



CePETel

Sindicato de los Profesionales
de las Telecomunicaciones

SECRETARÍA TÉCNICA



MÓDULO IV

E-MAIL MARKETING



Agenda

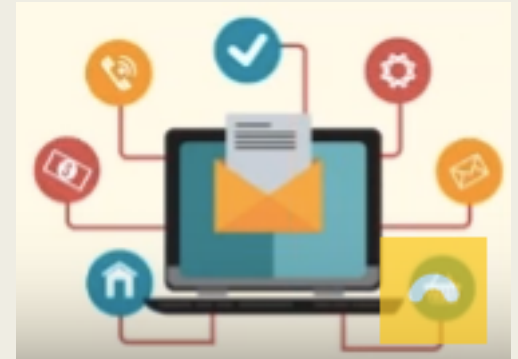
Módulo IV: E-Mail Marketing

- ❖ Conceptos de E-Mail Marketing.
- ❖ Características fundamentales.
- ❖ Herramientas de E-Mail Marketing.
- ❖ Gestión de Campañas

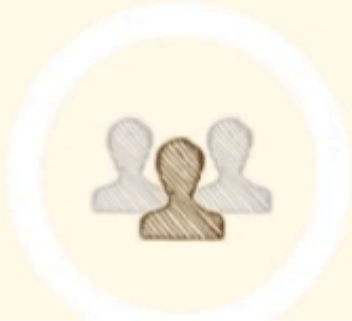


El E-Mail Marketing como aliado estratégico

- ✓ Estimula la acción inmediata
- ✓ Permite la máxima personalización y segmentación
- ✓ Posibilita medir los resultados en tiempo real
- ✓ Permite ahorrar tiempo y dinero
- ✓ Fomenta la fidelización
- ✓ Técnica con mayor ROI



Los Cuatro pasos del E-Mail Marketing



¿Qué es el Marketing del Permiso?

Consentimiento que brinda el consumidor al aceptar recibir sus mensajes.



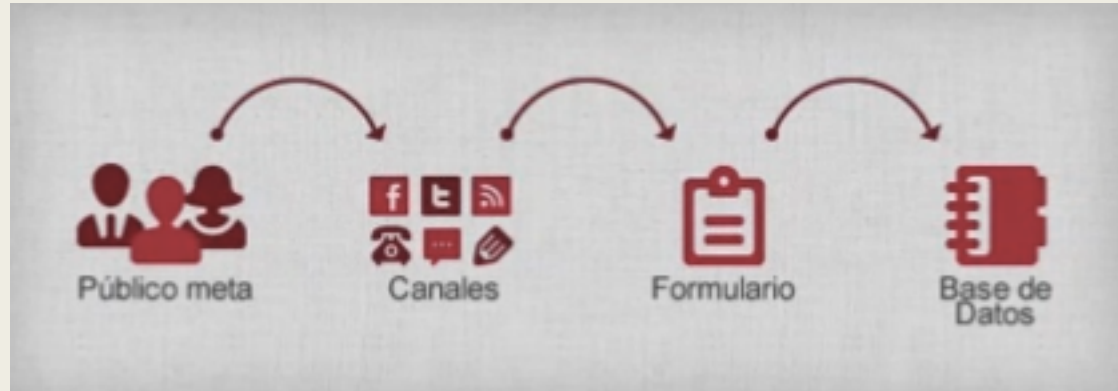
Envía
Campañas de Email.

Mide
tus resultados.

Optimiza
tus Campañas.

Marketing del Permiso...

Consentimiento que brinda el consumidor al aceptar recibir tus mensajes.



¿Qué es un LEAD o PROSPECTO?

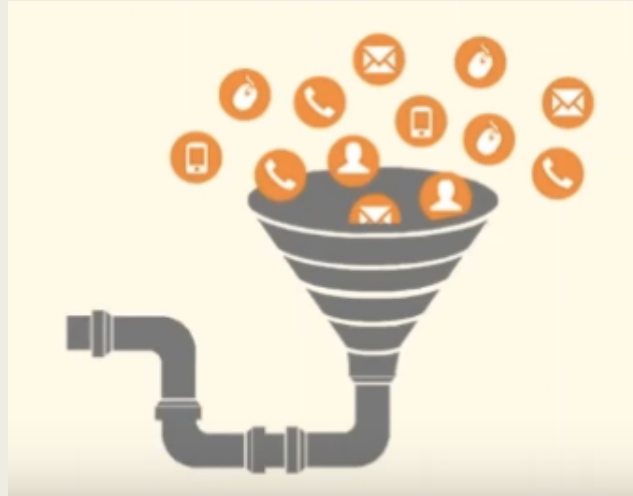
Puede ser un e-mail, un número de teléfono o un cliente entrando por la puerta de tu negocio.

Se trata de un cliente potencial.

Sin LEADS NO hay ventas.



Estrategias para captar Leads con poco presupuesto



Formulario de Suscripción

- ✓ Blog
- ✓ Sitio web
- ✓ Dentro de artículos
- ✓ Al final de posts
- ✓ Pop ups
- ✓ Sidebars
- ✓ Hello bar

Formulario al final



¿Quieres más artículos como este?

Susíbete a nuestra newsletter y recibe en tu email totalmente gratis nuestras noticias.

¿Nos dejas tu email?

Diario Semanal

Susíbete

The form is enclosed in a yellow border with a hamburger menu icon in the top right corner. The text is centered and uses a clean, sans-serif font. The 'Susíbete' button is a simple black-outlined rectangle.

Sidebars



**CONVIERTE TU FAN PAGE
EN LEYENDA**

facebook

Imv

Tu página de Facebook debe ser un escaparate para toda la gente que llegue a ella. Debe ser un lugar de captación de Fans, donde se interactue y donde se da una imagen adecuada de tu empresa o negocio, en pocas palabras, debes conquistar y enamorar a todo aquel que le eche una ojeada.

Por lo tanto, tu página no puede presentar el mismo diseño que las demás, empieza a lavarle la cara y olvídate de las 4 típicas pestañas que Facebook te regala por defecto: Fotos, Eventos, Me gustas y videos.

Las 5 mejores Aplicaciones para Facebook

Para más esta tarea sea más fácil te voy a mostrar 5 Aplicaciones que avisarán a

Por **Wontalia**

Recibe mis mejores trucos y consejos sobre Marketing Online y SEO, directamente en tu email.

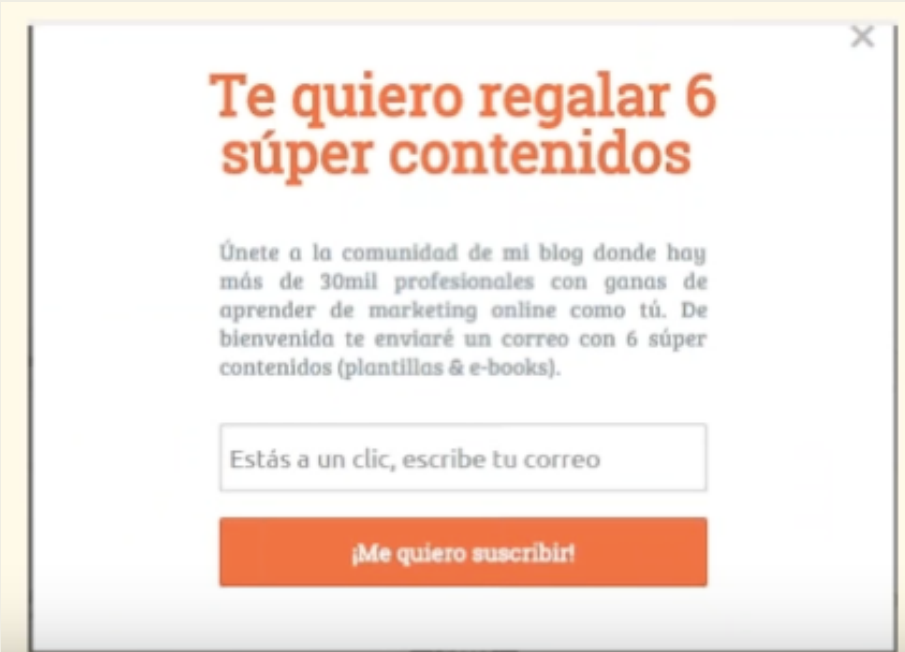
Tu Email

Tu Nombre

Susíbete



Pop up



Te quiero regalar 6 súper contenidos

Únete a la comunidad de mi blog donde hay más de 30mil profesionales con ganas de aprender de marketing online como tú. De bienvenida te enviaré un correo con 6 súper contenidos (plantillas & e-books).

Estás a un clic, escribe tu correo

¡Me quiero suscribir!

Barra superior



The image shows a website header and hero section. The header is white and contains the logo 'MAÏDER TOMASENA' in red and black, with 'Copywriter web' in a black script font below it. To the right of the logo is a 'Menú' button with a hamburger icon. The hero section has a light blue background. On the left, there is a text block: 'ESCRIBE MEJOR. FASCINA CON TUS PALABRAS. CONSIGUE MÁS Y MEJORES CLIENTES.' Below this text are two input fields labeled 'NOMBRE' and 'E-MAIL'. At the bottom of the hero section is a red button with the text 'ÚNETE A ESTA GRAN AVENTURA'. On the right side of the hero section, there is a photograph of a woman in a black top and blue pants, standing with her arms outstretched next to a tall, thin wooden structure.

MAÏDER TOMASENA
Copywriter web

☰ Menú

ESCRIBE MEJOR. FASCINA CON TUS PALABRAS.
CONSIGUE MÁS Y MEJORES CLIENTES.

NOMBRE E-MAIL

ÚNETE A ESTA GRAN AVENTURA

Concursos y sorteos

Mis Datos ✕

 **Nombre** **Apellido**

E-mail **Localidad**

Sexo **Cumpleaños**

Acepto las bases y condiciones Deseo recibir novedades de SocialFools.me

Facebook tabs



The image shows a Facebook page for 'Doppler Email Marketing'. The page has a blue header with the Facebook logo, the page name, and a search bar. Below the header, there are navigation tabs: 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', and 'Herramientas de publicación'. The main content area features a large heading 'Suscríbete a nuestro Newsletter' and a sub-heading 'Entérate de todas nuestras novedades y beneficios.'. Below this is a sign-up form with three input fields labeled 'Nombre:', 'Apellido:', and 'Email:'. A green 'Suscríbete' button is positioned to the right of the form. A globe icon is located in the bottom left corner of the form area.

Facebook page for Doppler Email Marketing. The page displays a sign-up form for a newsletter. The form includes fields for Name (Nombre), Last Name (Apellido), and Email, followed by a green 'Suscríbete' button. A globe icon is visible in the bottom left corner of the form area.

Landing pages

genwords

Estudio de Content Marketing



Genwords publica el 1er Estudio de Content Marketing de LatAm y España después de seis meses de entrevistas con ejecutivos de grandes compañías y agencias.

Descubre ahora mismo el panorama del Marketing de Contenidos en la región: estrategias, resultados, retos, tendencias, perspectivas y testimonios de los profesionales del

Nombre*

Apellido*

Mail*

Compañía*

Segmento*

Cargo*

Cuentas de Social Media Gestionadas Por La Empresa*

[Descargar el Estudio](#)

Content Marketing

The image shows a screenshot of the Doppler website's content marketing section. The header is orange and contains the Doppler logo, navigation links for 'TODO', 'EBOOKS', 'INFOGRAFÍAS', 'HERRAMIENTAS', and 'VIDEOS', and a 'REGÍSTRATE GRATIS' button. Below the header are three content cards:

- CALCULA TU ROI:** Features a bar chart with three bars of decreasing height (green, yellow, orange). The text below reads: 'Calcula el Retorno de tu Inversión. Descubre qué tan exitosas son tus acciones de Email Marketing en términos económicos.' and includes an 'ACCEDER AHORA' button.
- Reporte de Métricas en Email Marketing:** Features an illustration of a man looking at a line graph. The text below reads: 'Email (Obligatorio) ¡No olvides usar el!' and includes an 'ACCEDER AHORA' button.
- Conquista a los Algoritmos de Google:** Features an illustration of a panda and a penguin in a landscape. The text below reads: 'Conquista a los algoritmos de Google. Descubre qué acciones implementar para dominar a los algoritmos más famosos de la web.' and includes a 'BAJAR INFOGRAFÍA' button.

Capacitaciones online



Presta atención al completar tus datos.

Por ser parte del webinar
te enviaremos

**tu certificado
de asistencia**

con el nombre ingresado en
el formulario

NOMBRE

APELLIDO

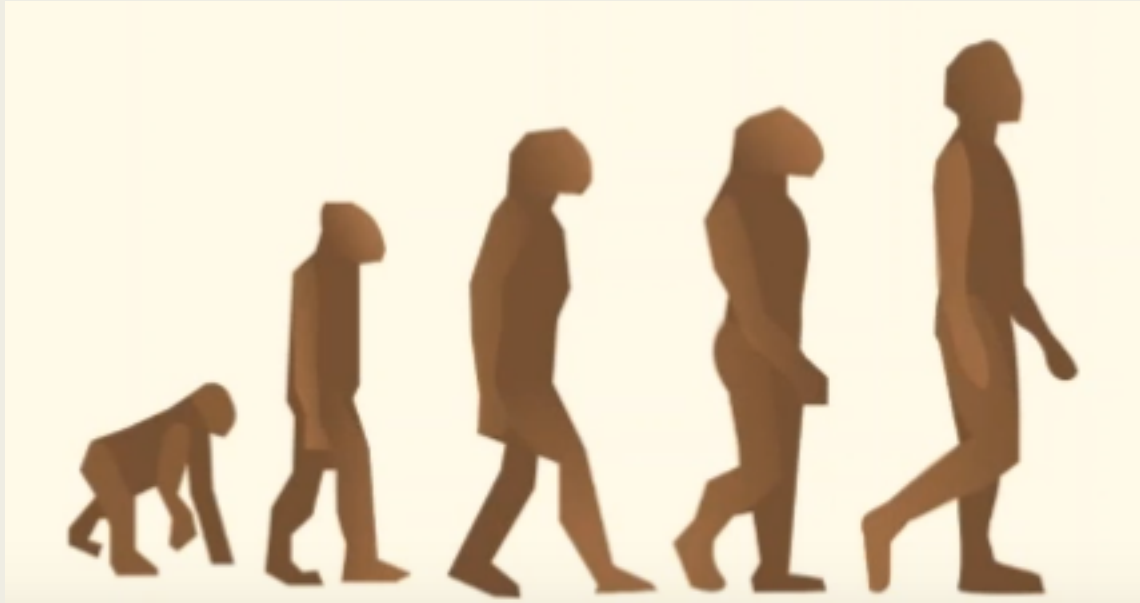
EMAIL

PAIS

¿TIENES CUENTA EN DOPPLER? SI No

REGÍSTRATE AL WEBINAR

Pasos para crear tu estrategia de marketing



Paso 1 – Calendariza la fecha



Paso 2 – Define el objetivo



1- ¿Qué buscas obtener con la Campaña?

- ¿Aumentar las ventas o el número de clientes?
- ¿Sorprender y emocionar a tus contactos?
- ¿Fidelizar a tus Suscriptores?

2- ¿Cuál es tu público objetivo?

- Edad
- Género
- Ubicación geográfica
- Comportamiento previo

3- ¿En qué plazo pretendes lograrlo?

- Solo con una Campaña
- Con un conjunto de Campañas enviadas en determinado período.

Paso 3 – Elige el tipo de campaña



NEWSLETTER

Fidelizar clientes / Posicionar la marca / Generar tráfico / Comunicar novedades.



PROMOCIONALES

Generar conversiones (clicks, recomendaciones, ventas, suscripciones, regalos, etc.)



ESTACIONALES

Fidelizar clientes / Adquirir clientes / Posicionar la marca / Generar conversiones / Generar relación a través de sentimientos.



INFORMATIVAS

Posicionar la marca / Comunicar una noticia especial / Mantener el contacto.



Newsletter

- Definir y mantener la periodicidad
- Ser informativo e interesante
- Pedir feedback

Promocional

- Incluir el logo
- Indicar el beneficio
- Agregar precios
- Llamados a la acción
- Imágenes atractivas
- Título interesante
- Facilidades de pago

Informativa

- Cuenta sobre tus logros, premios, cambios y novedades
- Sentimiento de pertenencia
- Posicionamiento en la mente

Informativa

- Promociona tus eventos, concursos, sorteos, etc.
- Información sobre tu evento
- Landing page con formulario

Paso 4 – Define el timing

Comienza cuanto antes a planificar tu estrategia y organizar tus diferentes envíos

Cantidad de envíos, Frecuencia, Ubicación geográfica de tu target, Segmentación



Paso 5 – Crea tu campaña

48% de las empresas utilizan diseños y contenidos personalizados para las Campañas de Email.

Esto demuestra que han detectado que el diseño y el Content Marketing influyen en el comportamientos de los consumidores y puede llevar a obtener mejores resultados.

Algunos tips para tener en cuenta

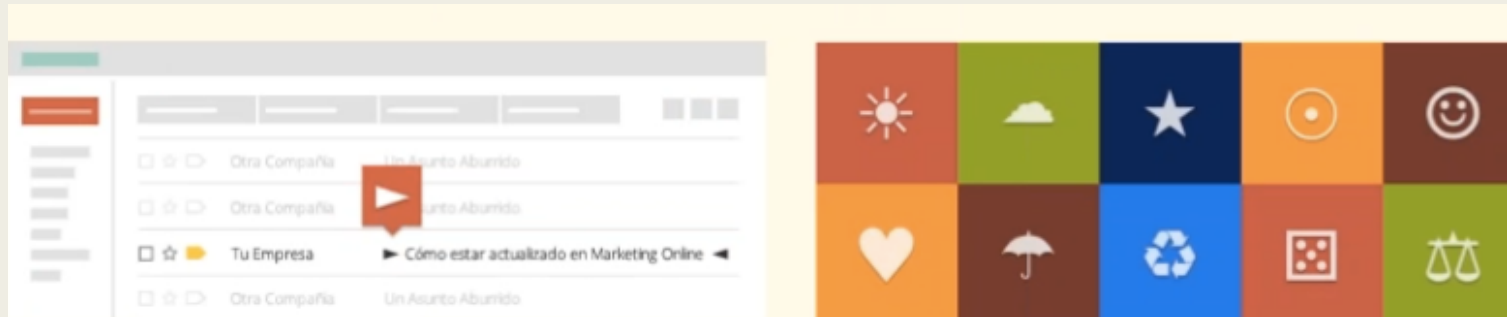
- Construye una Identidad Visual coherente en todos tus mensajes.
- Establece un orden de lectura con jerarquías visuales.
- Define los recursos gráficos en base al objetivo.
- No dependas exclusivamente de las imágenes.
- Prueba con los GIF.
- Utiliza etiquetas ALT en las imágenes.
- Usa fuentes standard.
- Ubica tus CTA estratégicamente.

Pensar también en Mobile...



- ✓ *En 2015, el 63% de las Campañas fueron abiertas en un dispositivo móviles. (EmailStats)*
- ✓ *Más del 75% de los encuestados se mostró dispuesto a eliminar aquellas Campañas que no se visualizaban correctamente desde sus dispositivos. (Chawdick)*

Paso 6 – Decide el Asunto



The image shows a screenshot of a social media interface on the left and a grid of ten colorful icons on the right. The interface displays a list of posts from various companies, with a red play button icon overlaid on the second post. The grid of icons includes a sun, a cloud, a star, a target, a smiley face, a heart, an umbrella, a recycling symbol, a die, and a scale of justice.

50 Caracteres – Símbolos – Acción – Tono - Creatividad

Sí y No de los Asuntos

<p>Ve directo al punto. Un Asunto optimizado posee una longitud de entre 30 y 50 caracteres. ¡Sé conciso y creativo al mismo tiempo!</p>	<p>¡¡¡No a los signos de admiración!!! Incluir varios de estos signos puede hacer que tu Email no logre pasar los Filtros AntiSpam.</p>
<p>¿Por qué no les preguntas algo? El ser humano repudia lo incompleto y una pregunta es un círculo que necesita cerrar. Por ello, buscará la respuesta en tu Email.</p>	<p>EVITA LAS MAYÚSCULAS. Utilizarlas de manera desmedida en tu Subject, te llevará directo a la bandeja de Spam.</p>
<p>Habla de números. Nada mejor que las cifras y porcentajes para despertar la curiosidad del Suscriptor y brindar datos concretos.</p>	<p>Palabras no recomendadas. Algunos términos harán que tus Emails sean retenidos por los filtros de contenido. <i>Gratis - Ingresos extra - Descuentos - Rebajas - Ahorra - Promoción especial - OFF - Gana dinero - Sexo.</i></p>
<p>Utiliza el poder de los símbolos. Destacarán tu Subject del resto. Testéalos en diferentes clientes de correo y dispositivos para saber si se visualizan bien.</p>	<p>No engañes a tus Suscriptores. Evita hacer promesas que no cumplirás. Ellos se desilusionarán y no volverán a confiar en ti.</p>

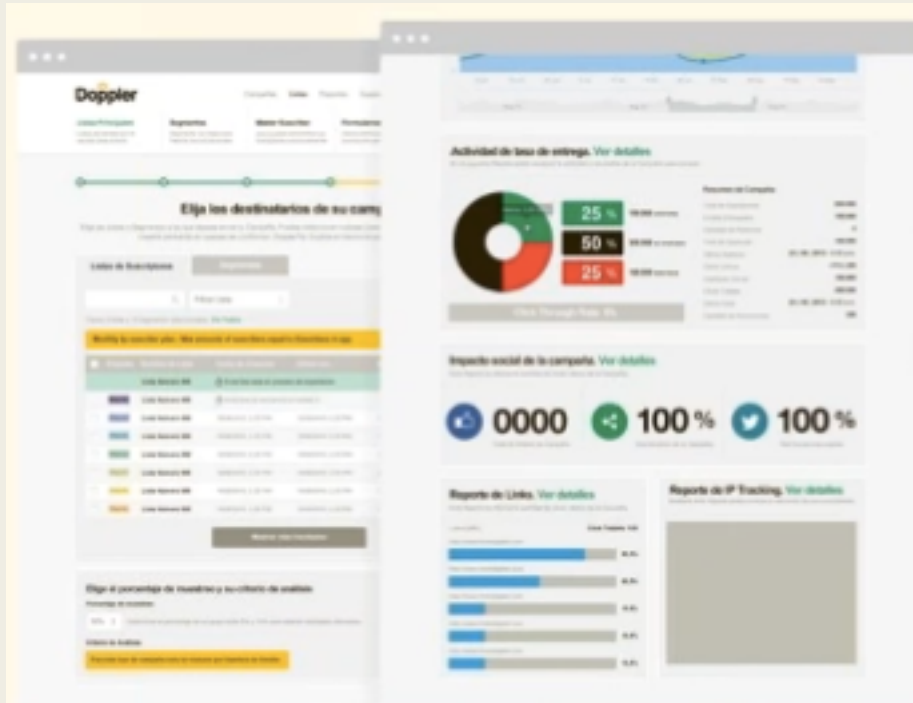
<p>Hazlos sentirse especiales. Personaliza tus Asuntos al máximo incluyendo los nombres de tus Suscriptores. Asuntos personalizados aumentan la interacción y consiguen tasas de apertura un 26% más altas.</p>	<p>No pienses el Subject minutos antes. Tómate un tiempo para definirlo una vez que tengas listo el contenido. El 64% de las personas abre el Email solo por el interés que le despierta el Subject (Chadwick Martin Bailey).</p>
<p>¡Deja que tus Suscriptores decidan! Envía un Test A/B con dos asuntos bien diferenciados a un porcentaje de tus Listas. El de mayor aperturas se enviará al resto.</p>	<p>¿Quién eres? Las personas no abrirán un Email sin conocer al Remitente. Indica el nombre de tu empresa o de algún representante.</p>
<p>Haz de tu Email un éxito de taquilla. Los usuarios prefieren ver videos a leer. Si tu pieza posee uno, incluye la palabra video en tu Asunto o haz alguna referencia.</p>	<p>No a los horrores de ortografía. Denotan falta de interés y causan una mala impresión en el Suscriptor. Revisa tu Asunto con atención antes de hacer click en "Enviar."</p>
<p>Súmame un Preheader. Es tu segunda oportunidad para que abran tu Email. Utilízalo para resumir el contenido, detallar vencimientos de ofertas o estimular una acción.</p>	<p>Repetir como loro. Si has colocado el nombre de tu empresa en el Remitente, evítalo en el Subject. Además, al hacer un reenvío utiliza un Asunto totalmente distinto.</p>

Paso 7 – Envía y Viraliza



Los correos electrónicos que incluyen botones sociales para compartir el contenido, tienen una tasa de click un 115% más alta que los que no lo tienen. (eConsultancy)

Paso 8 – Mide los resultados y optimiza



- Tasa de Entrega
- Tasa de Rebotes
- Actividad de tus Links
- Impacto en Redes Sociales
- Geolocalización
- Remociones

Evalúa tus reportes y haz comparaciones

Aperturas y Clicks

- ¿Quién clickeó?
- ¿Cuántas veces?
- ¿Cuándo lo hizo?

Tasa de Entrega

- ¿Cuántos llegaron?
- ¿Cuántos abrieron?
- ¿Cuándo lo hicieron?
- ¿Quién se desuscribió?

Geolocalización

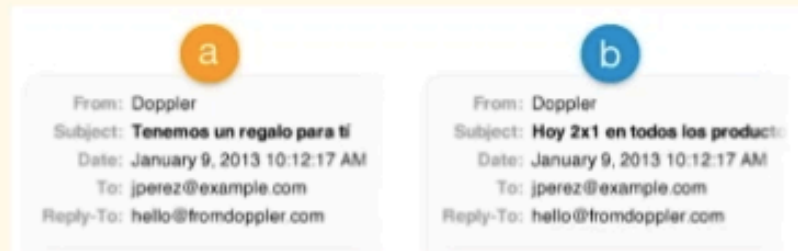
- ¿Dónde lo abrió?
- ¿Qué browser usaba?
- ¿Qué Sistema Operativo?

Links

- ¿Cuántos clickearon cada link?
- ¿Cuáles fueron los más clickeados?

Nunca dejes de Probar

No confíes en pre-conceptos. Todo hay que *testearlo*.



COMPRA AHORA



CONOCE MÁS

Nunca dejes de probar

No existe fórmula secreta, la clave es "testear".

- Crea distintas versiones y descubre cuál responde mejor a las necesidades de tu público objetivo.
- Adapta tu contenido y oferta. ¿Has probado con otro Asunto? ¿Qué tal si modificas el Call to Action? ¿Y si ofrecieras un descuento especial?
- Aumenta las chances de mejorar tu performance.

High-Tech

Microsoft

Simplified Message

Fresh Image Selection

Clear, Visual Call-to-Action

50/50 Balance
of Images and Text

Concise, CAN-SPAM
Compliant Footer

The advertisement features a green header with the Windows Live logo and logos for digg, twitter, yelp, PANDORA, facebook, and flickr. A central image shows three smiling people. Below the header, the main text reads: "Make it easier for your Messenger friends to see what you're up to on Facebook, Twitter, Pandora, and more." A prominent orange "Get started" button with a right-pointing arrow and a small 3D figure icon is positioned below the text. To the right, a section titled "Share updates from places like:" lists Facebook, Twitter, and Pandora with brief descriptions of their features. At the bottom, a footer contains privacy information and the Microsoft logo.

Windows Live

digg

facebook

twitter

yelp

PANDORA

flickr

Make it easier for your Messenger friends to see what you're up to on Facebook, Twitter, Pandora, and more.

Get started ▶

Share updates from places like:

- f Facebook**—let your friends know when you change your status, add new pictures, and more.
- t Twitter**—your friends can keep up with all your latest Tweets.
- P Pandora**—show your friends what songs and artists you bookmark.

[And many more!](#)

Microsoft respects your privacy. To learn more, please read our online [Privacy Statement](#). If you would prefer to no longer receive promotional offers or research emails from MSN or Windows Live, please click [here](#) to unsubscribe. To set your contact preferences for other Microsoft communications, see the [communications preferences](#) section of the Microsoft [Privacy Statement](#).

Microsoft Corporation
One Microsoft Way
Redmond, WA 98052

Media, Entertainment & Publishing

National Geographic Channel

Use of Pre-Header for Mobile Rendering

The screenshot shows the top of the National Geographic Channel website. At the top left is the National Geographic Channel logo. To its right is the text "THIS WEEK" in large, bold, yellow letters. Below the logo and text is a navigation bar with links: "NAT GEO HOME", "TV SCHEDULE", "VIDEOS", "COMMUNITY", "GAMES", and "SHOP". The main content area features a large article titled "Egypt Unwrapped" with a sub-headline "FRIDAY starting at 9P EST". The article text discusses the mummy of Pharaoh Tutankhamun. To the right of the text is a large image of the mummy's face with a "PREVIEW" button. Below the article are three smaller video thumbnails with "PREVIEW" buttons: "Explorers: Sea, Land, and Glacier", "Man-Made: Extreme Helicopter", and "NATIONAL GEOGRAPHIC WANTS YOUR OPINION!".

Integrated Video

Compelling Calls to Action

This section of the website features a "VIDEO OF THE WEEK" section with a video thumbnail of a motorcycle crash test. To the right of this is a yellow box with the text "CLICK HERE TO JOIN OUR VIEWER PANEL" and a "JOIN" button. Below the video section is an "ALSO FROM NATIONAL GEOGRAPHIC" section with three video thumbnails: "The Great Pyramids", "Cross Earth: From Space", and "The Jungle Secret". To the right of this is a blue box with the text "FOLLOW NAT GEO" and "BECOME A FAN OF NAT GEO" with a Facebook logo.

Cross-Channel Promotion

Schedule at a Glance

The screenshot shows a "PRIME-TIME SCHEDULE" section with a table of programming. The table has columns for days of the week and rows for different time slots. The content is partially obscured by a dark overlay.

	MON 9PM	TUE 9PM	WED 9PM	THUR 9PM	FRI 8PM	SAT 9PM	SUN 9PM
9P	The Mindy Project	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU
10P	The Mindy Project	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU
11P	The Mindy Project	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU	Law & Order: SVU

Retail

Cooking.com

Editorial Wrapping

Well-Executed Design

Integrated Product Reviews

User-Generated Content

Cross-Channel Marketing Promotion

Best Chicken or Pasta Recipes + Microwave Pasta Cooker

Food for Thought

@Cooking.com®



The Perfect Couple

Pasta with chicken is a match made in heaven; it's quick, easy and a one-dish meal.

- [Chicken Chicken Pasta](#)
- [Pasta with Chicken, Green Peas & Cauliflower](#)
- [Chicken Piccata with Pasta & Mashed Potatoes](#)
- [Pasta with Shrimp, Chicken & Mushrooms](#)
- [Pasta with Chicken Meatballs](#)
- [Pasta with Chicken & Shrimp](#)

[More Pasta & Chicken Recipes](#)

See More from Products in Our Partner's Mouth Your Favorite Chicken Dish!

Perfect Pasta in Minutes!

[Pasta Pasta Cooker](#) \$12.99

★★★★★
Recommended by 180% of reviewers [\(see reviews\)](#)

"This works perfectly, just as advertised. Every piece of the pasta was cooked correctly without any sticking together."
- Laura, TX

[Buy It Now!](#)



Save time, energy and water!

Submitted Recipe of the Week from Dawn

[Chicken & Cream Potato Dip](#)

"It was crowd pleaser. My family loves this recipe - from my 8-year-old daughter to my 22-year-old stepson, and my husband!"

Submit your own recipe and it may be featured, too! [Click to share!](#)

Get Cooking.com recipe updates on: [Facebook](#) [Twitter](#)

Advertisement



save 15%
SEND FLOWERS +

teleflora.
Same-day delivery and more.

Look Better & Feel Great

FREE GREEN TEA!
TRY IT NOW!

EATINGWELL
magazine
HIGH FIBER OFFER
FREE TRIAL 30-DAY

Prices and information correct at time of printing and subject to change without notice.

We've contacted you because you opted up at Cooking.com for news and special offers as you provided us with your email address, which is listed as [redacted].

Travel & Hospitality

TripAdvisor

Preferences-Driven Content

Easy Preference Management

Incentive to Book Now

Targeted User-Generated Content

The screenshot shows the TripAdvisor website interface for Washington DC. At the top, the TripAdvisor logo and 'tripwatch' are visible, along with the date 'Week of September 28, 2009'. The main heading is 'Washington DC, District of Columbia'. Below this, there are sections for 'Top 10: US Casino Hotels', 'This week's special deals', 'Washington DC Airfare Deals', 'Washington DC Hotels', 'Washington DC Restaurants', and 'Washington DC Things to Do'. The 'Rants & raves' section contains user-generated content with a 'See all' link. The 'Travel Buzz' section lists recent topics. On the left side, there are four callout boxes with arrows pointing to specific elements: 'Preferences-Driven Content' points to the 'Top 10' list; 'Easy Preference Management' points to the 'CHANGE LOCATION' and 'WRITE A REVIEW' links; 'Incentive to Book Now' points to the 'BOOK NOW!' button; and 'Targeted User-Generated Content' points to the 'Rants & raves' section.

tripadvisor tripwatch Week of September 28, 2009

You asked for updates on: Washington DC

Top 10: US Casino Hotels

- 1 [Delano Las Vegas](#)
Las Vegas, NV
- 2 [Flamingo Las Vegas](#)
Las Vegas, NV
- 3 [MGM Grand Hotel and Casino](#)
Las Vegas, NV
- 4 [Caesars Palace Classic Hotel](#)
Las Vegas, NV
- 5 [Eldorado Resort Casino](#)
Shreveport, LA
- 6 [Dorcas Hotel Casino & Spa](#)
Atlantic City, NJ
- 7 [MGM Grand Detroit](#)
Detroit, MI
- 8 [Moosehead Club](#)
Litchfield, CT
- 9 [Biltmore Spa and Hotel, Spa & Casino](#)
Carolina, Puerto Rico
- 10 [Covey Tallulah](#)
Atlantic City, NJ

Washington DC, District of Columbia

[CHANGE LOCATION](#) [WRITE A REVIEW](#)

Washington DC
→ [Flights](#)
→ [Hotels](#)
→ [Restaurants](#)
→ [Things to Do](#)
→ [Forums](#)

This week's special deals

- [Washington DC Hotels: Top Price, Top Reviews](#)
BookMyTravel.com Book online or call 877-279-8367
- [Washington DC Great Deals and Packages](#)
Washington.com Book with our travel agent
- [Washington DC: 50 Price of Hotels!](#)
Booking.com Book online now. See all the deals.
- [Washington DC: We'll leave the light on for you!](#)
Hotels.com Lowest Price of July National Chain
- [Featured Washington DC Hotels: Villaviva/Continental Washington](#)

Washington DC Airfare Deals

New York (LGA) to Washington (IAD)

\$167 best price*	October	November
BOOK NOW!	Lowest price: \$80	\$167
	Average price: \$101	\$104

[See all Washington DC airfare deals](#)

Washington DC Hotels

The Charm!! "Great location and good value."
This hotel was amazingly good for the price and for being so accessible for everything in Washington DC. This... [more](#)

Hotel Range - a Hampton Hotel "Nice location, antique decor, friendly service."
We enjoyed our time at this well-priced spot in DC. The room was spacious and overall pleasant. The staff was... [more](#)

[See all Washington DC hotels](#)

Washington DC Restaurants

Napa Restaurant "Excellent food at the right price!"
One of the best values we found in DC. The specials were all very enticing. Cocktails were reasonably priced and... [more](#)

[See all Washington DC restaurants](#)

Washington DC Things to Do

D.C. by Foot "Informative & fairly low priced."
We live in the MD suburbs of Wash DC, and given the beautiful day decided to try the DC by Foot monuments tour... [more](#)

[See all Washington DC attractions](#)

[Learn more about Washington DC, District of Columbia](#)

Rants & raves

The good, the bad, and the ugly - real stories from real travelers.

- "The hotel was stuck by lightning and I needed to find a place..." [Read more...](#)
- "You're better off staying a night at the streets..." [Read more...](#)
- [Write a review of our TRAVEL](#)

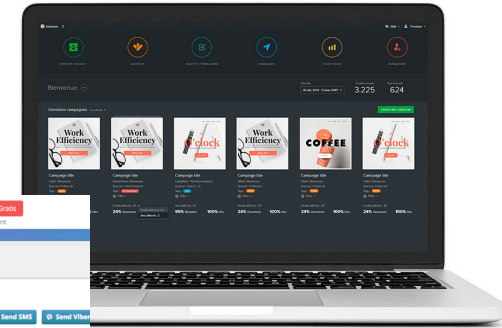
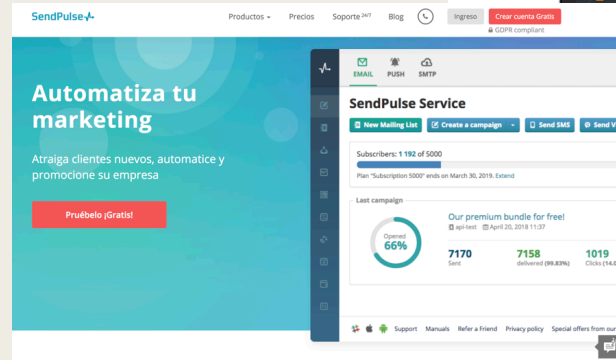
Travel Buzz

Hot topics in TripAdvisor forums this week:

- [New York, magical!](#)
- [Miami, Oh you know!](#)
- [London, UK!](#)
- [Paris, magical!](#)
- [Go to TripAdvisor!](#)
- [Miami](#)

Algunas herramientas gratis disponibles...

- 1) [Mailify](#)
- 2) [SendPulse](#)
- 3) [Benchmark](#)
- 4) [SendinBlue](#)
- 5) [Zoho Campaigns](#)
- 6) [MailerLite](#)
- 7) [VerticalResponse](#)
- 8) [Mad Mimi](#)
- 9) [MailChimp](#)
- 10) [Mailjet](#)





[Why Mailchimp?](#)

[Marketing Platform](#) ▾

[Pricing](#)

[Resources](#) ▾



[Log In](#)

[Sign Up Free](#)

Get your business online today with a custom domain

It's easy to find the right audience when you have the right tools. Start with a custom domain, then build a free website to get your business online quickly.

[Claim Your Custom Domain](#)



