postmetry

Z

Qué contiene la newsletter de

Zimmerli

Remitente	stories@zimmerli.com
Plataforma de envío	Klaviyo
Sector	Lujo
Envíos leídos	3 campañas, 2 transaccionales
Periodo	Octubre de 2026

Nuestra dirección se suscribió en agosto de 2026, después de la publicación de la recomendación de la CNIL (14 de abril de 2026).

Nota global

A B C **D** 63/100 E F

La constatación principal

El destinatario no tiene el control del seguimiento medido en 1 mensaje transaccional.

Es el primero de 13 puntos a corregir. La nota más alta es entregabilidad (77/100), la más baja conformidad (41/100), mejor que el 66 % de las 566 marcas medidas.

Transaccional
2 mensajes

Octubre de 2026 · calculado el 24 octubre

Conformidad

41 /100

mejor que el 66 % de las 566 marcas medidas

Entregabilidad

77 /100

mejor que el 6 % de las 565 marcas medidas

Técnico

74 /100

mejor que el 32 % de las 566 marcas medidas

Experiencia

74 /100

mejor que el 84 % de las 566 marcas medidas

13 puntos por corregir

Cada línea lleva al criterio en su familia, con el extracto que lo establece y la forma de corregirlo.

Prioritario

El destinatario no tiene el control del seguimiento

Criterio «El destinatario conserva el control del seguimiento» · Conformidad · medido en 1 mensaje transaccional

−20 pts
de 20 en Conformidad

Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja.

Prioritario

Está presente un píxel de seguimiento de apertura

Criterio «Ningún píxel de seguimiento de apertura» · Conformidad · en 1 de los 2 mensajes transaccionales

−17,5 pts
de 35 en Conformidad

```
<img src="https://trk.klaviyo.zimmerli.com/o/***" alt="" width="1" height="1" b…
```

Klaviyo: el seguimiento de aperturas se configura por campaña y por flow, en los ajustes de seguimiento.

Por revisar

Ningún camino sin rastrear lleva al sitio

Criterio «Un camino sin rastrear lleva al sitio» · Conformidad · en los 2 mensajes transaccionales

−15 pts
de 15 en Conformidad

Al menos un enlace del mensaje apunta directamente al dominio de la marca, sin pasar por el dominio de redirección de la plataforma: el logotipo, el aviso legal o la política de privacidad sirven.

Por revisar

La política DMARC publicada no descarta ninguna suplantación

Criterio «Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones» · Entregabilidad · en los 2 mensajes transaccionales

−15 pts
de 15 en Entregabilidad

Por revisar

Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos

Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 2 mensajes transaccionales

−10 pts
de 20 en Experiencia

Por revisar

Se llama a una hoja de estilo remota

Criterio «Ninguna hoja de estilo remota» · Técnico · en los 2 mensajes transaccionales

−10 pts
de 10 en Técnico

Por revisar

La plantilla está anidada más allá del umbral

Criterio «Plantilla poco anidada» · Técnico · medido en 2 mensajes transaccionales

−10 pts
de 20 en Técnico

Secundario

El mensaje no declara su adaptación a las pantallas

Criterio «El mensaje declara su adaptación a las pantallas» · Experiencia · medido en 2 mensajes transaccionales

−7,5 pts
de 15 en Experiencia

Secundario

Ningún enlace lleva a la política de privacidad

Criterio «El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas» · Conformidad · medido en 2 mensajes transaccionales

−6,7 pts
de 20 en Conformidad

Secundario

El mensaje se lee mal sin sus imágenes o no se anuncia en la bandeja de entrada

Criterio «El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada» · Experiencia · medido en 2 mensajes transaccionales

−6,2 pts
de 25 en Experiencia

Secundario	**El mensaje no puede restituirse fuera del HTML** Criterio « El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML » · Experiencia · medido en 2 mensajes transaccionales	**−2,5 pts** de 15 en Experiencia
Secundario	**El HTML presenta desviaciones de forma** Criterio « HTML bien formado » · Técnico · medido en 2 mensajes transaccionales	**−1,9 pts** de 15 en Técnico
Secundario	**La firma DKIM deja parte del mensaje sin cubrir** Criterio « Una firma DKIM que cubre lo esencial » · Entregabilidad · medido en 2 mensajes transaccionales	**−0,8 pts** de 5 en Entregabilidad

9 criterios cumplidos, entre ellos « Ningún identificador del destinatario en el mensaje » y « Firma DKIM validada ». Se enumeran en su familia, más abajo.

Cada envío, a su hora de llegada

Un punto por mensaje recibido en nuestra suscripción desde octubre. Toque un punto para abrirlo; las flechas pasan de un envío a otro.

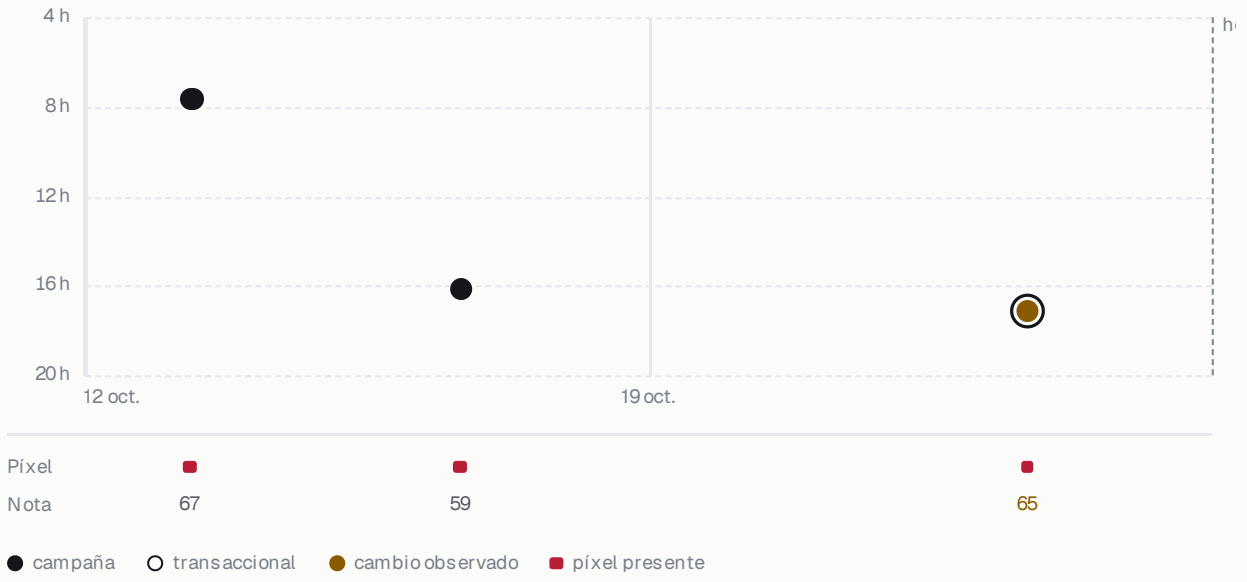
Lectura técnica del envío del 8 de octubre de 2026 →

3
campañas en 1 semana
unos 3 por semana, en octubre

Los viernes
día de envío preferido
2 de las 3 campañas

7 h – 18 h
franja de llegada
3 de las 3 campañas

23 oct.
último envío recibido
« La nouvelle ligne Winter Lounge »



Campaña 3 de 3

viernes 23 oct., 17:07

La nouvelle ligne Winter Lounge

Tipo	Campaña de marketing
Nota	65 / 100
Píxel	Presente, detectado por su dominio de medición

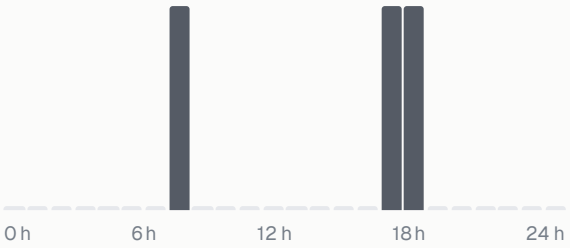
● Cambio observado en este envío, por confirmar con el siguiente.

El día de envío

Toque una barra para encontrar sus envíos en la línea de tiempo.

La hora de llegada

Hora a hora, sobre las 3 campañas.



1 cambio observado desde octubre

Cada campaña se compara con la anterior, criterio por criterio.

23 oct. — El detalle de este cambio, criterio por criterio, está reservado a la versión Pro.
por confirmar con el próximo envío · la nota por envío pasa de 67 a 65

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

- 9 cumplidos
- 9 cumplidos en parte
- 4 no cumplidos
- 0 no observables
- 2 no aplicables

Conformidad

Estas verificaciones tratan de lo que el envío impone al destinatario y de lo que le deja: medición de su comportamiento, medios para darse de baja, rastreo de su oposición.

Píxeles de seguimiento: la norma de la CNIL Método, familia Conformidad

mejor que el 66 % de las 566 marcas medidas

El cálculo · 41 pts sobre 100

1 cumplido · 2 cumplidos en parte · 2 no cumplidos · 1 no aplicable

Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura

Cumplido en parte

17,5/35 pts

Píxel de seguimiento de apertura detectado (1 de 2 mensajes transaccionales afectados)

17,5 puntos de 35 — cumplido en 1 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Una imagen invisible indica a la plataforma de envío que el mensaje se ha abierto, en qué momento y desde qué dispositivo: es un seguimiento individualizado del comportamiento de lectura, y el destinatario no ve nada de ello. El mensaje no dice si ha dado su consentimiento o se ha opuesto — esa elección vive en la plataforma de envío, no en el envío.

Servido desde `zimmerli.com`.

El extracto que lo establece

```
<img src="https://trk.klaviyo.zimmerli.com/o/***" alt="" widt
h="1" height="1" border="0" style="height:1px !important;widt
h:1px !important;border-width:0 !important;margin-top:0 !impo
rtant;margin-bottom:0 !important;margin-right:0 !important;ma
rgin-left:0 !important;padding-top:0 !important;padding-botto
m:0 !important;padding-right:0 !important;padding-left:0 !imp
ortant;">
```

Cómo corregir

Klaviyo: el seguimiento de aperturas se configura por campaña y por flow, en los **ajustes de seguimiento**. Atención a los flows automatizados: en ellos el ajuste es distinto del de las campañas.

Específico de klaviyo — aún no reabierto en la herramienta

Cumplido cuando no hay ningún píxel de seguimiento presente. Un solo píxel basta para que el criterio falle en un envío.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La regla de detección

Darse de baja es posible y está anunciado

No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el mensaje anuncia la baja en sus encabezados, mediante una página y no un correo que redactar, y en su cuerpo. El detalle indica cuál de las dos falta. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

El destinatario conserva el control del seguimiento

No cumplido

0/20 pts

El destinatario no tiene el control del seguimiento — ninguna de las 2 medidas se cumple

0 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 1 mensaje transaccional.

Cómo corregir

Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja. La mayoría de las plataformas ofrecen esta página; si no, se añade en el pie de la plantilla, con su propio enlace, nombrado por lo que hace («gestionar mis preferencias», «rechazar el seguimiento»).

Esta página cuesta una tarde de integración y sirve después para todos los envíos. Es lo que la recomendación de la CNIL espera de un envío que mide el comportamiento de sus lectores.

Dos medidas: ¿pasa el enlace de baja por un rastreador, y lleva un camino distinto a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento? Ninguna de las dos establece que un rechazo llegue a buen término — comprobarlo exigiría seguir el enlace, lo que registraría un clic en la plataforma de envío. Describen el control que se deja al destinatario, no el resultado que obtendría.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 2

- Enlace de baja rastreado en el único mensaje transaccional afectado No cumplido
- Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en el único mensaje transaccional afectado No cumplido

CNIL 14/04/2026 · Postmetry · PM-PRIV-003

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas

Cumplido en parte

13,3/20 pts

Ningún enlace lleva a la política de privacidad en los 2 mensajes transaccionales afectados (2 de 3 medidas cumplidas)

13,3 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

El pie del mensaje nombra al remitente (razón social, dirección postal) y enlaza su política de privacidad con un enlace directo al sitio, no a un dominio de seguimiento. Estas menciones se ponen una vez en la plantilla base y aparecen en todos los envíos.

Nada que perder: estas líneas ya existen en el sitio, basta con retomarlas.

Un envío comercial debe permitir identificar al anunciante (CPCE, artículo L. 34-5), y al destinatario saber quién trata sus datos. Este indicador agrupa lo que un mensaje puede mostrar de ello.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 3

- El mensaje nombra a su remitente en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Es posible responder al mensaje en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Ningún enlace lleva a la política de privacidad en los 2 mensajes transaccionales afectados No cumplido

CPCE L. 34-5 · directive 2000/31 art. 6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un camino sin rastrear lleva al sitio

No cumplido

0/15 pts

Todos los enlaces al sitio pasan por un rastreador en los 2 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 2 mensajes transaccionales afectados.

El destinatario que solo quiere visitar el sitio no tiene más opción que pasar por el contador de clics.

Cómo corregir

Al menos un enlace del mensaje apunta directamente al dominio de la marca, sin pasar por el dominio de redirección de la plataforma: el logotipo, el aviso legal o la política de privacidad sirven. En el editor se hace enlace por enlace («no seguir este enlace», «disable click tracking») o con una lista de exclusión en los ajustes de la cuenta.

Un enlace sin seguimiento no cuenta en los clics medidos; elegir el logotipo o el pie no quita nada a los clics que importan.

Cumplido cuando al menos un enlace del mensaje lleva al sitio de la marca sin pasar por un contador de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Ningún identificador del destinatario en el mensaje — Cumplido — 10 pts

Ningún identificador del destinatario en el mensaje en 2 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando la dirección del destinatario no aparece — ni en claro, ni codificada, ni con hash — en ninguna URL ni en ningún encabezado propietario. Los encabezados de direccionamiento no cuentan: la llevan por construcción.

Postmetry · RGPD art. 4 en repère · PM-PRIV-020

Entregabilidad

77
sobre 100

Estas verificaciones leen el veredicto de autenticación emitido por nuestro servidor en el momento en que llegó el mensaje. Este veredicto está fechado por construcción: nunca lo recalculamos, ya que eso consultaría el DNS de hoy y no el del día del envío.

Requisitos de Gmail para remitentes ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Requisitos de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Método, familia Entregabilidad

mejor que el 6 % de las 565 marcas medidas

El cálculo · 54 pts de 70, llevados a 100 — 3 cumplidos · 1 cumplido en parte · 1 no cumplido · 1 no aplicable

20	20	15	10	5

Peso de cada criterio en la nota.

Firma DKIM validada — Cumplido — 20 pts

Firma DKIM válida en 2 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando nuestro servidor de recepción ha validado la firma DKIM del envío.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001
RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)
RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alineación DMARC validada — Cumplido — 20 pts

Alineación DMARC verificada en 2 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando el dominio que aparece en el remitente se corresponde con el que autenticó el mensaje.

RFC 9989 · PM-DELIV-002
RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones — No cumplido — 0/15 pts

Política DMARC solo en observación en los 2 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Un registro TXT `_dmarc.<dominio>` declara la política: `v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:…` como mínimo, `p=reject` una vez alineadas las fuentes de envío. El paso se hace por etapas (p=none con informes, luego `quarantine`, luego `reject`) durante algunas semanas, leyendo los informes para localizar las herramientas que envían en nombre del dominio.

Una política none no impide ninguna suplantación del dominio; `quarantine` o `reject` cierra la puerta y cumple los requisitos de Gmail y Yahoo para los remitentes masivos.

Cumplido cuando la política publicada es «reject» o «quarantine». Una política «none» no espera nada de los clientes de correo: está publicada sin efecto sobre los mensajes que suplantan el dominio.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — sección 4.7, etiqueta «p» (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Ningún fallo SPF — Cumplido

10 pts

Ningún fallo SPF en 2 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando SPF no falla. Un SPF «none» acompañado de un DKIM y un DMARC válidos es una configuración habitual y legítima: no se penaliza.

RFC 7208 · PM-DELIV-004
RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

Baja en un clic, en el sentido de la RFC 8058 — No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el encabezado «List-Unsubscribe» lleva una dirección https y «List-Unsubscribe-Post» vale exactamente «List-Unsubscribe=One-Click». Es lo que Gmail y Yahoo exigen a los remitentes masivos: el botón del buzón actúa entonces sin abrir ninguna página. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM que cubre lo esencial — Cumplido en parte

4,2/5 pts

Algunos encabezados esenciales escapan a la firma (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) (2 de 3 medidas cumplidas)

4,2 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

La firma usa `rsa-sha256` (o ed25519) con una clave de 2048 bits, sin la etiqueta `l=` (longitud del cuerpo), y cubre en `h=` las cabeceras `From`, `Subject`, `Date` y `List-Unsubscribe`. Estos ajustes son los de la plataforma o del servidor SMTP; la clave se regenera desde la página de autenticación del dominio cuando es demasiado corta.

Una firma con `l=` o una clave de 1024 bits sigue siendo válida hoy, pero permite añadir contenido tras la firma y la rechazarán los filtros a medida que se endurezcan.

Lo que cubre la firma, no solo que sea válida: un algoritmo admitido por la RFC 8301, el cuerpo firmado por completo, los encabezados From, Subject, Date y List-Unsubscribe firmados, una firma no caducada en la recepción. No aplicable sin firma DKIM.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 3

- Algoritmo de firma admitido en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Cuerpo firmado por completo en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Algunos encabezados esenciales escapan a la firma (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) Cumplido en parte
- Firma válida en la recepción No aplicable

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Técnico

74
sobre 100

Estas verificaciones tratan de lo que los clientes de correo hacen realmente con el mensaje: truncamiento, bloques de estilo eliminados, recursos nunca cargados. Cada umbral indica de dónde viene: el comportamiento documentado de un cliente de correo, una especificación o nuestro propio método.

Compatibilidad por cliente (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Método, familia Técnica

mejor que el 32 % de las 566 marcas medidas

El cálculo · 63 pts de 85, llevados a 100 — 3 cumplidos · 2 cumplidos en parte · 1 no cumplido

25	20	15	10	10	5

Peso de cada criterio en la nota.

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail — Cumplido — 25 pts

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail en 2 mensajes transaccionales

25 puntos de 25 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando la parte HTML se mantiene por debajo de 102 KB. Más allá, Gmail corta el final del mensaje — y el final es la baja y las menciones.

Gmail · PM-TECH-001

Plantilla poco anidada — Cumplido en parte — 10/20 pts

Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) (0 de 1 medidas cumplidas)

10 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Aplane la plantilla: un bloque de contenido por tabla, colocado directamente en la columna principal, sin tabla envolvente alrededor de cada sección.

En un editor por bloques, el anidamiento suele venir de una sección colocada dentro de otra, o de una columna dentro de una columna. Se corrige una vez, en la plantilla, no campaña por campaña.

La lectura técnica del envío da el anidamiento medido y su umbral: es ella la que indica cuándo la corrección ha surtido efecto.

Cumplido cuando las tablas de maquetación no se anidan en más de 6 niveles. Más allá, el motor de Word que comparten los Outlook de escritorio y los clientes divergentes muestran la plantilla cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 1

- Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado

Cumplido en parte

13,1 / 15 pts

Ningún doctype declarado (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) (3 de 4 medidas cumplidas)

13,1 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Los errores de forma (etiquetas sin cerrar, atributos duplicados, anidamiento table/div no válido) vienen de bloques pegados entre editores o de modificaciones a mano en el código. Pasar el HTML por un validador antes del envío y corregir en origen, en la plantilla, y no en cada campaña.

Un HTML mal formado se muestra de forma distinta según el cliente de correo, y es la causa más habitual de una visualización rota en Outlook o en móvil.

Un doctype, un juego de caracteres declarado en el documento, etiquetas equilibradas e identificadores únicos. Cada cliente repara a su manera un marcado incompleto, y eso es lo que hace imprevisible la visualización. Los cierres que el HTML hace opcionales no cuentan.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 4

- Ningún doctype declarado (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte
- Juego de caracteres declarado en el HTML en 2 mensajes transaccionales — Cumplido
- Etiquetas equilibradas en 2 mensajes transaccionales — Cumplido
- Identificadores únicos en 2 mensajes transaccionales — Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio

Cumplido

10 pts

Cada enlace lleva a algún sitio en 2 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando ningún enlace está vacío, reducido a «#» o escrito como «javascript:». Un enlace así no lleva a ninguna parte, y la mayoría de los clientes lo neutralizan. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-TECH-031

Ninguna hoja de estilo remota

No cumplido

0 / 10 pts

Hoja de estilo remota declarada en los 2 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Las reglas CSS van dentro del mensaje, en un bloque `<style>` o en línea en los elementos; nada de `<link rel="stylesheet">` ni de `@import` hacia un servidor. Las fuentes remotas no se cuentan aquí: la mayoría de los clientes las ignoran, pero no rompen nada.

Gmail, Outlook y la mayoría de los clientes no cargan una hoja de estilo remota: el mensaje se muestra sin sus estilos para la mayoría de los lectores.

Cumplido cuando el mensaje no llama a ninguna hoja de estilo externa, ni por «link» ni por «@import». Varios clientes no las cargan nunca. Una hoja de fuentes no cuenta: sin ella, el texto usa

la fuente de reserva.

caniemail · PM-TECH-020
<link> en un correo electrónico — compatibilidad por cliente (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

El mensaje respeta la forma de un correo

Cumplido

5 pts

El mensaje respeta la forma de un correo en 2 mensajes transaccionales

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Líneas de 998 bytes como máximo, Message-ID y Date legibles, juego de caracteres anunciado en cada parte de texto, codificación de transferencia coherente con el contenido (RFC 5322, RFC 2045). La mayoría de los servidores toleran estas desviaciones, cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 5 cumplidas de 5

- Líneas de 998 bytes como máximo en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Message-ID bien formado en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Fecha legible en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en 2 mensajes transaccionales Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en 2 mensajes transaccionales Cumplido

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Experiencia

74
sobre 100

Cuatro preguntas sobre lo que ocurre con el mensaje una vez recibido: ¿sigue siendo comprensible, puede el destinatario seguir actuando, puede un cliente restituirlo, una pantalla mostrarlo? La detección automática solo cubre lo que se declara en el mensaje.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Método, familia Experiencia

mejor que el 84 % de las 566 marcas medidas

El cálculo · 74 pts sobre 100

2 cumplidos · 4 cumplidos en parte · 1 bonus

25	15	15	10	20	15

Peso de cada criterio en la nota.

El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada

18,8 / 25 pts

Cumplido en parte

Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) (1 de 2 medidas cumplidas)

18,8 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Un preencabezado de 40 a 130 caracteres, en texto real, sigue al asunto en la bandeja de entrada; cada imagen con significado tiene un atributo `alt` que dice lo que muestra; el mensaje principal está en texto, no dentro de una imagen. En el editor, el preencabezado es un campo propio, y el `alt` se rellena imagen por imagen.

La mitad de los lectores ven el mensaje sin imágenes al abrirlo por primera vez. Un `alt` y un preencabezado cuestan un minuto por campaña.

Cumplido cuando el mensaje conserva al menos 200 caracteres legibles con las imágenes bloqueadas, y un preencabezado de 40 a 130 caracteres lo anuncia en la lista de mensajes. Sin preencabezado, el buzón muestra en su lugar el primer texto del cuerpo — a menudo «Ver en el navegador».

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 2

- Al menos 200 caracteres siguen siendo legibles con las imágenes bloqueadas en 2 mensajes transaccionales — Cumplido
- Preencabezado ausente, demasiado corto o demasiado largo (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte

Postmetry · PM-EXP-001

El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML

Cumplido en parte — 12,5 / 15 pts

La versión de texto recoge menos del 80 % de los enlaces (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) (2 de 3 medidas cumplidas)

12,5 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

La versión de texto (`text/plain`) acompaña al HTML y recoge el contenido y los enlaces, no solo una frase del tipo «abra este mensaje en su navegador». Las plataformas la generan a partir del HTML si la opción está activa («generar la versión de texto», «auto-generate plain text»).

Es la versión que leen los relojes, los lectores de pantalla y algunos clientes profesionales; también la usan los filtros antispam, que comparan las dos versiones.

Cumplido cuando una versión de texto acompaña al envío y recoge lo esencial: al menos el 60 % de su texto y el 80 % de sus enlaces. Un cliente que no muestra el HTML recurre a ella; reducida a «vea la versión web», no reproduce nada.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 3

- Una versión de solo texto acompaña al mensaje en 2 mensajes transaccionales — Cumplido
- La versión de texto recoge al menos el 60 % del texto en 2 mensajes transaccionales — Cumplido
- La versión de texto recoge menos del 80 % de los enlaces (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte

Postmetry · PM-EXP-002

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas

Cumplido — 15 pts

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas en 2 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — cumplido en 2 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando ningún enlace depende de una sola imagen sin texto alternativo: un enlace así no deja nada en pantalla. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-EXP-003

Zonas pulsables suficientemente grandes

Cumplido

10 pts

Zonas pulsables de tamaño suficiente en un único mensaje transaccional

10 puntos de 10 — cumplido en 1 de 1 mensaje transaccional afectado.

Cumplido cuando ninguna zona pulsable dimensionada queda por debajo de 24 px de lado (WCAG 2.2, criterio 2.5.8). Solo se miden las zonas con una dimensión declarada; las excepciones del criterio — objetivo dentro de una línea de texto, espaciado suficiente— no se miden. No aplicable si el mensaje no declara ninguna dimensión.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), criterio 2.5.8, nivel AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica

Cumplido en parte

10/20 pts

El mensaje pone obstáculos a las ayudas técnicas — 1 de 4 medidas cumplidas

10 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Cuatro correcciones, todas en la plantilla: declarar el idioma del mensaje en la etiqueta `<html>` (`lang="es"` para un envío en español), describir cada imagen de contenido en su atributo `alt`, marcar las tablas de maquetación con `role="presentation"` y escribir enlaces que digan adónde llevan en lugar de «haga clic aquí».

El detalle del criterio indica cuáles faltan en sus envíos; las demás ya se cumplen.

Una imagen decorativa — filete, espaciador — conserva un `alt=""` vacío: es lo que la hace callar, no un olvido.

Idioma declarado, imágenes de contenido descritas, tablas de maquetación señaladas como tales, textos de enlace que dicen adónde llevan: lo que un lector de pantalla necesita para reproducir el mensaje. El detalle indica qué medida falta.

Lo que se ha medido — 1 cumplida de 4

- Idioma del mensaje no declarado (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte
- Hay imágenes de contenido sin describir (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte
- Tablas de maquetación anunciadas como tablas de datos en los 2 mensajes transaccionales afectados — No cumplido
- Cada enlace dice adónde lleva en 2 mensajes transaccionales — Cumplido

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)

HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

El mensaje declara su adaptación a las pantallas

Cumplido en parte

7,5/15 pts

El mensaje no declara su adaptación a las pantallas — ninguna de las 2 medidas se cumple a lo largo de 2 mensajes transaccionales

7,5 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 2 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

El HTML incluye una etiqueta `<meta name="viewport" content="width=device-width">` y reglas `@media` que adaptan el ancho y las columnas por debajo de 600 px; el ancho fijo de 600 px solo vale para los clientes de escritorio. Los editores modernos las generan; una plantilla antigua o hecha a mano a menudo no las tiene.

Sin estas reglas, el mensaje se muestra a 600 px en una pantalla de 390: zoom obligatorio, texto ilegible, enlaces demasiado pequeños.

Cumplido cuando el mensaje declara su área de visualización y su adaptación al ancho de pantalla. Sin ellas, se muestra en el teléfono a su anchura original, y se lee haciendo zoom y desplazándose de lado.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 2

- Área de visualización no declarada (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) Cumplido en parte
- Ninguna adaptación al ancho de pantalla declarada (1 de 2 mensajes transaccionales afectados) Cumplido en parte

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la etiqueta viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/) Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Tema oscuro declarado

Punto de bonificación no conseguido

+0 pts

El mensaje no declara su adaptación al tema oscuro en los 2 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 5 — cumplido en 0 de 2 mensajes transaccionales afectados.

Conseguido cuando el mensaje declara `color-scheme` o una regla `prefers-color-scheme`. Ninguna norma lo exige — los clientes que fuerzan el tema oscuro invierten ellos mismos los colores —, pero declararlo deja el control a la plantilla en lugar de al cliente de correo.

caniemail · PM-EXP-027

CONSTATACIONES FUERA DE CALIFICACIÓN

Observados, no calificados

Estas constataciones no entran en ninguna nota: su umbral no tiene una fuente oponible. Se muestran igualmente en su totalidad.

Todos los enlaces del mensaje pasan por un rastreador

reconocido por un subdominio de rastreo a nombre de la marca

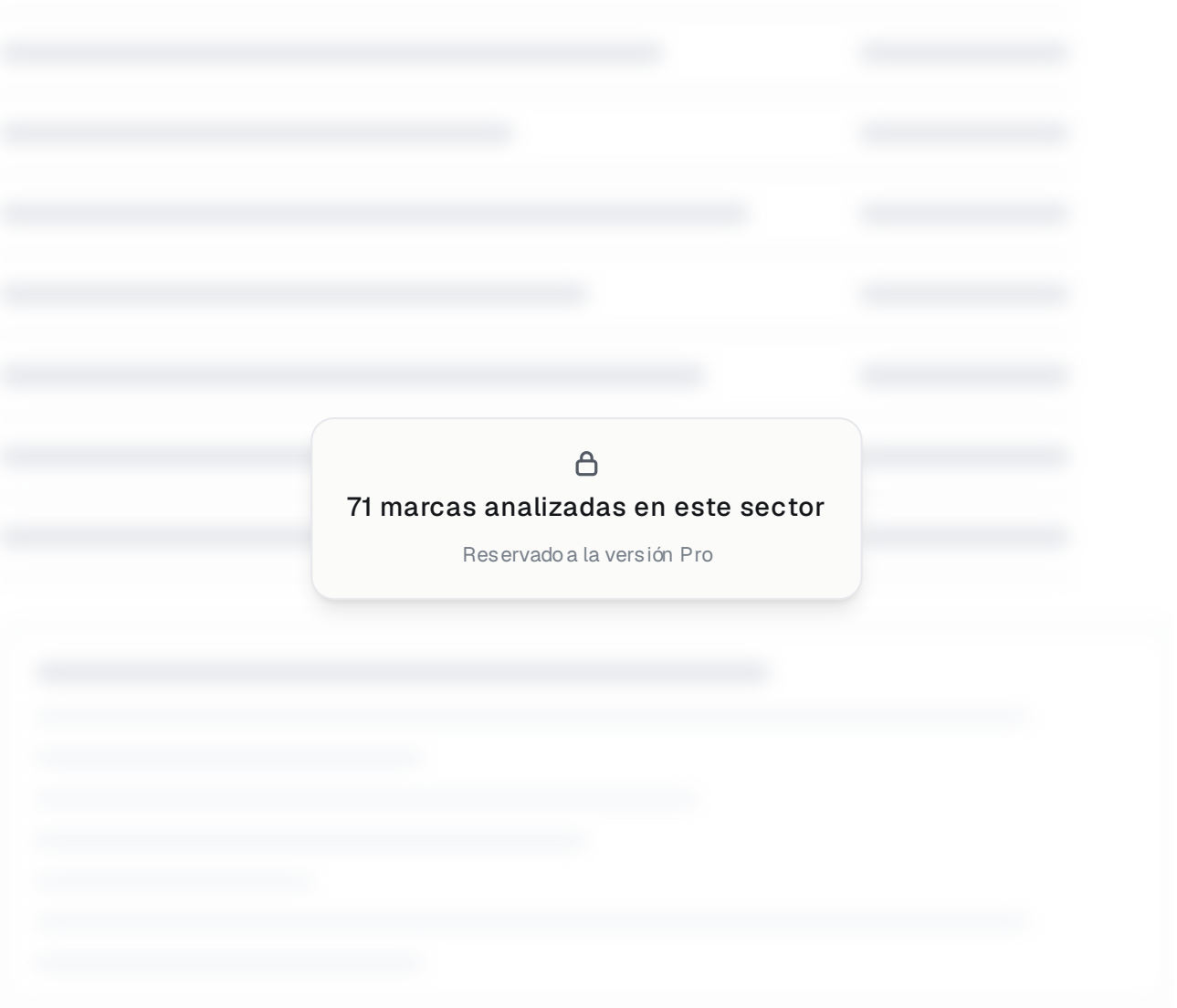
Cada clic se registra y se vincula al destinatario antes de redirigirlo. Ningún enlace lleva directamente al sitio: no existe ninguna forma de consultar la marca desde este mensaje sin ser medido.

▼ La prueba — fragmento de su envío

```
https://trk.klaviyo.zimmerli.com/l/***
```

Comparativa sectorial

Lujo — 71 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.



Notas de lectura

Cómo leer esta página

01 **Un criterio no observable o no aplicable sale del cálculo.** Sigue en la lista, nunca se cuenta como cero: su peso sale del denominador en lugar de pesar como un fallo.

02 Cada línea describe una **constatación observable**, con el fragmento que la sustenta. No se incluye ninguna calificación jurídica.

03 Las medidas provienen de **analizadores deterministas**: el mismo mensaje da siempre el mismo resultado, y una constatación discutida se rehace de forma idéntica a partir del archivo.

04 Toda proporción se publica **sobre una base observada**, y la nombra: «26 de las 30 marcas analizadas». Una marca de la que no se ha recibido ningún envío no entra en ningún denominador.

05 La **entregabilidad es prestada**: su veredicto proviene del servidor que recibió el mensaje. Todas las demás familias salen de nuestros analizadores.

¿Le dice algo este análisis?

Recorrámoslo juntos, en 20 minutos.

Repasamos con usted los 13 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por videollamada, sin compromiso.

Elegir una franja : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min)

Recibir los cambios de Zimmerli

Un email cuando un criterio cambia de estado, nada más.

¿Trabaja en Zimmerli?

Reclamar la marca: transaccionales, alertas, prueba fechada.

La versión Pro

Historial completo, antes y después, alertas.

Este informe también puede consultarse en línea, con la vista previa de cada envío:
https://postmetry.com/es/marque/zimmerli/?kind=transactional