

Sé un Experto

CON KUORUM

- LA GUÍA DE LOS USUARIOS JEDI -



Contenido

Contenido	2
Sé un experto con Kuorum.....	3
Filtros	3
Tags (Etiquetas)	4
Tags para newsletter	6
Tags para publicaciones	6
Tags para debates	7
Símbolos	7
Gestión de campañas	7
Encuentra campañas	8
Ordena tus campañas	8
Estadísticas	8
Editar	10

Sé un experto con Kuorum

Bienvenido al lado oscuro joven padawan! Nos alegra que hayas elegido Kuorum para tus campañas online. Ahora que eres un usuario avanzado es hora de entrar de lleno y sacarle el máximo partido a tu cuenta. ¡Que la fuerza te acompañe!

Filtros

¡No pongas todos tus huevos en una misma canasta! Recuerda que hay campañas específicas que van mejor con determinadas audiencias. Segmentar tus contactos permite que tu mensaje sea más efectivo. Por eso nos hemos asegurado de que tengas una potente herramienta de filtrado disponible tanto para tus contactos como para tus campañas.

Crea filtros con tus criterios para enviar campañas con información específica a contactos específicos. ¿Cómo crearlos?, presta atención. Cuando creas una nueva campaña en el campo PARA escoge la opción CREAR NUEVO FILTRO. Se desplegarán dos nuevos campos, COINCIDE y CONDICIONES.

COINCIDE: es donde estableces si el criterio del filtro coincide con ALGUNA o TODAS las condiciones siguientes

NOMBRE

APELLIDO

EMAIL

ETIQUETA

COMPROMISO

Después, especifica el criterio agregando estas opciones:

EMPIEZA POR

IGUAL A

CONTIENE

TERMINA EN

Posteriormente tienes un cuadro de diálogo para introducir la condición que deseas. Veamos un ejemplo:

Eliges las condiciones **NOMBRE > CONTIENE** y escribes en el cuadro de diálogo la letra **L** y en otro cuadro de diálogo la letra **M**, si eliges:

TODAS: Solo las personas cuyo nombre **CONTIENE** ambas letras **L** y **M** simultáneamente recibirán la campaña (Melissa, Amelia)

ALGUNA: Las personas cuyos nombres contengan la letra **M** o **L** recibirán la campaña, esto quiere decir nombres que contengan la letra **M** aunque no contengan la **L** y viceversa. (Mónica, Laura)

Mientras estableces tus condiciones, verás el número de contactos que las cumplen y si clicas en el número, verás los nombres de los contactos.

Mientras añades condiciones a tu filtro, clicas en el botón **ACTUALIZAR** para ver el número real de recipientes.

Guarda el filtro en **GUARDAR FILTRO COMO**, asígnale un nombre y ¡podrás usar este filtro las veces que desees! También está la opción de modificar un filtro existente, al hacer clic en **GUARDAR** las modificaciones se aplicarán al filtro seleccionado. Siempre puedes eliminar un filtro haciendo clic en el ícono de basura.

Tags (Etiquetas)

¡Usa nuestras etiquetas para clasificar tus contactos y saber su nivel de compromiso! Para hacerlo, ve a la sección **CONTACTOS**. Se mostrará una lista con tus contactos.

Tal vez quieras etiquetar a algunos. Para hacerlo primero debes filtrarlos como se muestra en la sección anterior del documento hasta veas sólo a aquellos que te interesa etiquetar.

Si te encuentras en una situación en la que los filtros no son necesarios para el tipo de consulta que quieres hacer, puedes buscar al contacto directamente desde la barra de búsqueda.

Una vez hayas filtrado o buscado a los contactos que quieres etiquetar, puedes añadir uno o varias etiquetas a un solo contacto haciendo clic en EDITAR TAG junto a la información de tu contacto.

El cuadro de diálogo para escribir la etiqueta se mostrará. Escribe tu etiqueta y luego presiona ENTER o COMA al final de cada etiqueta. Después haz clic en GUARDAR ETIQUETAS. Con un proceso similar puedes también eliminar o cambiar etiquetas anteriores de un solo contacto.

Finalmente puedes agregar las mismas etiquetas a varios contactos de una vez. Para hacerlo primero debes seleccionar a esos contactos con las cajas de selección del lado izquierdo de tu lista de contactos. Cuando seleccionas más de un contacto, un menú desplegable de ACCIONES EN LOTE aparecerá en la parte superior de la lista de contactos. Por ejemplo:

Puedes filtrar tus contactos eligiendo sólo aquellos que tienen un COMPROMISO IGUAL a ALTO y un EMAIL que TERMINA EN “Kuorum.org”. Por lo tanto, esos contactos que trabajan para Kuorum y tienen un alto nivel de compromiso con tus campañas serán mostrados. Ahora puedes seleccionarlos y un menú desplegable de ACCIONES EN LOTE aparecerá en la parte superior de tu lista de contactos. Si seleccionas la opción AÑADIR TAGS, aparecerá una ventana emergente donde puedes añadir uno o varios tags para esas personas. Por ejemplo, tal vez quieras usar el tag “mis fans de Kuorum”

El menú desplegable de ACCIONES EN LOTE te brinda tres opciones:

ELIMINAR TODO: elimina todos tus contactos. Se cuidadoso con éste ;)

AÑADIR ETIQUETAS (TAGS): Añade etiquetas a los contactos previamente seleccionados. Una caja de diálogo te pedirá que escribas la etiqueta que deseas poner. Escribe los nombres de las etiquetas y luego da ENTER o COMA. Haz clic en el botón AÑADIR TAGS A CONTACTOS. Tus etiquetas están ahora listas y se asignarán a los contactos seleccionados.

QUITAR ETIQUETAS (TAGS): Remueve etiquetas a los contactos previamente seleccionados. Un cuadro de diálogo te pedirá que escribas el nombre de las etiquetas que deseas remover. Escribe el nombre de la etiqueta y da ENTER o COMA. Clica el botón QUITAR TAGS DE CONTACTOS. La etiqueta será eliminada de los contactos seleccionados.

A diferencia de tus filtros guardados, los tags no se añadirán a tus nuevos contactos. Aunque hay también una manera de automatizar tu manejo de tags. ¡Déjanos mostrarte cómo!

Tags para newsletter

Mientras escribes una newsletter puedes elegir etiquetar a personas que:

ABRAN EL EMAIL

HAGAN CLIC EN EL EMAIL (abren email y también clican en el enlace contenido)

Al hacer esto, estás permitiendo a Kuorum segmentar a tus contactos automáticamente. Esto te permitirá enviar campañas más personalizadas en el futuro teniendo en cuenta las preferencias de tus diferentes audiencias.

Si encuentras esta función útil y quieres comenzar a usarla, recuerda que es muy importante primero definir una estrategia para mantener un buen balance entre el número de segmentos y su tamaño. Por ejemplo:

Supongamos que tienes 2,000 contactos a los que envías una campaña semanal. Si creas nuevos tags para diferentes temas cada semana sin planeación, después de 6 meses tendrás 24 diferentes tags distribuidos entre tus 2,000 contactos. Algunos contactos tendrán muchos tags, y lo que es más importante, tus segmentos serán muy pequeños (20 a 200 contactos por segmento).

en lugar de hacer eso, primero piensa el tamaño de segmentos que quieres tener. Digamos 500 personas por segmento. Luego divide el tamaño de tu base de datos por este número ($2,000 / 500 = 4$). Ahora elige los cuatro temas principales sobre los cuales harás tus campañas y cada semana usa uno de esos cuatro temas dependiendo del contenido de tu newsletter. Después de 6 meses tendrás cuatro segmentos bien definidos. Tus segmentos también serán más grandes porque aquellos que no hagan click en tu primer campaña sobre - por ejemplo- “cambio climático”, podrían clicar en la segunda campaña sobre el mismo tema. Por otro lado tu lista de contactos estará más organizada y será más fácil de manejar para ti y para tu equipo.

Tags para publicaciones

Puedes elegir etiquetar a personas que:

ABRAN EL EMAIL.

HAGAN CLIC EN EL EMAIL (abren email y también clican en el enlace contenido).

LES GUSTA TU POST.

Tags para debates

Puedes elegir etiquetar a personas que:

ABRAN EL EMAIL.

HAGAN CLIC EN EL EMAIL (abren email y también clican en el enlace contenido a tu debate).








CREEN UNA PROPUESTA.

COMENTEN UNA PROPUESTA.

LES GUSTE UNA PROPUESTA.

Símbolos

Cuando vas a tus campañas y abres una previamente creada (publicaciones o debates), verás a la derecha una tabla con símbolos que indican lo siguiente:

-  Veces que tu campaña ha sido vista
-  Número de seguidores que tiene el autor
-  Propuestas hechas por otros
-  Apoyo a tus propuestas, gente a la que le gusta.
-  Número de comentarios a la propuesta
-  Propuestas destacadas por el autor, (las que encuentra relevantes).
-  Mide el tiempo que ha pasado desde la última actividad.

Gestión de campañas

Ya conoces el dicho, un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

La única manera para seguir el estado de tus campañas es ordenarlas y organizarlas de acuerdo a tus preferencias, ¡te brindamos una variedad de opciones para que elijas la que mejor te venga!

Encuentra campañas

En la sección de CAMPAÑAS verás una lista con tus campañas. Puedes organizar y manejarlas fácilmente. Primero, elige las campañas que quieres que se muestren basándote en lo siguiente:

TODAS: Mira todas las campañas que has creado

NEWSLETTERS.

DEBATES.

PUBLICACIONES.

También puedes usar la barra de búsqueda rápida para encontrar una campaña específica. Solo escribe el nombre o palabras clave y la encontrarás fácilmente.

Ordena tus campañas

Elige el orden de tu listado basado en los siguientes criterios:

FECHA DE ENVÍO

TÍTULO

DESTINATARIOS (elige de mayor a menor y viceversa)

RANGO DE APERTURA (elige de mayor a menor y viceversa)

RANGO DE CLICKS (elige de mayor a menor y viceversa)

Recuerda, mantén la calma y ¡organízate!

Estadísticas

Una vez que has decidido el orden, es tiempo de monitorear el estado de tu campaña. Junto al título de cada campaña hay un botón de estadísticas que te da acceso a información que te será útil:

Estadísticas

DESTINATARIOS: Número de contactos que recibieron tu campaña.

APERTURAS: Porcentaje de aquellos que recibieron y abrieron tu campaña.

CLICKS: Porcentaje de aquellos que abrieron e hicieron clic en el enlace contenido.

Si necesitas información más detallada puedes acceder a ella desde el botón de estadísticas a la derecha.

Es un análisis más detallado donde además de APERTURAS y CLICS también verás:

NOMBRE: Nombre de los contactos alcanzados por tu campaña.

ESTADO: Etapa en la que se encuentra tu email, puede ser:

ENVIADO.

NO ENVIADO.

RECHAZADO.

SPAM.

EN COLA.

ABIERTO.

HARD BOUNCED (rebote duro).

SOFT BOUNCED (rebote suave).

CLICADO.

RESPONDIDO.

Para debates tienes el ESTADO:

NUEVA PROPUESTA.

LIKE PROPUESTA.

COMENTARIO.

En las publicaciones también hay ESTADO:

LIKE PUBLICACIÓN

COMPROMISO: Nivel de compromiso que el contacto tiene en la campaña de acuerdo a su interacción. Puede ser:

INACTIVO.

BAJO.

MEDIO.

ALTO.

Ver email

Te permite ver cómo luce el email asociado a tu campaña.

Editar

Junto al título de tus borradores y campañas programadas hay un botón de EDITAR -en lugar del botón de ESTADÍSTICAS-, en caso de que quieras realizar algunos cambios antes de enviarlas.