



email marketing

come e perché dovresti
utilizzarlo per il tuo business

Indice

- *Cos'è l'email marketing?*
- *Diversi obiettivi, diverse tipologie di email*
- *Perché l'email marketing*
- *Piattaforme professionali di email marketing: perché sceglierle?*
- *I vantaggi di usare un software professionale di invio email*
- *Perché non fare email marketing dal proprio client di posta*
- *Idee di utilizzo per l'email marketing*

Cos'è l'email marketing?

Fare **email marketing** significa **utilizzare le email come mezzo per attuare le proprie strategie di marketing**. Attraverso l'email marketing si possono veicolare messaggi, commerciali e non, al proprio pubblico di riferimento.

Le email possono essere quindi usate per la **promozione di un prodotto o servizio**, la **fidelizzazione** dei propri clienti o la **generazione di traffico** verso il proprio sito.



L'email marketing oggi ha ripreso ad essere un canale essenziale del marketing mix, in quanto, grazie alla diffusione degli smartphone, **le email possono essere lette ovunque e in qualunque momento**.

Inoltre, rispetto ad altri strumenti di comunicazione, presenta innumerevoli vantaggi: è **economico**, è **rapido**, è **versatile** e **soprattutto è misurabile**.

L'**email** si pone nello scenario del marketing come uno **strumento molto efficace** che, se ben utilizzato, porta ad ottenere **riscontri concreti**. Risulta, infatti, uno degli strumenti di marketing con ROI (ritorno sull'investimento) più elevato.

Le aziende che utilizzano l'email marketing hanno un ritorno di 44\$ per ogni dollaro investito in quest'attività.

Fonte: MarketingSherpa <https://www.campaignmonitor.com/resources/guides/email-marketing-new-rules/>

Diversi obiettivi, diverse tipologie di email

A seconda dell'obiettivo che si desidera raggiungere e quindi del contenuto dell'email, è possibile distinguere tre principali tipologie:

1. Dem (Direct Email Marketing)

Per DEM si intende **campagne email a carattere commerciale e/o pubblicitario, inviate a un database di contatti profilati**, in alcuni casi di proprietà di aziende terze. È quindi un'email dai connotati commerciali e pubblicitari. Viene utilizzata con lo scopo di promuovere e vendere il proprio prodotto/servizio. È esplicita e diretta, grazie a un testo breve, immagini accattivanti e una chiara CTA (call to action).



2. *Newsletter*



È un'email periodica, che prevede contenuti prevalentemente informativi, volta ad instaurare e a mantenere un rapporto duraturo con il cliente. Può essere utilizzata per inviare anche informazioni più commerciali, ad esempio relative a nuovi prodotti o promozioni.

3. *Email transazionali*



L'email transazionale è un'email “di servizio” che viene inviata in automatico in seguito ad un'operazione effettuata dal destinatario, come la registrazione o un acquisto. Contrariamente alle precedenti tipologie, le email transazionali non sono email di tipo massivo perché vengono inviate singolarmente agli utenti. Vista la loro natura, statisticamente sono le email con il miglior tasso di lettura.

Perché l'email marketing

L'email come strumento di marketing ha sicuramente molti vantaggi, rispetto ad altri mezzi per promuovere la propria attività. Infatti l'email marketing è:



Economico

Rispetto ad altri mezzi di comunicazione, l'email marketing presenta dei **grandi vantaggi economici**.



Semplice

L'email marketing **non richiede alcuna conoscenza tecnica specifica**. Inoltre, affidandosi agli ESP (Email Service Provider), ovvero piattaforme professionali specializzate, non ci si dovrà preoccupare degli aspetti tecnici più complessi perché saranno loro a farlo.



Targettizzato

L'email marketing permette di **personalizzare il proprio messaggio rispetto ai destinatari di quello specifico invio**. Segmentare quindi il proprio database ed inviare un testo ad hoc a ciascun gruppo aiuterà ad ottenere risultati migliori.

Cosa significa targetizzare?

Significa **individuare e comprendere quale sia il proprio target di riferimento**, ossia l'insieme dei potenziali destinatari della propria campagna email. Una volta individuato il proprio pubblico, **è importante cercare di suddividerlo il più possibile in segmenti omogenei ai quali inviare comunicazioni specifiche**. Maggiore il grado di segmentazione, maggiori le probabilità che il nostro messaggio sia di interesse per chi lo riceve e maggiore sarà il ritorno sull'investimento.



Veloce

Una campagna email **può essere inviata a migliaia di destinatari in pochi click**. La consegna della comunicazione è pressoché istantanea.



Misurabile

I **risultati** di ogni campagna email possono essere **tracciati e misurati** grazie alle statistiche incluse. È dunque possibile sapere in dettaglio, chi ha interagito con la campagna email: aperture, disiscrizioni, click su link presenti nel messaggio.



Efficace

L'email marketing, se ben fatto, produce **risultati eccellenti**: visibilità e branding per la propria attività, visite verso il proprio sito, ottimi tassi di conversione e fidelizzazione degli utenti. I risultati sono amplificati dall'uso dell'email anche sullo smartphone.

Piattaforme professionali di email marketing: perché sceglierle?

L'email marketing è uno **strumento** estremamente **potente** per chi vuole **comunicare in maniera efficace con i propri clienti**. Purtroppo però la sua diffusione ha portato negli anni anche alla nascita di fenomeni illeciti, come lo spamming e il phishing.

Spam

Si intende **l'invio di posta elettronica indesiderata**. Nello specifico, lo spamming consiste nell'invviare email con contenuto pubblicitario a grandi quantitativi di indirizzi email che non hanno mai fornito esplicito consenso a ricevere informazioni commerciali di quel tipo.

Phishing

È una **forma di truffa informatica** generalmente effettuata inviando un'e-mail con il logo contraffatto di un istituto di credito o di una società di commercio elettronico. Il testo del messaggio invita il destinatario a fornire dati riservati (numero di carta di credito, password di accesso al servizio di home banking, ecc.), spesso motivando tale richiesta con ragioni di ordine tecnico. L'intento è quello di carpire illegalmente dati che potrebbero poi essere utilizzati per effettuare acquisti online o bonifici bancari, all'insaputa del proprietario degli stessi.



Per difendere la sicurezza e la privacy degli utenti sul web, si sono quindi adottate, a vari livelli, una serie di regole e accorgimenti.

Così, per riuscire ad applicare al meglio queste regole e a proteggere gli utenti, **sono nate le piattaforme di email marketing, anche dette ESP** (Email Service Providers).

L'attività principale degli ESP è proprio quella di **assicurare interscambi di grandi quantitativi di email** (bulk emails) in maniera fluida e senza intoppi, assicurando sempre a mittenti e destinatari la massima aderenza agli standard internazionali in materia di best-practice, normative sulla privacy e requisiti tecnici.



1 vantaggi di usare un software professionale di invio email

1. Massima deliverability

Grazie ad ottimi tassi di consegna e superamento dei filtri anti-spam

2. Gestione delle disiscrizioni

Nel rispetto della normativa sulla privacy

3. Vasta gamma di template responsive e personalizzabili

Tutti responsive e personalizzabili, anche con campi dinamici, a seconda delle proprie esigenze

4. Programmazione degli invii

Per inviare le proprie campagne email al momento giusto

5. Report e statistiche dettagliate

Per monitorare l'andamento delle proprie campagne

Perché non fare email marketing dal proprio client di posta



Si pensa erroneamente che sia possibile eseguire campagne di email marketing utilizzando il proprio client di posta (Gmail, Yahoo, Thunderbird, Outlook, Mail, ecc.).

Infatti, **inviare grossi quantitativi di email dal proprio programma di posta può produrre effetti negativi** quali:

- Rallentamento della connessione internet
- Applicazione dell'etichetta SPAM per le proprie email
- Blocco del proprio account
- Blocco del proprio indirizzo IP

Approfondisci l'argomento leggendo il nostro post:



***Perché utilizzare un servizio newsletter professionale
(invece di fare email marketing da Outlook)***

Idee di utilizzo per l'email marketing

Di seguito qualche **esempio di utilizzo dell'email marketing** per acquisire visibilità, fidelizzare i clienti e incrementare il proprio business.



Vendita al dettaglio

Chi lavora in ambito retail, può utilizzare l'email marketing per **comunicare l'arrivo delle nuove collezioni, i nuovi prodotti inseriti a catalogo o il lancio di una nuova linea**. Le email possono essere usate anche per **informare di eventuali promozioni**, fornendo un codice sconto o un coupon, e dell'**inizio dei saldi**. Infine, possono essere usate per inviare newsletter periodiche.



Settore turistico

Le campagne email possono essere utilizzate per **incentivare prenotazioni** in hotel e B&B, **sollecitare la prenotazione di voli o vacanze**, oppure **incoraggiare a partecipare ad eventi**. Inoltre, le email possono essere utili per **inviare offerte stagionali** e una newsletter su nuove destinazioni, pacchetti o servizi offerti.



Ristorazione

L'email marketing può essere usato nel campo della ristorazione per **invitare ad eventi, cene a tema, o degustazioni**. Può essere utilizzato anche per **inviare il nuovo menù stagionale** ai clienti iscritti alla propria newsletter.



Automotive

La mail risulta molto efficace anche nel settore automotive per il **lancio dell'ultimo modello**, per **invitare alla giornata di prova su strada oppure ad eventi di presentazione** e informazione. Attraverso l'email è possibile inviare immagini emozionali ed attraenti che suscitano la voglia di passare in concessionaria a toccare con mano i nuovi arrivi.

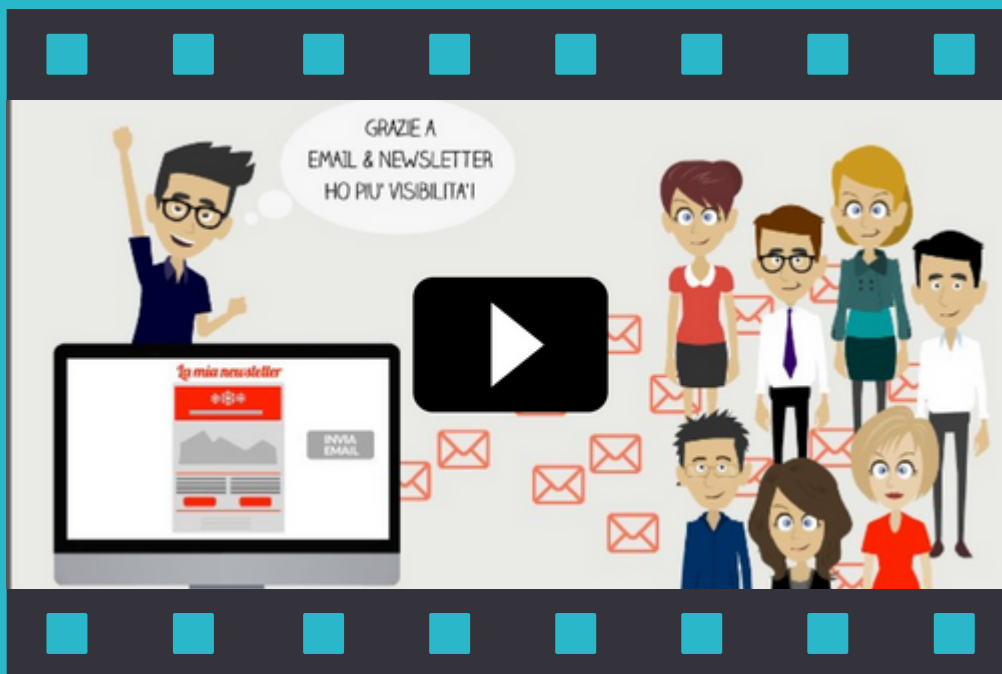


Benessere

Pacchetti wellness, trattamenti estetici, massaggi e altri servizi o prodotti cosmetici sono **ideali per essere veicolati tramite email**. Utilizzando nei template email immagini evocative e suggestive, è possibile solleticare la voglia di relax dei destinatari e raccogliere prenotazioni e ordinazioni.

Utilizzi già l'email marketing per promuovere la tua attività e fidelizzare i tuoi clienti?

Guarda come Antonio, Donatella e Michele usano l'email marketing per promuovere le loro attività.





www.trendoo.it

commerciale@trendoo.it

800-034465