

Infomarketing

Email Marketing

Trovare il successo con l'Email Marketing

- ☑ L'email marketing è uno degli strumenti più efficaci nelle campagne di promozione online.
- ☑ Un database profilato di "leads", se gestito con una comunicazione ottimizzata, può diventare una fonte molto interessante per il proprio Roi aziendale.



DEM

Direct E-mail Marketing

DEM – l'efficacia

- ▣ Misurare il ritorno di una campagna in termini di ROI (Return on Investments)
- ▣ Per poter misurare il ROI occorrono KPI (Key Performance Indicators)

FATTORI DETERMINANTI PER UNA VALIDA STRATEGIA

Open Rate: numero di persone che aprono la nostra newsletter.

- ☑ L'open rate è un dato percentuale: abbiamo un database di 1.000 Leads: se all'invio della mia email 100 persone aprono la newsletter otterrò un Open Rate del 10%.



FATTORI DETERMINANTI PER UNA VALIDA STRATEGIA

Click to Rate

numero di persone che, dopo aver aperto la nostra newsletter, decidono di cliccare su un link inserito nella stessa (definito anche con la sigla CTR).

ESEMPIO

Abbiamo inviato 1.000 email e abbiamo un Open Rate del 10% (significa che 100 persone hanno aperto la nostra newsletter). Se, su questa percentuale, il 10% dei lettori cliccano su un link inserito nella newsletter otterremo un CTR dell'1%

FATTORI DETERMINANTI PER UNA VALIDA STRATEGIA

Numero di invii mensili: quante volte, ogni mese, andremo a comunicare, attraverso una newsletter, una nostra comunicazione commerciale.



Infomarketing

Newsletter

BEST PRACTISES PER UNA NEWSLETTER EFFICACE

- ☑ **Abbrevia l'oggetto: le email con un oggetto conciso hanno un tasso di apertura considerevolmente più alto.**
- ☑ **Facilitare la rapidità di lettura e rendere completa l'informazione.**
- ☑ **Evitare il rischio di "tagli" dovuti all'utilizzo di vari device (desktop, mobile, tablet)**
- ☑ **Essere concisi e comunicare tutte le informazioni importanti all'inizio.**
- ☑ **Inserire il brand name e far leva sulla brand awareness.**



Come si cambiano le credenze limitanti?

Chi non ha sentito in qualche momento della vita un certo senso di disagio e a volte sofferenza vera e propria nel vivere determinate situazioni e nel fare certe scelte? Credo che sia un'esperienza comune a tutti e proprio per questo "Cambia le Tue Credenze" vuole essere una guida pratica e veloce per ottenere gli strumenti necessari a rivedere ed eventualmente cambiare le Credenze Limitanti che ti fanno soffrire.

I condizionamenti ricevuti da famiglia, scuola, situazione sociale sono diventati le tue credenze e i tuoi valori e la buona notizia è che appena riesci a riconoscere il segnale di un eventuale disagio **puoi cambiare** in totale autonomia le credenze che ti limitano.

Come fare? Ecco 4 segreti che troverai all'interno dell'ebook:



Fai clic sull'e-mail per attivare il codice promozionale **T93FKT5TKY97**

[Biglietti da visita](#)

[Marketing aziendale](#)

[Striscioni](#)

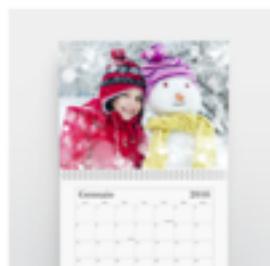
[Biglietti e inviti](#)

[Siti web](#)

I nostri prodotti più venduti scontati fino al 50%

Risparmia sui nostri migliori
prodotti e personalizzali.

[Approfittane](#)



Calendari da parete con foto
-50%

[Approfittane](#) >



Biglietti d'auguri
-50%

[Approfittane](#) >



Biglietti da visita
-50%

[Approfittane](#) >



Ryanair

30 RYANAIR
ANNI DI LOW COST 1985 - 2015

MERCATINI DI NATALE

DA PESCARA / TREVISO / CAGLIARI / PISA

FRANCOFORTE HAHN

DA **17,99€**

PRENOTA ORA >>

Mercatini di Natale da 17,99€

► Voli a **Francoforte Hahn** da 17,99€ [Prenota ora](#)

Se non vuoi più ricevere email da noi, [cancellati qui](#)
Ricevi questa newsletter perché sei registrato al database [boxofferite.com](#)
Se non visualizzi correttamente il messaggio [clicca qui](#)

TANNICO.IT

Il vino si compra qui

[Catalogo](#) · [Best Seller](#) · [Distillati](#) · [Club](#)

SPEDIZIONI GRATIS PER
ORDINI SUPERIORI A 89€ 



Solo su Tannico.it trovi tante offerte esclusive sui migliori vini d'Italia. Le etichette più premiate e le piccole produzioni artigianali di qualità con sconti oltre il 40%!

Grandi vini italiani ad un prezzo incredibile...



BEST PRACTISES PER UNA NEWSLETTER EFFICACE

- ✓ **Fai domande e metti fretta**
- ✓ **Formulare una domanda nell'oggetto della mail è un modo molto efficace per catturare l'interesse del lettore e spingerlo ad aprire la mail.**
- ✓ **Promozioni a scadenza, countdown e deadline sono forti stimoli all'azione perché creano nel lettore il senso di essere "a debito di tempo".**



Ciao Fabrizio,

Se non riesci a visualizzare l'e-mail, clicca [qui!](#)

Corso di laurea triennale in
**ECONOMIA
E COMMERCIO**
Con stage post laurea!



Facoltà di Economia



UNIVERSITÀ
eCAMPUS

Iscrizioni aperte A.A. 2015/16

Il corso di laurea in Economia e Commercio dell'Università eCampus è senza test di ammissione e prevede uno stage post laurea o un tirocinio in enti o istituti di ricerca, aziende o amministrazioni pubbliche.

Il corso di laurea

Trasmette agli studenti le conoscenze di base circa i principali ambiti dell'**organizzazione e gestione delle aziende** e gli strumenti analitici per l'interpretazione e la soluzione di problemi economici e gestionali.

Ideale per chi non può frequentare

Il corso di laurea è online: le lezioni sono sempre disponibili sul proprio computer. Questa modalità di frequenza è ideale anche per chi già lavora ma vuole conseguire una laurea per avere maggiori opportunità di carriera.

- 5 Facoltà
- 22 Corsi di laurea
- 7 Sedi di esame

**Possibilità di
BORSE DI STUDIO
per l'A.A. 2015/16**

**Perché scegliere l'Università
eCampus**

La didattica online permette di gestire lo studio in piena autonomia; solo gli esami si svolgono in presenza. Ogni iscritto ha

Problemi nel visualizzare l'email? [Clicca qui](#)

CERCA

Prenota l'appartamento che più ti piace alla velocità della luce!



Ciao Fabrizio,

Offerte ancora più strepitose sui nostri alloggi in città esclusivamente per te, ma solo entro venerdì! Assicurati di prenotare il prima possibile per **risparmiare 50€** sul tuo prossimo viaggio con Wimdu. Queste sono le occasioni per le quali non puoi permetterti il lusso di pensarci due volte!

Buon viaggio!

Valeria di Wimdu

Il tuo codice promozionale*

OTTIENI SUBITO IL TUO CODICE

amazon.it

Scopri **amazonbuyvip** il Club di Vendite Private di Amazon

NON PERDERTI
GLI SCONTI DI
QUESTA SETTIMANA!



dal 8/6 al 14/6

ENTRA >



dal 10/6 al 14/6



dal 9/6 al 14/6



dal 8/6 al 14/6

amazon Prime | Offerte in Anteprima

SCOPRI DI PIÙ >

Accedi alle Offerte in Anteprima di Amazon BuyVIP con Amazon Prime

Ci auguriamo che tu abbia gradito ricevere questo messaggio. Se invece preferisci non ricevere comunicazioni di questa natura da [Amazon.it](#), [clicca qui](#)

Per i prodotti venduti da [Amazon.it](#), gli sconti sono sempre riferiti al prezzo di listino al pubblico o al prezzo precedente praticato su [Amazon.it](#), a seconda di quanto indicato.

Questo messaggio promozionale è stato inviato da un indirizzo di posta elettronica che non è abilitato a ricevere messaggi. Per contattarci visita www.amazon.it/contatti

Amazon EU SARL è una società a responsabilità limitata di diritto lussemburghese. Numero di registro: B-101818, 5 Rue Plaetis, L-2338 Lussemburgo.

Questo messaggio è stato inviato al seguente indirizzo di posta elettronica: info@febrizionota.it



Scopri l'innovazione

Rimani aggiornato sul mondo di Talent Garden



**Digital Magics, Tamburi Investment
Partner e TAG insieme**

Fare sistema per far crescere l'Italia

*Metti un incubatore, una merchant bank e
un network di spazi di coworking insieme:
ecco che nasce il nuovo punto di riferimento
per l'innovazione italiana.*

*Una filiera unica e aperta per far crescere i
talenti del mondo digitale.*

[READ MORE](#)

**L'Archimede italiano che ha
inventato la luce perfetta per le foto**



BEST PRACTISES PER UNA NEWSLETTER EFFICACE

- Non dire cos'è, ma come e perché**
- Le funzioni descrivono , i benefici vendono.**
- Per far scattare la molla emotiva che conduce all'acquisto non bisogna dire "cos'è" un prodotto, ma "come e perché".**
- Spiegare i benefici solletica il desiderio e diminuisce la diffidenza dell'utente.**



Parlare in pubblico ti terrorizza?

Puoi **superare la paura** migliorando le tue capacità oratorie con le strategie per intrattenere una **buona conversazione**.

Puoi scoprire come **usare in modo efficace la comunicazione assertiva** e come sviluppare l'empatia per rendere il tuo messaggio più comprensibile ed efficace.

All'interno di questi 4 manuali troverai:

- le strategie per **coinvolgere emotivamente** tutta la platea;
- i consigli e gli esercizi per **migliorare le tue abilità nella conversazione** e nel Public Speaking;
- i segreti per **creare empatia** e renderti simile al tuo interlocutore;
- le strategie per **esporre in modo puntuale e completo il tuo discorso**;

Se ti interessa l'argomento e **vuoi rafforzare le tue abilità nel settore del Public Speaking** ti invito a consultare l'intero catalogo online di Comunicazione sul nostro sito cliccando qui: [Ebook di Comunicazione](#). Ti ricordo che è possibile **scaricare l'anteprima gratuita** di tutti i nostri manuali. Se invece

Non riesci a visualizzare la mail correttamente? [Clicca qui](#) per vederla col tuo browser

Segui le tue passioni. Trova il tuo scopo. Scopri la vera libertà.



Link Veloci

[Clicca qui per partecipare gratis](#)

[Invita i tuoi amici](#)

[Leggi di chi ha già partecipato](#)

Condividi la Meditazione



Per approfondire

[Domande e curiosità](#)

[Contattaci](#)

fabrizio,

il prossimo 29 Giugno inizierà il nuovo ciclo di meditazioni collettive gratuite *Il Destino nei Tuoi Desideri*: un percorso emozionante, intimo e profondo in cui risponderemo a 3 importanti domande:

chi sono io?

cosa voglio veramente?

come posso servire gli altri?

Per iniziare questo viaggio con noi, iscriviti e partecipa gratuitamente: [clicca qui](#).

Sono grato a tutti coloro che fanno parte della nostra comunità, che solo in Italia conta finora oltre 70.000 persone!

Durante questo percorso in 3 settimane, integreremo mente, cuore e anima per farci un'idea chiara su cosa è veramente importante per noi, in modo da poterlo perseguire con intenzione, focus e consapevolezza. **Quando ci connettiamo con i nostri più profondi desideri e piantiamo il seme di una intenzione nel terreno fertile della pura potenzialità, il viaggio della nostra anima si sviluppa naturalmente e facilmente**, come un bulbo diventa un tulipano o un embrione diventa un bambino...fino alla realizzazione del nostro destino. Scegliendo di diventare parte di questa esperienza *trasformativa*, compieremo un passo importante per creare la vita che vogliamo e che meritiamo.

Ogni giorno a partire dal **29 Giugno**, per 3 settimane, sul sito

30 RYANAIR
ANNI DI LOW COST 1985 - 2015

MERCATINI DI NATALE

DA PESCARA / TREVISO / CAGLIARI / PISA

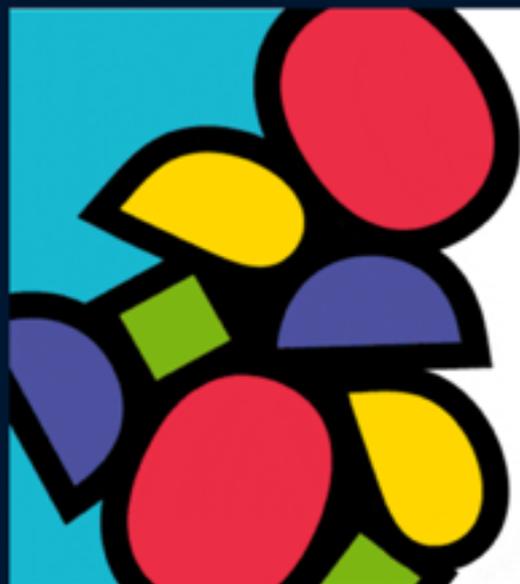
FRANCOFORTE HAHN

DA **17,99€**

PRENOTA ORA >>

Mercatini di Natale da 17,99€

► Vola a Francoforte Hahn da 17,99€ [Prenota ora](#)



**napoli.
teatro
festival
italia**

3 - 28 giugno 2015
**napoli. teatro
festival italia**
www.napoliteatrofestival.it

SCOPRI ►



Ottieni il
15% DI SCONTO
per una cena thailandese

SCOPRI COME ►

 **VOLA LOW COST**

Vola a Parigi da **13€** ►

Vola a Palermo da **21€** ►

Vola a Lamezia da **14€** ►

Vola a Olbia da **32€** ►

BEST PRACTISES PER UNA NEWSLETTER EFFICACE

- ✓ **Design e organizzazione dei contenuti**
- ✓ **Il design non è un abbellimento esteriore, ma il modo in cui si mette in forma il messaggio.**
- ✓ **Il buon design rende il testo facile da leggere, crea le pause, calcola i pesi, stabilisce relazioni di subordinazione tra i paragrafi.**
- ✓ **Supportare il messaggio, non distrarre da esso.**
- ✓ **Usare foto accattivanti, font con colori a contrasto, evidenziare il prezzo, posizionare bene la call to action.**
- ✓ **Inserire le icone dei social network alla fine per evitare che gli utenti abbandonino la mail prima di aver letto il messaggio commerciale.**

Ciao fabrizio,
Approfitta subito della **CONSEGNA GRATUITA** su tutti gli ordini on line.
Solo fino a venerdì 5 giugno 2015.

**CONSEGNA GRATUITA
FINO A VENERDÌ 5**

APPROFITTA SUBITO! >



CONSEGNA GRATUITA:

Clicca e Ritira: effettua un ordine on line e ritiralo gratuitamente nel tuo negozio Decathlon di fiducia, il servizio è attivo in tutti i negozi Decathlon italiani.

Consegna standard a domicilio gratuita: per tutti gli ordini on line fino alle ore 23.59 di venerdì 5 giugno 2015. Valida esclusivamente per gli acquisti on line, non valida in negozio o per il servizio di prenotazione.

Ricevi questa e-mail perché hai dato il tuo consenso al trattamento dei dati personali e a ricevere comunicazioni commerciali sulle iniziative collegate a Decathlon Italia S.r.l.

Decathlon Italia S.r.l. garantisce la massima riservatezza sui dati personali nel rispetto del Dlgs 196/03 e si impegna a provvedere alla loro cancellazione o modifica qualora l'interessato ne faccia richiesta ai sensi dell'art. 7 del succitato decreto. Per non essere più contattati da Decathlon, [segui questo link](#)

BEST PRACTISES PER UNA NEWSLETTER EFFICACE

- Scrivere per bene la call action**
- Usare una call to action chiara e ben centrata sui benefici.**
- Utilizzare formule che facciano intuire al lettore il passo che sta per compiere come per esempio**
- Scarica il tuo ebook adesso!**
- Clicca per risparmiare subito il 10%!**



Ciao Fabrizio,
Nuovi Pin per te



checker car club | doug charles town
vw 1958 checker a8 ...



Alec Caprari
Ancient Cars (1...

Pin it



Alec Caprari
Mini Minor and B...

Pin it

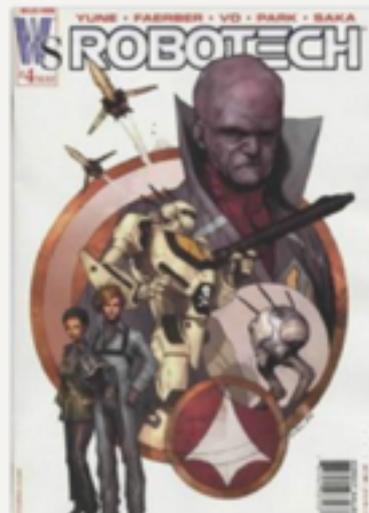


1960 Thunderbird



Alec Caprari
1960s Cars

Pin it





"La perfezione non deve turbare l'imperfezione ma deve insegnare a raggiungerla." -- Anna Maria D'Alò.

01 GIUGNO 2015 - SCUOLA OLISTICA ANANDA ASHRAM MILANO

Ciao **Rita Fabrizio**,

Come di consueto portiamo alla tua attenzione le prossime iniziative della nostra scuola. Molte sono le novità e le iniziative che stiamo programmando. Per ulteriori approfondimenti puoi consultare il nostro sito www.yogamilano.it e il nostro nuovo sito dedicato all'ayurveda www.ayurvedam.it

Namaskar

Shubhaji e lo Staff della Scuola Olistica Ananda Ashram



**Corso Intensivo Insegnanti
Yoga e Meditazione in
3 Sessioni**

Gruppo B dal 20 al 26 Giugno

Rivolto a chi pratica lo yoga e vuole approfondirne la conoscenza per uno sviluppo personale o per avere la possibilità di insegnarlo ai principianti. Viene proposto un monte



**Corso Intensivo Ayurveda e
Massaggio Ayurvedico
1° LIVELLO**

Gruppo D dal 6 Luglio

L'anima ed il corpo sono imprescindibili nell'uomo. In base a questo principio entrambi non possono essere considerati separati, pertanto, l'armonia ed equilibrio



**Corso Intensivo di
Massaggio Ayurvedico in
India a Rishikesh-Himalaya**

16-29 Agosto

Il Corso Intensivo di Ayurveda Classico e Massaggio Ayurvedico è rivolto a chi è interessato ad approfondire la conoscenza dell'Ayurveda classico come viene

DEM – il mercato target

- ▣ Teoria della “coda lunga” [Chris Anderson, The Long Tail, 2004]:
 - I mercati globali e l’insieme dei mercati creati da Internet hanno generato nicchie di consumi sufficientemente numerose e perciò tali da disporre di un pubblico che rende il business remunerativo:
 - ▣ **Old economy: pochi prodotti, molti clienti, pdv fisico;**
 - ▣ **New economy: molti prodotti, pochi clienti per prodotto o variante di prodotto, nessun pdv fisico.**

DEM – il mercato dei venditori

- ▣ Old economy: venditori fisici, pdv (Feltrinelli, Ricordi)
- ▣ New economy: venditori IBRIDI senza pdv (Amazon)

DEM – Relazione tra ROI e notorietà

- ▣ Per chi opera nell'area della “coda lunga”:
 - il ROI aumenta all'aumentare della notorietà dei prodotti
 - il ROI diminuisce al diminuire della notorietà dei prodotti
- ▣ **Per lavorare nella coda lunga occorre creare e sostenere la notorietà del prodotto.**

DEM – Relazione tra ROI e notorietà

- ▣ Come si fa a creare e a sostenere la notorietà del prodotto per lavorare nella “coda lunga”?
Si possono utilizzare in modo creativo le tecniche di
 - comunicazione pubblicitaria classica,
 - il direct marketing, nelle sua varie forme.

DEM – la comunicazione col cliente

- ▣ Sino al 1995 ca.: per telefono e fax
- ▣ Dopo il 1995 ca.: per e-mail
- ▣ I siti vetrina sono finiti!
- ▣ La popolazione in età produttiva che lavora in ufficio utilizza internet come fonte principale di informazione
- ▣ Il massimo dell'attenzione è ottenuto quando l'individuo può lasciare una sua traccia sul web

DEM – la comunicazione col cliente

**INTERNET IN UFFICIO E' LA FONTE
PRINCIPALE DI INFORMAZIONE**

**LA MASSIMA ATTENZIONE E' CONCESSA
QUANDO SI LASCIA UNA TRACCIA SUL
WEB: DISCUSSIONI, BLOG**

DHL company

ricerca di mercato 2014

Regione	Media	N° utenti > 15 anni
<i>Lombardia</i>	42,5%	1,9 M
<i>Piemonte</i>	39,5%	1,5 M
<i>Toscana</i>	39,4%	1,2 M
<i>Liguria</i>	35,6%	0,5 M
<i>Italia</i>	36,8%	18,1 M

DEM

Il DEM è una forma di DM che utilizza la e-mail come mezzo di invio dei messaggi pubblicitari e di ogni forma di comunicazione strutturata via e-mail

DEM

La email varca la soglia della normale percezione di privato ed entra in quella di intimità.

Il messaggio email deve essere personale e perciò è escluso che possa essere generico.

DEM

- ▣ Tipi di e-mail:
 - E-mail promozionali
 - E-mail transazionali o “service”

DEM

E-mail promozionali:

- Presentazione,
- Invio cataloghi prodotto,
- Invio di coupon
- Invio di offerte e promozioni
- Lancio di prodotti
- Azioni di up-selling e cross-selling
- Messaggi pubblicitari in e-mail di altri
- Newsletter
- Cartoline elettroniche
- Corporate communique
- Press release
- Inviti ad eventi
- Sondaggi.

DEM

Email promozionali, la presentazione.

A causa delle norme sulla riservatezza, vi è ben poco spazio per utilizzare il DEM nel B2C

È più facile usare il DEM nel B2B

Anche nel B2B occorre rispettare alcune regole:

1. Titolo breve e intrigante
2. Messaggio breve da leggere in pochi secondi
3. Messaggio sincero
4. Offrire un vantaggio, anche immediato, come un gioco, una battuta, una vignetta ...
5. Far percepire la serietà dell'iniziativa
6. Far percepire il rispetto per il ricevente

DEM

Email promozionali, l'invio di cataloghi prodotto.

- ▣ Solo catalogo cartaceo
- ▣ Solo catalogo per web
- ▣ Combinazione di catalogo cartaceo con aggiornamenti per web (DEM)

Va bene anche nel B2B

DEM

Email promozionali, l'invio di coupon può essere utile ad acquisire più informazioni quando

- ▣ si disponesse del solo indirizzo email
- ▣ si avessero poche informazioni sui soggetti target

Come?

- ▣ Scarica e vinci magnifici premi
- ▣ Non sei ancora registrato a?
- ▣ Iscriviti e potrai avere un CV realizzato con i consulenti F&B

Va bene anche nel B2B

DEM

Email promozionali, l'invio di offerte e promozioni.

Occasione per proporre offerte: Feste di Natale, Vacanze, Festa della mamma, San Valentino, Halloween

Offrire un effettivo vantaggio (sconto, altro)

Va bene anche nel B2B

DEM

Email promozionali, il lancio di prodotti o servizi.

- ▣ Strumento diffuso
- ▣ Aspetto simile alle comunicazioni tradizionali
- ▣ Evitare filmati che di solito non si aprono

Va bene anche nel B2B

DEM

Email promozionali, le azioni di up-selling e cross-selling.

- ▣ Prodotti complementari a quelli già acquistati
- ▣ Facilitare l'acquisto:
 - No compilazione di form con propri dati
 - Si acquisto con un solo click

DEM

Email promozionali, l'inserimento di messaggi pubblicitari in e-mail di altri.

- ▣ Molte newsletter di successo si mantengono vendendo al proprio interno spazi pubblicitari
- ▣ Gli inserzionisti hanno costi contenuti
- ▣ Target specializzato

DEM

Email promozionali, gli inviti ad eventi.

- ▣ Inviti ad eventi direttamente connessi al tema della promozione
- ▣ Inviti ad eventi non connessi al tema della promozione

DEM

EVENTI DIRETTI

Vernissage di mostra d'arte per proporre l'arte stessa

*Seminario sull'utilizzo di fondi di finanziamento per la
formazione per promuovere i fondi stessi*

DEM

EVENTI SEMI DIRETTI

Vernissage di mostra d'arte per proporre il mercante d'arte

Seminario sull'utilizzo di fondi di finanziamento per la formazione per promuovere la formazione erogata con i fondi stessi o altra modalità di finanziamento o pagamento

DEM

EVENTI INDIRECTI

Vernissage di mostra d'arte per promuovere le relazioni necessarie a promuovere la formazione

Seminario sull'utilizzo di fondi di finanziamento per la formazione per promuovere la corporate image

DEM

- E-mail transazionali o “service”
 - Wellcome
 - Conferme di iscrizione, cancellazione da un servizio o newsletter
 - Assenza di prodotto
 - Avviso
 - Stato dell'ordine
 - Remember e-mail (ricordati la scadenza del ...)
 - Follow-up (download, vendita, scadenza garanzia, ...)
 - Assistenza tecnica
 - Informazioni contabili (fattura)
 - Auto responder o e-mail trigger generated
 - Sequenze di e-mail
 - Triggered e-mail

DEM

- E-mail transazionali o “service”, per comunicare lo stato dell’ordine, cioè lo stato di avanzamento, o di evasione , dell’ordine propriamente detto o del trattamento di una pratica, come la concessione di un finanziamento al consumo.

DEM

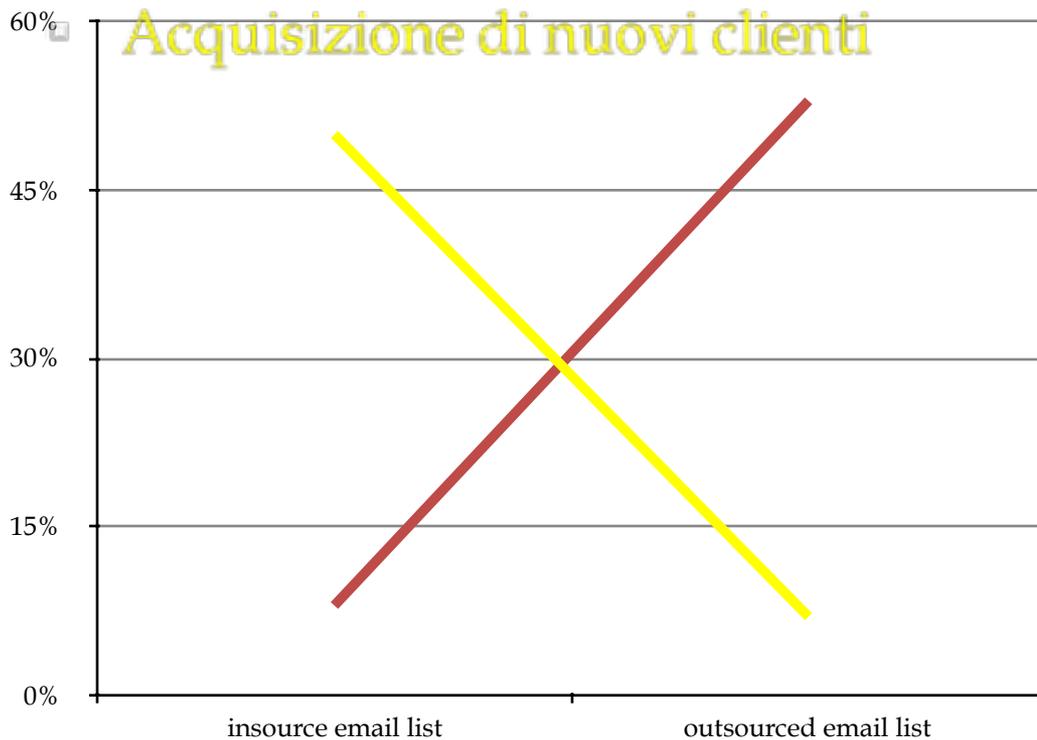
EMPATIA TELEFONICA

*EMPATIA NELLA RISPOSTA
EMAIL*

DEM

- Email promozionali a scopo di:
 - Acquisizione di nuovi clienti
 - Rafforzamento del branding
 - Fidelizzazione della clientela

DEM



— ottimi risultati
— pessimi risultati

Acquisizione
e dei
record del
data base:
insource e
outsource

DEM

Rafforzamento del branding

La conoscenza del brand fa sì che la email venga più facilmente aperta.

La conoscenza del brand si incrementa in ampiezza e profondità

Online con banner, sponsorizzazioni, Google ADWords
Offline con affissioni, spot TV e radio, mailing cartaceo,

Tipo di messaggio	Acquisizione	Branding	Fidelizzazione
<i>Email presentazione</i>	**	**	*
<i>Cataloghi</i>	*	*	***
<i>Invio di coupon</i>	*	*	***
<i>Invio di offerte e promozioni</i>	*	*	***
<i>Lancio nuovi prodotti</i>	*	*	***
<i>Up-selling, cross-selling</i>	*	*	***
<i>Pubblicità in email terzi</i>	***	**	*

Tipo di messaggio	Acquisizione	Branding	Fidelizzazione
<i>Newsletter</i>	*	*	***
<i>Cartoline elettroniche</i>	*	**	***
<i>Corporate communique</i>	*	***	*
<i>Press release</i>	*	***	*
<i>Eventi, inviti</i>	***	*	**
<i>Sondaggi</i>	**	**	***

DEM

- Precision and permission marketing

(Seth Godin, Permission Marketing: Turning Strangers into Friends and Friends into Customers, 1999)

DEM

- Precision and permission marketing :
- Precision = centrare l'obiettivo
- Permission = inviare solo a chi ce lo permette,
- No all'Interruption Marketing: spot TV, affissioni stradali, etc.).

DEM

NON DISPERDERE LE ENERGIE

RISPETTARE IL DESTINATARIO

DEM

PASSI DI UNA CAMPAGNA DEM

- 1 *Inserimento e acquisizione degli indirizzi dei destinatari*
- 2 *Profilazione dei destinatari*
- 3 *Composizione del messaggio*
- 4 *Test del messaggio*
- 5 *Invio del messaggio*
- 6 *Verifica dei risultati ottenuti*

DEM

Inserimento e acquisizione degli indirizzi dei destinatari

- 1 *Inseribili uno alla volta tramite form auto generato*
- 2 *Testo semplice*
- 3 *Excel*
- 4 *XML*
- 5 *WAB*
- 6 *DB ODBC*

DEM

Profilazione dei destinatari

- 1 *Indirizzo anagrafico*
- 2 *Telefono o fax*
- 3 *Email*
- 4 *Caratteristiche intrinseche del cliente*
- 5 *Caratteristiche soggettive del cliente [cioè criteri propri di segmentazione]*

DEM

Composizione del messaggio

- 1 *Tool di editing/composizione del messaggio: html, text, multipart*
 - 2 *Tool per inserimento condizionato al valore di uno o più parametri*
-

DEM

Test del messaggio	
1	<i>Sottolista di destinatari campione</i>
2	
3	
4	
5	

DEM

Invio del messaggio	
1	<i>Invio immediato</i>
2	<i>Invio differito</i>
3	<i>Segmentazione d'invio per esecuzione di test progressivi su sottosegmenti predeterminati</i>
4	
5	

DEM

Verifica dei risultati ottenuti

- 1 *Numero email inviate*
 - 2 *Numero email consegnate*
 - 3 *Bounce back (respinte)*
 - 4 *Numero email in html aperte*
 - 5 *Numero utenti che hanno clickato almeno un linklink cliccati*
 - 6 *Percentuali relative ai parametri di cui sopra*
-

DEM

Modalità ottenimento indirizzi email		
	<i>Legale</i>	<i>Illegale</i>
<i>1</i>	<i>Optin singolo</i>	<i>Optout</i>
<i>2</i>	<i>Optin doppio</i>	<i>Spam</i>

DEM

- ▣ Virtual optout
 - “Scan and read more”, opposto di “scan and discard”
 - Periodicità significativa ma non intrusiva
 - Proporre un effettivo vantaggio per il cliente
 - Dare la sensazione di reale affidabilità in tema di gestione dati e riservatezza

Pianificazione DEM campaign

1. Identificare l'obiettivo in termini qualitativi e quantitativi
2. Raccogliere le liste di destinatari
3. Analizzare la concorrenza
4. Definire la strategia di invio, budget e risultati attesi
5. Progettare messaggi, condizioni, frequenza
6. Procedere a fasi di test
7. Misurare i risultati ottenuti e correggere i progetti

I fattori da valutare per un servizio di “Mailing”

Costo per invio Email

- ☑ abbonamento/costo x Email

Deliverability

- ☑ percentuale di email “effettivamente” arrivate nelle caselle dei destinatari, in base al numero totale di email inviate, con la nostra campagna di newsletter

Server Esterni



Programmi per invio Newsletter

- <http://www.aweber.com>
- <http://www.mailup.it>
- <https://www.getresponse.com>
- <https://it.sendinblue.com>
- <https://mailchimp.com>

