

# ¡Gracias por su mensaje!

---

Por Ricardo Palmieri

## Cómo generar un vínculo más cercano con los clientes a través del email.

Los mensajes enviados por correo electrónico o son herramientas poderosas para interesar y cautivar clientes. Muchas empresas, vendedores, operadores de *contact centers* y emprendedores están descubriendo que el lenguaje usado en ellos, a menudo, define ventas y recomendaciones. Sería interesante considerar algunas premisas para comprender mejor el correo electrónico como medio, así como el peso de lo que se expresa a través de él.

### 1. Considerar la «temperatura»

En el email, el mensaje tibio es percibido como frío, y el frío, como congelado. Por ello es preciso usar siempre expresiones cálidas. Dos inevitables: «Gracias por su consulta» y «Estamos para lo que podamos ayudarle». Por lo mismo, es inadecuado el uso del lenguaje apocopado, que sí es aceptable en emails dirigidos a amigos y otras personas cercanas: «tmb» nunca será mejor que «también».

### 2. Tener en cuenta la extensión

Un mensaje excesivamente corto connota antipatía. Otro muy extenso, falta de sentido práctico. «El hombre que se mantiene en el justo medio lleva el nombre de sobrio y moderado», dice Aristóteles.

### 3. Mostrar entusiasmo

Una o dos frases en las que se usen signos de admiración ayudan a remarcar el interés que la empresa siente por su cliente actual o potencial. Para facilitarle la lectura y la comprensión, es preciso colocar siempre el signo de apertura. Un caso: existen sutiles pero perceptibles diferencias entre «Su queja nos ayudó a mejorar el servicio de entregas», «Su queja nos ayudó a mejorar el servicio de entregas!» y «¡Su queja nos ayudó a mejorar el servicio de entregas!».

### 4. Mostrar los sentimientos

En su libro *El peso del mundo*, el escritor alemán Peter Handke postula como ideal: «Después de leer una hermosa carta, sentir ‘un fuerte abrazo’ como si fuera un fuerte

abrazo». Esto mismo debería experimentar la persona que lee un email proveniente de una empresa. Así se acentuará el vínculo que ella busca conseguir.

## **5. Recurrir a la sencillez**

Usar un lenguaje rebuscado no ayuda a simplificar la comunicación. A menos que se traten temas técnicos. Es más adecuado escribir «Darle otro significado» que «Resignificar».

## **6. Recordar la importancia de la ortografía**

«Hestava ezperando su mensaje», además de incorrecta, es una frase difícil de leer. La corrección ortográfica, habilidad que puede aprenderse y no es genética, le suma calidad al producto, la marca y la empresa. Además de los diccionarios presentes en [www.rae.es](http://www.rae.es), de la Real Academia de la Lengua, la Academia Argentina de Letras posee un completo sitio —[www.aal.edu.ar](http://www.aal.edu.ar)— y un servicio gratuito de consultas a través de [consultas@aal.edu.ar](mailto:consultas@aal.edu.ar) y +54 (11) 4802-2408.

## **Un vínculo positivo**

En síntesis: el email debería funcionar como un medio para vincularse positivamente con el cliente. Y la forma y el fondo de lo que se escribe en cada uno puede ayudar a lograr ese objetivo.

Publicado el 30/12/2011



ISSN 1851-5606  
<https://foroalfa.org/articulos/gracias-por-su-mensaje>

