maquetará en html.

Las tipografías DIN y FS Joey se utilizarán únicamente en los casos donde se construyan dentro de una imagen.



Especificaciones para utilizar textos en Arial en Html

Títulos	22 px	#0033A0
Subtítulos	18 px	#0033A0
Párrafos	16 px	#707372
Contacto	12 px	#707372
Legales	9 px	#0033A0
<u>Hipervínculos y correos</u>	Variable	#0033A0

Call To Action

Construcción

Los botones o call to action se construyen partiendo de un rectángulo cuyas esquinas son ligeramente curvas; éstas se logran utilizando la herramienta round corners a 2 px. El botón debe tener una altura de 37 px y puede crecer hacia lo largo hasta un límite de 200 px. □Se debe respetar siempre el área de reserva para el texto, como se muestra a continuación.



Caso especial

En los casos donde se requiera incluir una flecha en el call to action, □el botón deberá tener forma cuadrada.



Usos incorrectos

1. En la tipografía no se deben utilizar colores que no contrasten con el color del botón.
2. La esquina del botón nunca deberá ser cuadrada.
3. La altura del botón no debe modificarse.
4. Para el caso especial del botón en formato cuadrado, no se deben colocar íconos, sólo flechas.



Color

Los colores que se deben utilizar en los botones son los de la paleta de color corporativa. No se deben utilizar combinaciones de colores entre tipografía y fondo que no tengan contraste o no favorezcan la legibilidad. A continuación se muestran algunos ejemplos de aplicación:

Paleta corporativa			
R: 0 G: 51 B:160 EXA: #0033A0			
R: 0 G: 174 B:199 EXA: #00AEC7			
R: 227 G: 232 B: 41 EXA: #E3E829			

NOTA

La paleta secundaria puede tomarse en cuenta para crear botones en comunicaciones de relacionamiento, siempre y cuando los colores que se utilicen

en tipografía □ y el botón contrasten

Color, destacados y gráficos

Para la construcción de un mailing es importante tener en cuenta ciertos elementos que proporcionan dinamismo al material de comunicación. Estos se deben usar como un recurso limitado y no se debe abusar de su aplicación.

1. Transparencia de la ventana cuando se ubica sobre una imagen.
2. Degradado de azules en la parte superior de una ventana dividida.
3. Emplear recursos gráficos como tablas, gráficas o ilustración.
4. El uso de los destacados para dar énfasis a algún dato específico.



Transparencia y degradado

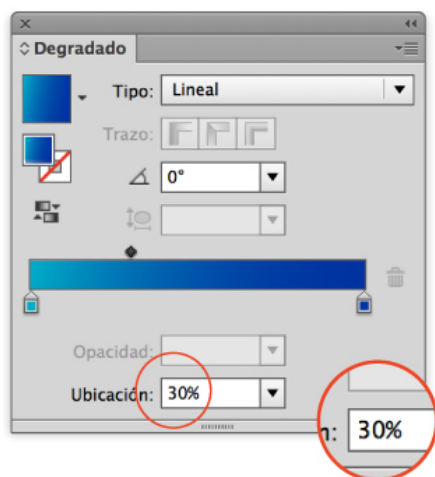
Para darle dinamismo al sistema, hay ocasiones en que las ventanas usan degradados y transparencias. Su aplicación se permite sólo cuando la ventana es

dividida y se debe implementar sobre el recuadro superior, no sobre el inferior, ya que el degradado es un elemento gráfico secundario y no debe ser protagonista.



Transparencias

Las transparencias se deben usar al 90%; esto se hace tomando en cuenta que la transparencia no afecte ningún elemento de la comunicación. Se utiliza únicamente cuando va sobre una imagen.



Degradado

El único degradado permitido en azules es el que se genera del color aqua PANTONE® 3125 al azul PANTONE® 286C, el punto intermedio del degradado debe estar en 30%.



Footer

El footer es el espacio en el que se integran los canales de contacto dentro de un mailing. Los canales de contacto son elementos relevantes para la comunicación ya que facilitan el contacto del cliente con la empresa y de manera más directa, a los productos. Se identificaron dos escenarios principales de acuerdo a los objetivos de la comunicación: relacionamiento e informativo-ventas. A continuación se explican los elementos tanto mandatorios como opcionales para cada uno de los casos.

Objetivo: Relacionamiento

Los mailings de relacionamiento tienen como objetivo acercar al cliente a la marca SURA, de ahí que sea importante incluir como mandatorios ligas a redes sociales, el blog de SURA y el sitio web, canales que favorecen la relación cliente-empresa. En los casos que aplique, deberá incluirse el tagline ya que es un elemento que refuerza el posicionamiento y la personalidad de la marca.



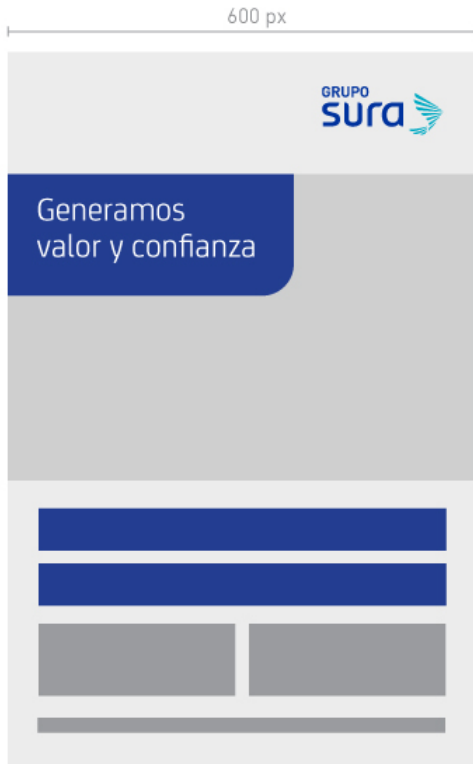
Maquetación

Formato responsivo

Los mailings deben tener un mínimo de 600 px de ancho para visualización en desktop. Sin embargo, es importante que sean responsivos para que los contenidos se adapten para su visualización en dispositivos móviles.

El formato que se tiene que considerar en la programación para dispositivos móviles es de 320 px.

Tamaño mínimo



Mailings en pantalla normal



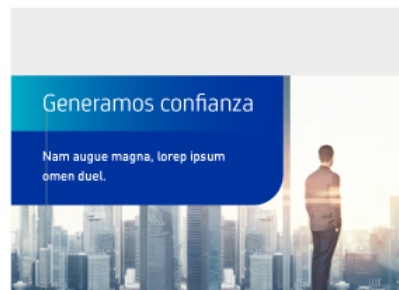
Mailings en dispositivos móviles

Nomenclatura de imágenes

El ALT descriptivo funciona para que, en los casos en los que no se visualicen las imágenes dentro del servicio de correo, aparezca el texto correspondiente a la información dentro de la imagen y no se pierda el mensaje dirigido al cliente. A continuación se muestran ejemplos.



Ejemplo:
Tranquilidad que se comparte.



Ejemplo:
Generamos confianza.

Otras recomendaciones

1. El mailing debe contener 40% de imagen y 60% de texto en html.
2. El mail debe ser maquetado con tablas y estilos CSS online. Se recomienda maquetarlo a una sola columna.
3. Procurar no usar muchos contenedores y cuadros para que no compitan con el call to action. En caso de que se requieran, procurar que sean de diferente color al call to action para diferenciarse.

Ejemplos

A continuación, se muestran distintos ejemplos de mailings.

Generamos confianza

Nam augue magna, lorep ipsum omen duel.



Apreciable "Nombre de la persona"

HAZ CLIC AQUÍ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eius mod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eius mod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

gruposura.com

SURA, en Latinoamérica es SEGUROS | PENSIÓN | AHORRO | INVERSIÓN
Argentina · Brasil · Chile · Colombia · El Salvador · México · Panamá · Perú · República Dominicana · Uruguay

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna ut enim ad minim nagri veniam, nostrud exercitatio ullamco laboris nislquam ut aliquipcommodo consequat. Sed perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium totam rem aperiam, eaque ipsa quae illo inventore veritatis quasi architecto beatae vitae dicta magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi.

Generamos confianza

Nam augue magna, lorep ipsum omen duel.



Apreciable "Nombre de la persona"

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eius mod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo consequat.

HAZ CLIC AQUÍ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eius mod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo.

gruposura.com

SURA, en Latinoamérica es SEGUROS | PENSIÓN | AHORRO | INVERSIÓN
Argentina · Brasil · Chile · Colombia · El Salvador · México · Panamá · Perú · República Dominicana · Uruguay

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna ut enim ad minim nagri veniam, nostrud exercitatio ullamco laboris nislquam ut aliquipcommodo consequat. Sed perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium totam rem aperiam, eaque ipsa quae illo inventore veritatis quasi architecto beatae vitae dicta magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi.



Tranquilidad que se comparte

Apreciable "Nombre de la persona"

HAZ CLIC AQUÍ

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo consequat. adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.

100% pasdemi
Lorem domu sit ames



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo consequat. incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, aliquipcommodo consequat.

HAZ CLIC AQUÍ

gruposura.com

SURA, en Latinoamérica es SEGUROS | PENSIÓN | AHORRO | INVERSIÓN

Argentina | Brasil | Chile | Colombia | El Salvador | México | Panamá | Perú | República Dominicana | Uruguay

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna ut enim ad minim veniam, nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquipcommodo consequat. Sed perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium totam rem aperiam, eaque ipsa quae illo inventore veritatis quasi architecto beatae vitae dicta magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi.