



# Un saluto da



**Elisa Crosara**

Marketing Communication Specialist



---

---

# Mail Marketing

comunicare efficacemente  
attraverso il Mail Marketing

---

---



# Il nostro tempo

40%

del tempo lavorativo



Persuadere  
Influenzare  
Convincere



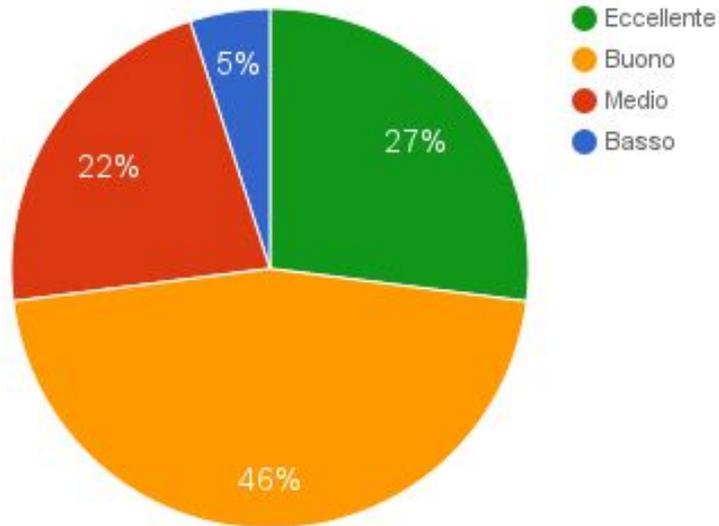
“Non riuscire a comunicare efficacemente nella propria attività professionale è l'autostrada verso il fallimento”

*Filippo Toso*



# L'email marketing funziona, eccome!

## Return On Investment



Il 55% delle aziende attribuisce all'EM **più del 14%** delle proprie vendite



# I nostri obiettivi

**S - Specific**

**M - Measurable**

**A - Achievable**

**R - Realistic**

**T - Time Related**



# Key Performance Indicator

Metriche importanti da tenere sotto controllo per capire se si sta lavorando nella giusta direzione.

- **marginale totale generato dalle vendite di un ecommerce**
- **numero di notti di soggiorno prenotate**
- **somma raccolta attraverso donazioni online**

Questo genere di KPI è “vicino al risultato”. In alcuni casi coincidono con l'obiettivo stesso



# Key Performance Indicator

Altre metriche sono definite “intermedie”

- Tasso di consegna delle newlsetter
- tasso di apertura delle newlsetter
- tasso di conversione del sito rispetto a un certo obiettivo
- il numero di condivisioni sui social network
- il numero di pagine lette
- Tasso dei click
- Tasso di cancellazione dalla mailing list



# Case History



*MailChimp*



# Usiamo strumenti professionali



Estremamente utile per gestire mail transazionali, nonché possibilità di integrarlo con sms e altre applicazioni



Più di 4milioni di utenti!  
Gratuito fino a 2000 iscritti  
Editor grafico integrato  
Template di alta qualità e responsive  
Interfaccia intuitiva



# Da dove iniziamo?

- Iscriviamoci alla newsletter dei nostri **competitor**
- Leggibilità, **testo corto** (inferiore a 250 parole)
- Richiamare **formato, logo colori e lay-out** del sito aziendale
- Carattere **grande**
- **Messaggio-chiave** visibile nella preview pane
- Utilizzare **toni personali** e nella forma attiva
- Usare **immagini di qualità** e originali ( una brutta immagine è l'equivalente di un brutto errore ortografico)
- Curare **ALT e link**

“Se non si rischiasse mai nella vita, Michelangelo avrebbe dipinto il pavimento della cappella Sistina” Neil Simon



# Case History



# Le 10 regole d'oro



# Grazie

[www.digitalmarketingclub.it](http://www.digitalmarketingclub.it)

[club@digitalmarketingclub.it](mailto:club@digitalmarketingclub.it)

