

El nuevo botón anti-spam de Google y Yahoo que llega en 2024

Si eres usuario de Gmail o de Yahoo mail, seguro sabes lo molesto que es recibir mensajes no deseados; sobre todo cuando te das de baja y ves que no dejan de llegarte más correos.

Pues bien, a partir de febrero de 2024, Google y Yahoo van a implementar una nueva norma que afectará tanto a los que envían, como a los usuarios reciben los correos electrónicos masivos.

Google y Yahoo quieren que te libres del spam con solo un clic

Como dice el título, el nuevo botón anti-spam de Google y Yahoo te permitirá cancelar tu suscripción a cualquier lista de correo con solo un clic; sin tener que entrar en la página web del remitente y sin llenar ningún formulario.

Esto significa que los remitentes tendrán que procesar y respetar las solicitudes de baja de todos los usuarios en un plazo máximo de 2 días (en lugar de los 10 que permite actualmente la CAN-SPAM act).

Además, todos los mails tendrán que incluir un código especial en los encabezados de los correos asegurándose de que el botón anti-spam funcione correctamente.

Cabe destacar que si bien esto es algo positivo para los usuarios, también supone un reto para los profesionales del marketing por mail; quienes utilizan varias plataformas, herramientas y proveedores para enviar sus diferentes mensajes.

En este sentido, es importante que tanto las PYMES como las grandes compañías se preparen para este nuevo cambio y revisen si sus sistemas y procesos cumplen con todos los nuevos requisitos.

¿Por qué Google y Yahoo lanzan hasta ahora el botón anti-spam?

Según ambas plataformas, el nuevo botón anti-spam tiene como objetivo mejorar la experiencia de los usuarios de correo electrónico y reducir el volumen de spam que llega a las

bandejas de entrada.

Es decir, buscan que todos sus usuarios controlen mejor los mensajes que reciben y eviten siempre los que no les interesan.

Con lo cual, según algunos usuarios de Internet, también podrían reducir los costos económicos del almacenamiento de este tipo de correos además de evitar los fraudes online.

Por otro lado, con esta nueva normativa, las empresas del marketing por correo electrónico, ahora deberán estar más atentas en mantener una buena reputación para evitar las penalizaciones por enviar spam.

Según Google, todos los remitentes de correo electrónico masivo deben tener una tasa de spam inferior al 0,3% para que sus mensajes se entreguen correctamente. En otras palabras, solo 30 de cada 1000 correos deben ser marcados como spam para que los correos lleguen a todos los remitentes.

En caso contrario, los correos electrónicos pueden ser bloqueados o enviados directamente a la carpeta de spam.

¿Qué cambios debes hacer en tus correos si tienes una empresa?

Antes que nada, si tienes una empresa, en lugar de ver al nuevo botón anti-spam como enemigo, deberías verlo como una oportunidad para mejorar la calidad y la relevancia de tus campañas por correo; centrándote únicamente en las que aporten valor.

Además, si eres de los primeros en utilizar el nuevo botón anti-spam en tus correos; podría ser una muestra del compromiso que tienes con el respeto a la privacidad y las preferencias de tus clientes. Diferenciándote de tu competencia y creando una relación de confianza más estrecha.

En resumen, gracias a la innovación y la tecnología de empresas como Google y Yahoo, el nuevo botón anti-spam marcará el inicio de una nueva era sin bandejas de entrada saturadas y llena de información más útil y relevante.

Con información de Hola Telcel