



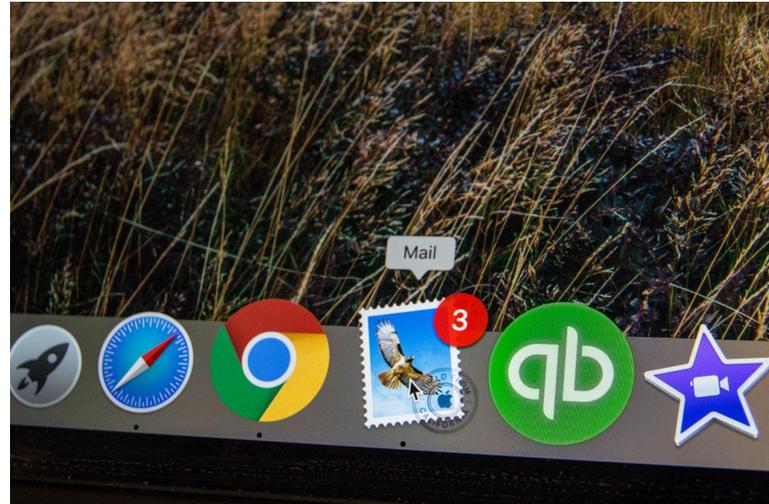
# NOTIZIE DIGITALI

PID - Punto Impresa Digitale / #04 - 04.2022

FOCUS MARKETING

## L'Email Marketing come aumentare l'engagement dei clienti

Guida pratica per ottimizzare la promozione  
aziendale tramite l'uso delle email



\*Photo by Stephen Phillips - Hostreviews.co.uk on Unsplash

**L'Email Marketing** è quell'attività che permette alle aziende, utilizzando lo strumento di posta elettronica (*email*), di fare marketing diretto verso i clienti già profilati, **aumentando** di conseguenza il **livello di engagement** con il Brand.

### EMAIL MARKETING: BEST PRACTICE



- **Destinatario:** possibilmente una persona
- **Profilazione dell'utente:** personalizziamo
- **Mittente:** indirizzo email chiaro, valido e funzionante
- **Oggetto della email:** chiaro, informativo, coerente e antispam
- **Contenuto della email:** breve, di facile comprensione e Call-to-Action
- **Utilità:** parliamo di vantaggi, non di sconti
- **Tone of Voice:** coerente con il brand (molto usata la seconda persona)
- **Formattazione del testo:** font, colori, titoli e paragrafi
- **Riferimenti importanti in calce:** sito, social, contatti, etc
- **Possibilità di discrivarsi:** studiato con attenzione
- **Lead Magnet:** "catturare l'utente"

### EMAIL MARKETING: BAD PRACTICE



- **Mittente:** inviare le email in ccn dal proprio profilo email gratuito.
- **Occhio allo spam:** usare maiuscolo, punti esclamativi, testi eclatanti, cifre, emoji.
- **Lo spauracchio "promozioni":** "offerta", "sconto", "saldi".
- **Contenuto utile:** utenti interessati, non necessariamente "caldi".
- **Dati:** i tool vanno bene, ma se non si controllano gli analytics (Funnel di Efficacia) vengono sfruttati solo in parte.

Esistono **diverse tipologie** di Email Marketing...

**\$ \$**  
**SALDI STAGIONALI**

**100**  
**PROMOZIONI**

  
**INFORMATIVA**

  
**REGALI**

...alle quali corrispondono dei **Lead Magnet** specifici, alcuni esempi:

% di sconto per  
autunno, inverno,  
primavera, estate,  
...

festività stagionali e  
annuali, eventi,  
compleanni dei clienti e  
dei loro famigliari, ...

un documento con dati  
utili frutto di ricerche  
aziendali, ...

un ricettario, un ebook,  
un webinar, ...  
gratuiti per il cliente

## FUNNEL DI EFFICACIA

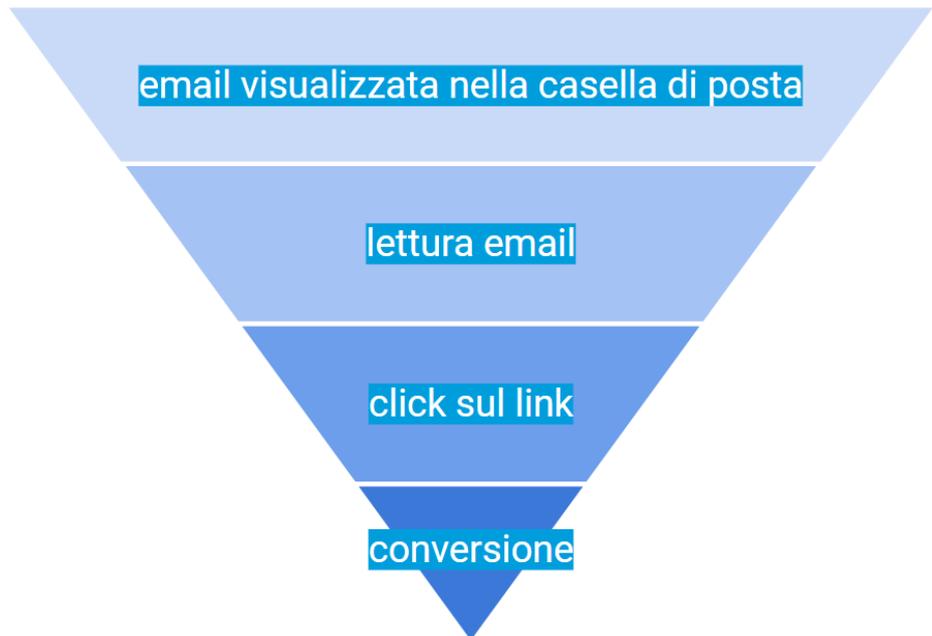
Attraverso lo studio del **Funnel di Efficacia**, l'azienda può comprendere quanto la propria attività di Email Marketing sia efficace o meno:

 **Tasso di consegna:** quante persone hanno ricevuto la mia email?

 **Tasso di apertura:** quante persone hanno aperto la mia email?

 **CTR (Click Through Rate):** quante persone hanno cliccato sui link presenti nella mia email?

 **Tasso di conversione:** quante persone hanno effettuato un'azione concreta?



## TOOLBOX

**Strumenti pratici  
per automatizzare  
l'Email Marketing**

I Tool per l'Email Marketing sono disponibili in italiano o solo in inglese e presentano diverse fasce di prezzo. Alcuni forniscono un piano gratuito fino a un numero massimo di email e/o numero di invii giornalieri. La scelta del Tool avviene in base alle necessità aziendali. Tra i più noti:

Mail Chimp: <https://mailchimp.com>

SendInBlue: <https://it.sendinblue.com>

Aweber: <https://www.aweber.com>

ConvertKit: <https://convertkit.com>

ActiveCampaign: <https://www.activecampaign.com/it>

GetResponse: <https://www.getresponse.com/it>

*di Giulia Bernini e Nicolò Mora*



Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte  
Servizio PID - Punto Impresa Digitale  
[www.pno.camcom.it/digitale/pid](http://www.pno.camcom.it/digitale/pid) - [pid@pno.camcom.it](mailto:pid@pno.camcom.it)