

Habitual en varios **sitios web** que disponen de formularios de suscripción a una lista de contactos o boletines electrónicos, el **doblo opt in** funciona de la misma forma que los tradicionales **sistemas de inscripción** para recibir novedades y beneficios en los cuales, dejando algunos datos tales como **nombre y casilla de email**, la compañía podrá contactar a los solicitantes y compartir con ellos **actualizaciones, promociones y ofertas especiales**.

Ahora bien, ¿cuál es la diferencia con un **sistema de suscripción común**? ¿Qué es el **doblo opt in** realmente? La respuesta es sencilla. Una vez que la solicitud de suscripción inicial es recepcionada por el software o sistema destinado a captar los datos, el mismo procede a **enviar automáticamente un email de confirmación** a la casilla manifestada por el nuevo usuario.

A partir de ese mensaje, el cual contiene un **link** en el cual el destinatario del mensaje debe hacer click brindando su **aceptación**, queda definitivamente **confirmada la suscripción a la lista**. Si bien el proceso contempla un paso más que la antigua modalidad de suscripción, existen algunos **beneficios especiales** que justifican el proceso y cumplimiento del **doblo opt in**.

Entre las razones más importantes para aplicar el **sistema de doble opt in** es que la confirmación posterior al **ingreso de una casilla de email** en el sitio web debiendo ingresar a la cuenta para dar el **click correspondiente garantiza** la identidad de quien se ha registrado en el **listado de suscriptores** perteneciente a la compañía.

Si ese paso no se cumpliera, simplemente cualquier persona podría ingresar una **casilla de email** sin ser el propietario real de la misma; por lo que el original dueño seguramente marcará los **mensajes como spam** al desconocer la procedencia de los **mensajes recibidos**. La intención de una **sana interacción** con los actuales y futuros clientes es que la misma sean **consentida, no forzada**.

Desde el punto de vista de la **utilidad**, además, ese tipo de falsas **suscripciones** generará una lista de pésima calidad, siendo en realidad una gran cantidad de **casillas de email erróneas** o que no recibirán las **notificaciones y ofrecimientos de la compañía** con la certeza deseada. Sumado a esto, las listas que no cuentan con un **doblo opt in** que asegure la identidad de nuevos interesados en el acontecer de la compañía concluirá en **estadísticas erróneas**, condicionando inconscientemente las **decisiones estratégicas** a resolver en el futuro.

Obviamente, desde el **punto de vista comercial** y en pos de generar una **relación a largo plazo** es preferible contar con una lista generada por **doblo opt in** con un número inferior de usuarios a los que recurrentemente se les puedan presentar nuevas **promociones, descuentos u ofertas** especiales que un número mayor de falsos suscriptores. Indefectiblemente, de esa manera los resultados serán mucho más auspiciosos.

Por último, es acertado aseverar que el uso del **doblo opt in** permite **reducir el número de quejas por spam**, evitando futuros inconvenientes por tratarse de un sitio web con reiteradas denuncias de este tipo y las probables complicaciones que una **mala reputación** suele acarrear. Es más, está prácticamente consumado el hecho de que en un futuro cercano y con la intención de **proteger a los usuarios** del correo electrónico, el uso del **doblo opt in** será una **condición legalmente obligatoria**.