

RESPONSIVE DESIGN PARA EMAIL MARKETING

2012

· WHITE PAPER ·



CONOCIMIENTOS GENERALES

RESPONSIVE DESIGN

¿QUÉ SIGNIFICA RESPONSIVE DESIGN?

NOCIONES BÁSICAS

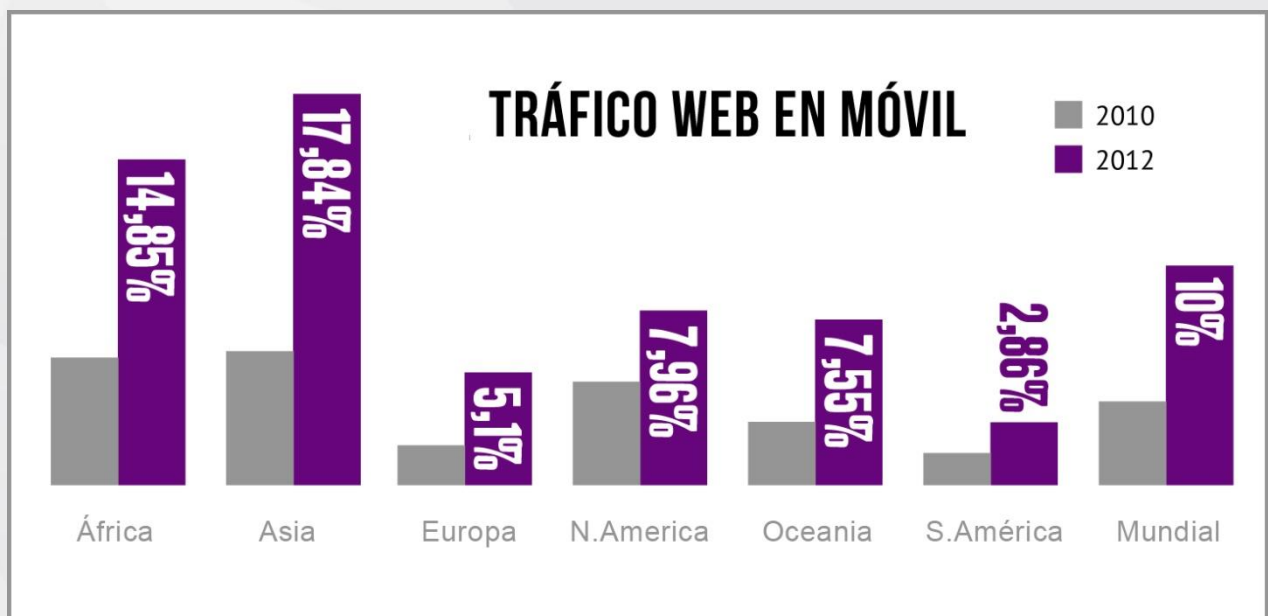
El Responsive Design o diseño adaptativo es una técnica de diseño y desarrollo html que permite que con una sola versión del HTML, se cubran todas las resoluciones de pantalla. El email o página web en el que se aplique se verá optimizado en todos los dispositivos: ordenadores, tablets, smartphones, etc. mejorando notablemente la experiencia de usuario. Más que una simple tendencia, el Responsive Design es un compendio de modernas herramientas y técnicas que tiene el objetivo de reorganizar la información según las características del dispositivo en el que se abre.

Response significa reacción y eso es precisamente de lo que se trata: captar información sobre el dispositivo, y que nuestro e-mail o nuestra web reaccione mostrándose de forma óptima en todos ellos.

RESPONSIVE DESIGN PARA EMAIL MARKETING

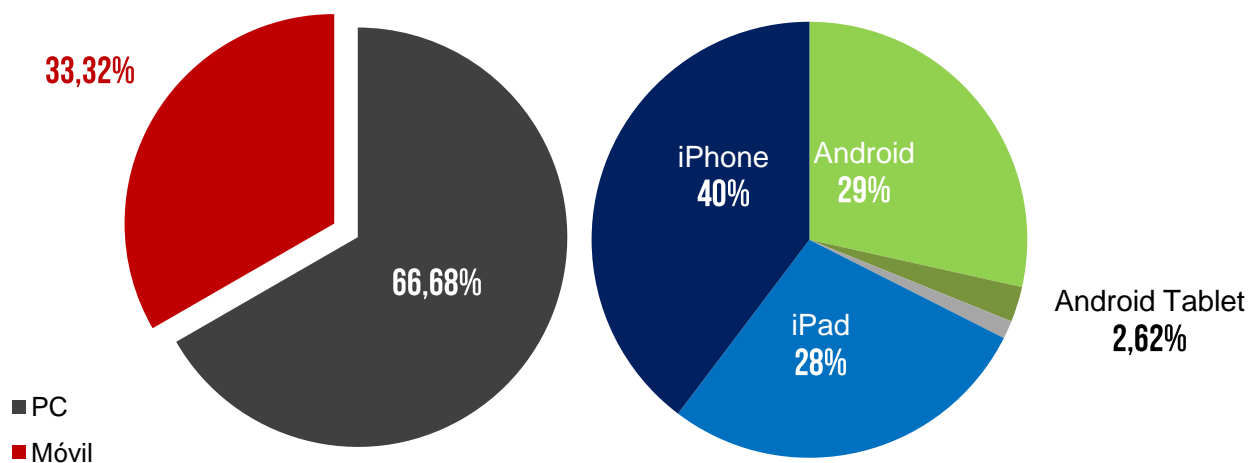
Muchas empresas aún no usan el responsive design para optimizar sus emails a dispositivos móviles, aunque en este último año han visto como sus tasas de apertura en móviles han aumentado, en algunos casos de forma espectacular.

Este aumento de las tasas de apertura de email marketing en móviles se debe en primer lugar a la rápida penetración de los smartphones, especialmente en España, donde el porcentaje de este tipo de dispositivos alcanza ya el 44%.



APERTURAS EMAIL EN ESPAÑA 2013

Basado en 560 millones de emails enviados de Enero a Mayo de 2013 con Emailforge4



Además de la rápida penetración de los dispositivos móviles, hay que tener en cuenta otros factores:

- El tráfico en móvil crece increíblemente rápido
- Los usuarios leen sus emails primero en dispositivos móviles
- Los usuarios usan dispositivos y sistemas rápidos

CÓMO OPTIMIZAR TUS EMAILS

RESPONSIVE DESIGN

10 CONSEJOS PARA LA OPTIMIZACIÓN EMAIL

NOCIONES BÁSICAS

Optimizar tu email no sólo consiste en complicadas reglas técnicas ni de programación html, sino que también incluye conceptos de diseño y organización del contenido, para que este sea más simple y sencillo de adaptar a todos los formatos. A continuación veremos las **10 reglas básicas del Responsive Design**:

1. HAZ UN DISEÑO SIMPLE

Cuánto más simple sea tu email, más fácil será adaptarlo a todo tipo de dispositivos y lograr que se vea correctamente en todos ellos. Hay que tener en cuenta que simple no significa aburrido o clásico, sino más bien hacer el esfuerzo de pensar en algo original y atractivo con el mínimo de elementos posible.

¿Cómo sé si mi email tiene un diseño adecuado? Para saberlo, es muy útil realizar un sencillo test. Elimina toda la información de estilos y CSS de tu diseño y visualízalo en el navegador. Si el contenido se lee bien y está ordenado, es que vas por muy buen camino.



TIP DEL MAQUETADOR: Utiliza HTML5, cárgate los estilos inline y no te compliques con trucos y efectos especiales con CSS3 ni JS.

2. USA MEDIA QUERIES

Las **Media Queries** son un elemento muy útil en el Responsive Design. **Simplifican la optimización y son fáciles de utilizar** por parte de los diseñadores. Son una herramienta muy potente que permite decir al diseño, si el tamaño de pantalla es X, el estilo debe ser Y.

De esta manera, los Media Queries, permiten a los diseñadores establecer estilos basados en las características de un dispositivo, como el ancho de la pantalla, la orientación, etc.

Gracias a la aplicación de Media Queries, podemos tener diferentes estilos para diferentes dispositivos, **proporcionando la mejor experiencia para cada usuario.**

En lo que respecta al email, debemos centrarnos sobre todo en el ancho de las pantallas de los dispositivos: según el ancho de cada uno, se podrá cargar una hoja de estilo alternativa o agregar estilos específicos.

3. DEFINE LAS RESOLUCIONES IMPRESCINDIBLES

Una vez que sabemos establecer estilos según el tamaño de los dispositivos, tenemos que saber con qué tamaños de pantalla vamos a trabajar, según sean los más usados por nuestros usuarios.

Actualmente las resoluciones de pantalla más comunes, se suelen agrupar en **6 grandes tipos estándar:**

IMPRESINDIBLES

- **<480px**, para móviles de la primera generación de smartphones, en orientación vertical.
- **<768px**, para smartphones de gama alta y iPads en orientación vertical.
- **>768px**, para cualquier tamaño mayor (tablets grandes y pantallas de ordenador).

RECOMENDABLES

- **<320px**, para resoluciones muy bajas.
- **>768px y <1024px**, para tablets, iPads en orientación horizontal.
- **>1024px**, usa un diseño para las pantallas de ordenador de más alta resolución.

4. HAZ UN DISEÑO FLEXIBLE

Además de crear hojas de estilo para las resoluciones más usuales, es muy importante hacer que **tu diseño sea lo más flexible posible**. Las flexible grids usan columnas para organizar el contenido y relacionarlo entre sí, en vez de un ancho fijo que se adapte al tamaño de la pantalla.

Combinando las flexible grids con las Media Queries adecuadas, nos aseguramos de **que el email se redimensionará por sí solo en cualquier tipo de dispositivo**.

Aplicándolas conseguimos hacer nuestro diseño flexible de forma sencilla. Luego usaremos los Media Queries para solucionar todos los pequeños detalles, y hacer que nuestro diseño se vea perfecto.

Por otro lado, el layout fluido es la mejor manera de estar listo para cualquier tipo de tamaño de pantalla y / o orientación. Los layouts fluidos están basados en porcentajes, para que se expandan hasta **ocupar el total disponible** de pantalla del dispositivo donde se visualizan. Combinándolos con las media queries adecuadas se puede adaptar el diseño a cualquier dispositivo posible.



TIP DEL MAQUETADOR: evita usar padding y borders en las cajas cuando uses las flexible grids. Te evitarás dolores de cabeza usando `*{box-sizing:border-box;}`

5. HAZ QUE LAS IMÁGENES SE ADAPTEN

Ahora tenemos que tenemos un diseño que se adapta, debemos hacer lo mismo con las imágenes. Con un simple estilo podemos hacer que las imágenes sean también fluidas.

Esto se puede lograr de dos formas:

TAMAÑO QUE SE ADAPTA

Se consigue simplemente adaptando la anchura de las imágenes

- 100% de ancho `img { width: 100%;}`
- 100% de ancho, limitado por el tamaño del archivo `img { max-width: 100%;}`

BREAKPOINTS

Lamentablemente, el atributo src de una imagen no puede ser manipulado con un media query (todavía). Pero existen algunas soluciones:

- *Usar una imagen de fondo*, anulando el atributo imagen de fondo de un elemento bloque
- *Mostrar / ocultar elemento "padre"*, usando diferentes versiones de las imágenes y mostrar / ocultar sus elementos padre en las media queries.

6. ESTABLECE MÁXIMO Y MÍNIMO

Aún con todos los cambios de diseño aplicados, seguramente la creatividad se seguirá viendo mal en un monitor 2560px. Para solucionarlo se tienen que aplicar las medidas max- y min- como límites a los tamaños relativos.

POR QUÉ USARLO

Evita que el diseño aumente o disminuya hasta límites ridículos cuando se muestra en el dispositivo realmente grande o pequeño.

Combina layout fluidos, con tamaños min / max ingeniosos y media query para una adaptabilidad máxima.

7. TODO ES RELATIVO

La idea es definir una unidad en la parte superior de tu contenido, y hacer que todo el resto siga esos parámetros. Te ponemos algunos ejemplos:

- **MÉTODO DE CASCADA EN %**

Establecer uno de los medios (tamaño y características) como el principal, con un tamaño fijo o fluido, y luego calcular el resto de dimensiones de los otros dispositivos (tamaño, margen, relleno, etc.) como un porcentaje de este.

- **MÉTODO DE *EMPHEMERAL (EM) UNIT***

Definir un tamaño de fuente (*font size*) en el medio principal o el <body>, y usarlo después como unidad de base para calcular todo lo demás con dimensiones basadas en **em**.

8. CUANDO EL MÓVIL PONE EN LÍNEA EL CONTENIDO

Con todos estos cambios el diseño está casi preparado para ser visualizado correctamente en todos los dispositivos, pero aún se verá todo “apretado” en un móvil de baja resolución.

Una de las reglas básicas para configurar la visualización en un dispositivo de baja resolución es poner **todo el contenido en una sola columna**.

Esto es muy fácil de conseguir, sólo hay que anular el ancho de cada bloque de columna en la hoja de estilo móvil. Una vez aplicado, y sólo si es necesario, puedes aplicar algunas de las reglas específicas para fijar las partes del diseño que pueden quedar desestructuradas (margen, etc.).

9. QUÉDATE SÓLO CON EL CONTENIDO ESENCIAL

Especialmente cuando colocamos todo el contenido en una sola columna como acabamos de ver, los emails suelen convertirse en interminablemente largos. Para evitarlo (y no aburrir al lector móvil), **debemos eliminar todo aquel contenido que no sea esencial**.

Hay que ser consciente de que algunas partes del diseño nunca serán utilizadas en un contexto móvil, así que ¡elimínalas!

Para eliminar este contenido de la visualización móvil, hay que usar la `not_mobile`, como en este ejemplo:

```
@media screen and (max-width:300px){  
  
table[class="not_mobile"]{display:none !important;}  
}
```

Es importante añadir « **!important** » antes del cierre del estilo, ya que esto hace que outlook lo interprete correctamente.

¿QUÉ ES ESENCIAL?

Una página móvil = una función

Piensa en qué va a provocar que el destinatario acceda a la página desde su dispositivo móvil y omite el resto (publicidad, más otras categorías de producto, consejos, ayuda, etc.). Si crees que es necesario, pon un enlace para ver más (que permita mostrar los elementos not_mobile ocultos).

10.COMPRUEBA TU META VIEWPORT

¿Aún habiendo aplicado todas estas recomendaciones, tu diseño sigue sin visualizarse bien en móvil o tablet?

Esto sucede porque muchos navegadores móviles emulan la vista de escritorio, apretando los elementos de resoluciones grandes en pantallas pequeñas. Esta es una funcionalidad potente, pero a la vez un gran obstáculo para el responsive design.

Hay una manera muy sencilla de hacer que el navegador utilice el tamaño real físico de la pantalla: la etiqueta meta viewport.

Cuando colocas **device-width**, el navegador establece que la ventana es igual al tamaño real de la pantalla del dispositivo.

Con todos estos pasos ya deberías tener tu email optimizado y listo para que se visualice perfectamente en cualquier dispositivo. Si aún así tienes dudas, puedes contactar con Splio:

	www.splio.es
	info@splio.es
	93 356 91 68
	Expertos en Email Marketing
	@splioes

O consultar la infografía que contiene información extra: <http://spl.io/fodhsC>

