



Come costruire email performanti

Quali sono gli elementi di una comunicazione davvero efficace?

Argomenti

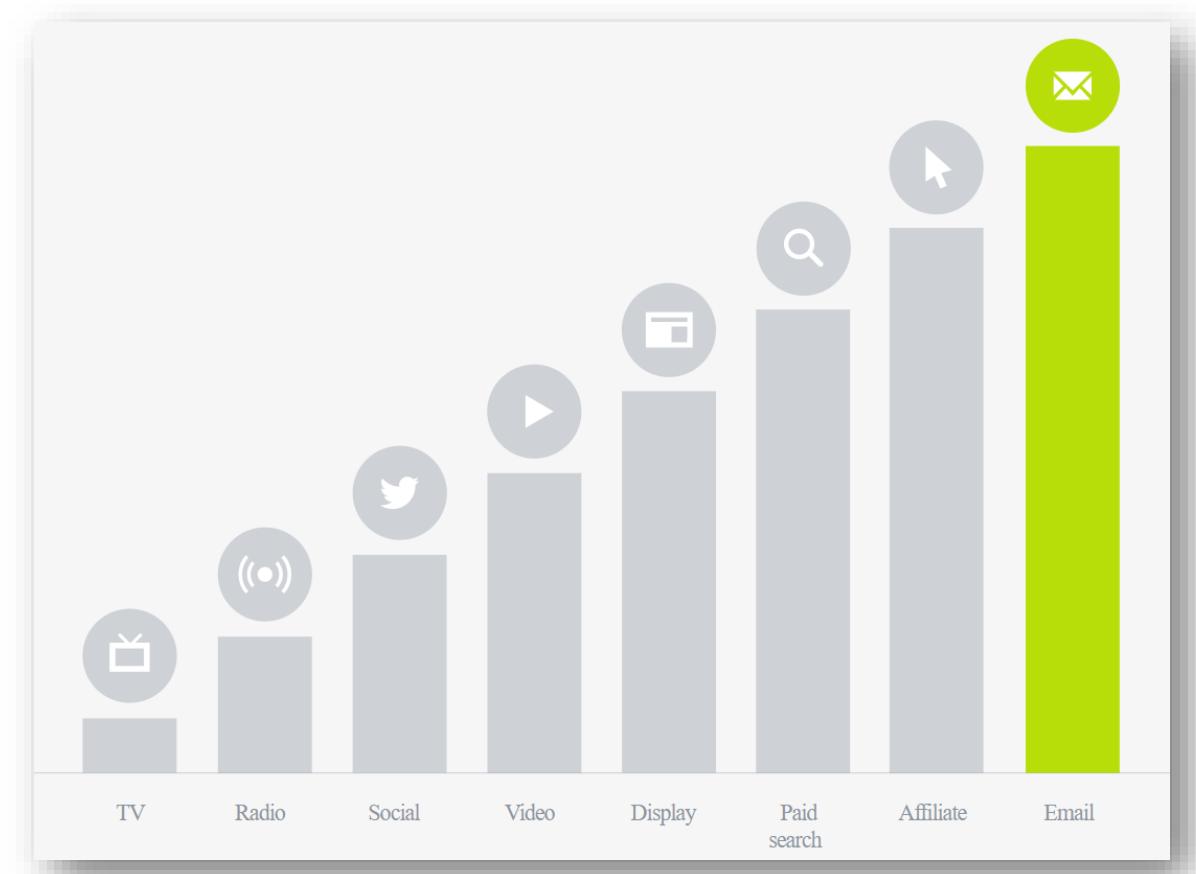
- L'Email Marketing
- Customer Journey
- Anatomia di un'Email
- Pillar di progettazione
- Elementi chiave
- Focus On: Deliverability
- Conclusioni e prospettive

Email Marketing

- Per ogni euro speso, l'email marketing genera 44 euro in ROI *
- L'email è 40 volte più efficace nell'acquisizione di nuovi clienti rispetto a Facebook o Twitter **

* Fonte VentureBeat

** Fonte McKinsey

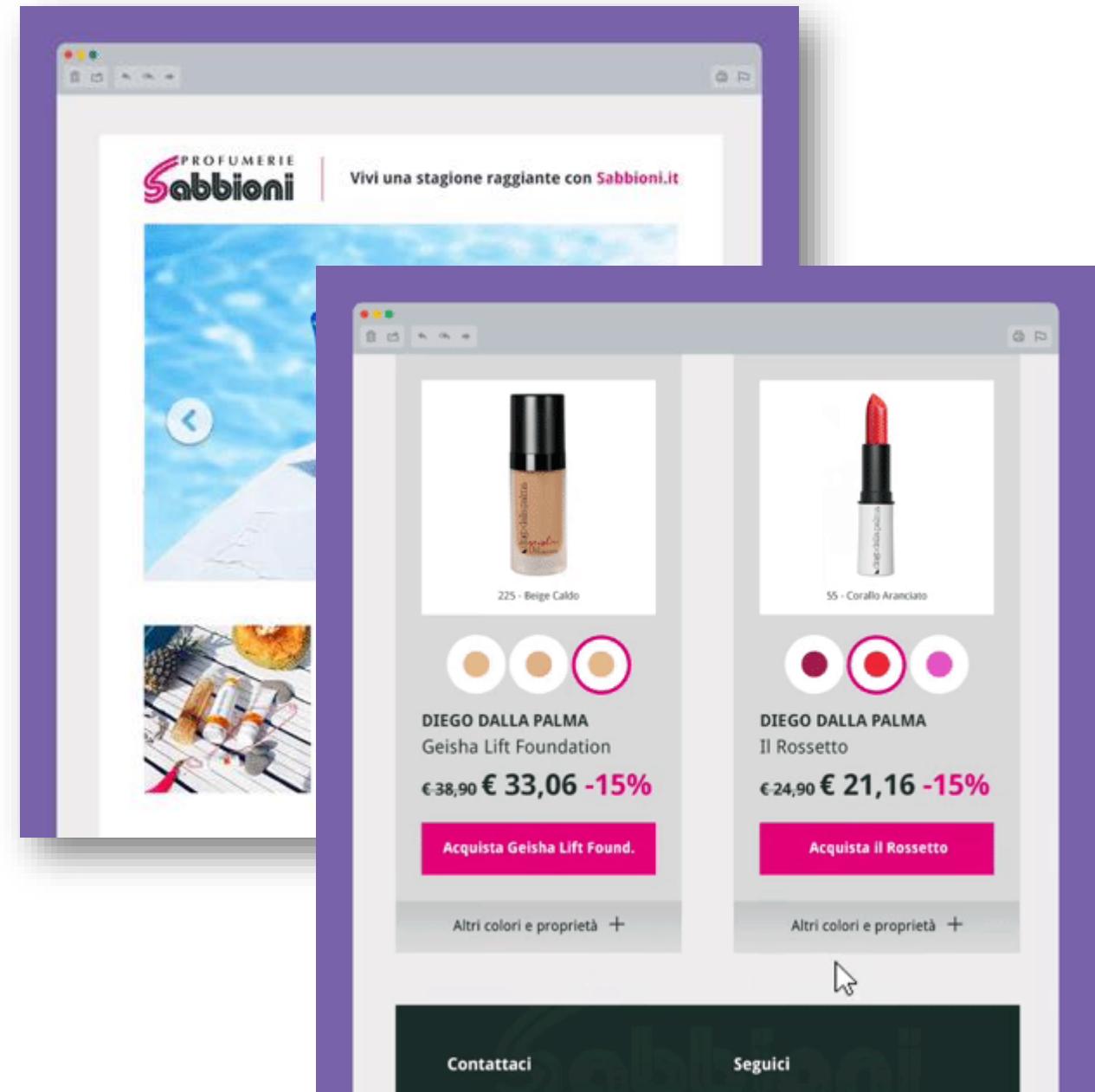


Email Marketing

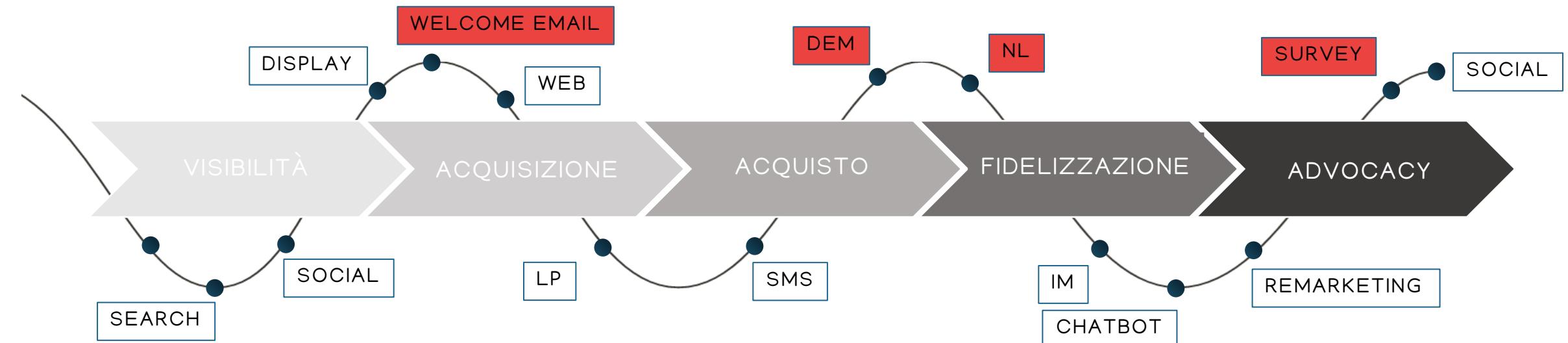
Il panorama dei clienti di posta elettronica continua a cambiare, fornendo nuove sfide e opportunità.

Lo stiamo iniziando a vedere nelle tendenze che si estenderanno a tutti i clienti di posta, come le Email AMP e la Modalità Dark.

<https://www.magnews.it/amp-for-email-email-marketing-gmail/>



Customer Journey



Anatomia di un'email

Link alla versione web

Preheader

Privacy
Cancellazione



Inoltra a un amico
Testata/Header

Menu/link

Body

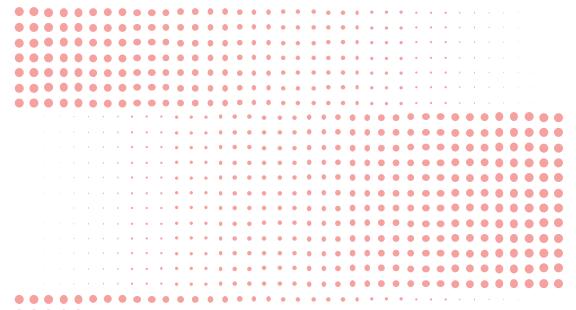
Footer

Engagement soci

Link di servizio
Condivisione

Pillar di progettazione

- Attenzione
 - Domande
 - Brevità
 - Esattezza
 - Coerenza
 - Rilevanza
 - Umanità
 - Sorpresa



Elementi chiave

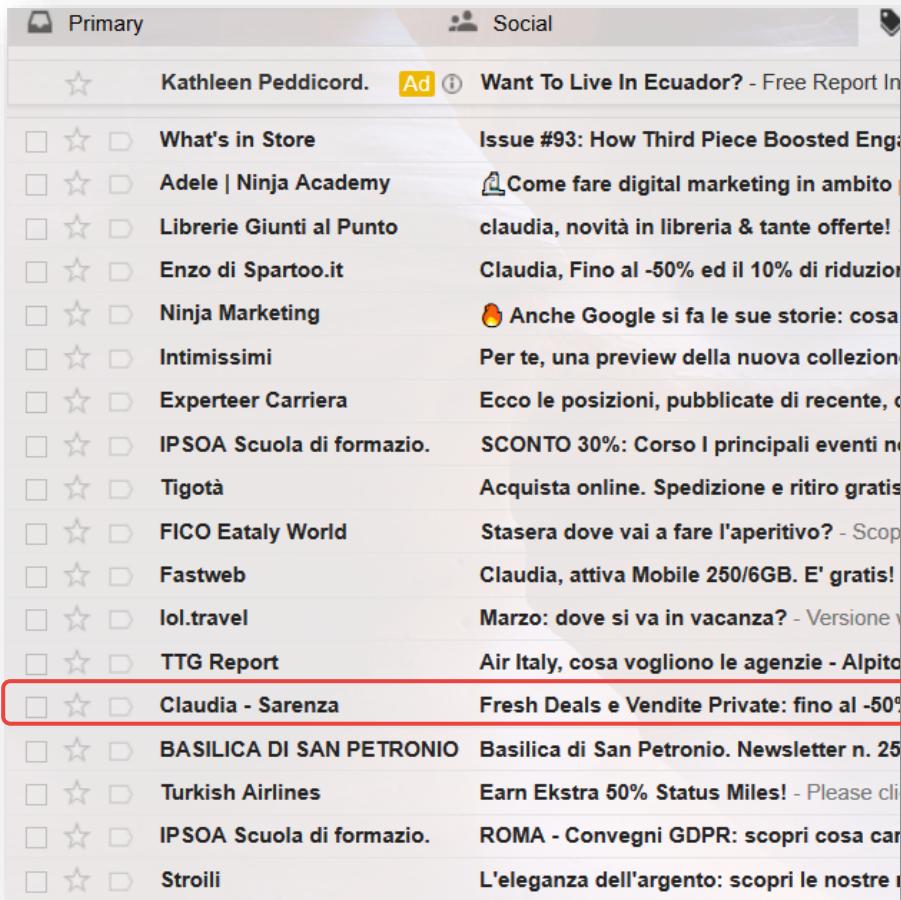
- Bilanciamento
 - Tone of voice
 - Subject
 - Pre header
 - Infoarchitettura
 - Personalizzazione
 - Call to action
 - Footer



The screenshot displays the Gambero Rosso website with several newsletter snippets and footer information:

- Top Newsletter:** "DALLA GDO ALL'HORECA QUANDO LA DISTRIBUZIONE DEL VINO È 4.0" (February 6, 2019)
- Second Newsletter:** "LA FORZA DEL TERRITORIO" (February 6, 2019)
- Sommaario (Table of Contents):**
 - RETAIL:** Non solo vendita. Dalla Gdo all'Horeca, le grandi insegne adesso puntano sulle nuove tecnologie
 - AMARONE:** Consumi in salita, candidatura Unesco e nodi prezzi: la Doc sfida il mercato. In primavera nuova governance
 - CLIMA:** Soi di Coterelle. "Caldo anomalo e inverno inesistente: così la vendemmia 2020 è a rischio"
 - DAZI:** Cessioni rassicurano i produttori: "Pericolo un po' più lontano", Hogan di muovo in missione a Washington
 - FINANZIAMENTI:** Creditor gap in calo: adesso le banche danno credito alle cantine al femminile. La ricerca Donne del Vino
 - FOCUS:** È quasi erga omnis per il Consorzio del Pinot Grigio delle Venezie: imbastigliamenti e 223 milioni
 - IMPRESA:** Ettore Nicoletto è il nuovo ed di Bertani Domaine. Santa Margherita si affida a Luca Merzatto
 - FRANCIA:** Vinexpo Parigi e Wine Paris pronti al debutto a due. Al via anche la Paris Week del Gambero Rosso
- Bottom Newsletter:** "IMPRESE VINCENTI" (February 6, 2019)
- Footer:**
 - Seguici su: [Facebook](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Instagram](#)
 - [Modifica le newsletter a cui sei iscritto](#)
 - Tutale della privacy/parole di riserva/etica. Gambero Rosso S.p.A. garantisce la massima riservatezza nei dati personali ai sensi del D.L. 39/2000, impegnandosi a non fornire a terzi e a promuovere alla

Mittente

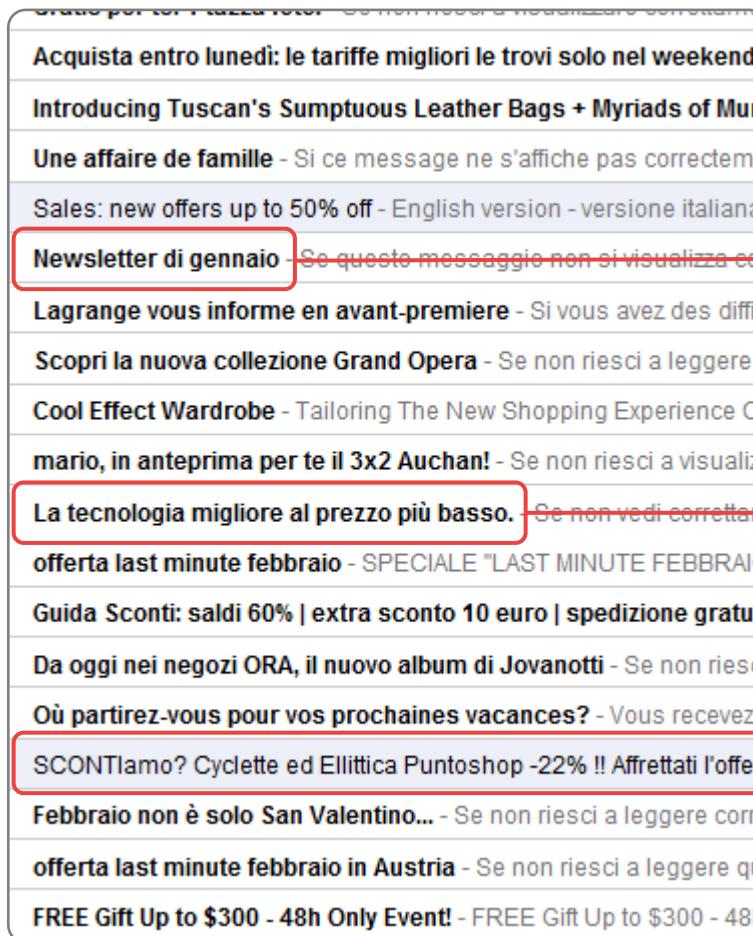


- Riconoscibile (e sempre lo stesso)
- Meglio se il nome del brand
- Evitare INFO e NOREPLY
- Usare un nome di persona - solo se è vero
- Coerenza tra ALIAS, indirizzo email e firma conclusiva
- Si può differenziare per tipologia di messaggio

Esempio:

MagNews Eventi
 MagNews Formazione
 MagNews Newsletter

Subject



Vanno creati oggetti non più lunghi di 60–70 caratteri, inserendo le parole chiave principali all'inizio del testo, perché la loro comprensione è più facile e rapida.



Bad case: Non dice nulla del contenuto



Bad case: troppo generico



Bad case: Troppo lungo, poco incisivo

Subject

- **La riprova sociale:** « *manchi solo tu / siamo già più di 1000* »
- **Inizia con una domanda:** vuoi sapere..?
- **Elenca i vantaggi**
- **Intima le scadenze**
- **Gioca sull'urgenza:** *Affrettati, ancora pochi posti disponibili*
- **Timing:** «Consigli per un aperitivo cool?» (inviata il venerdì alle 17.00)
- **Liste** (10 buoni motivi per...)

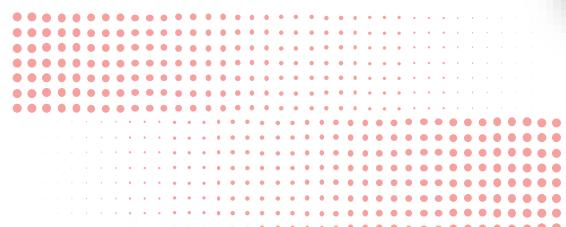
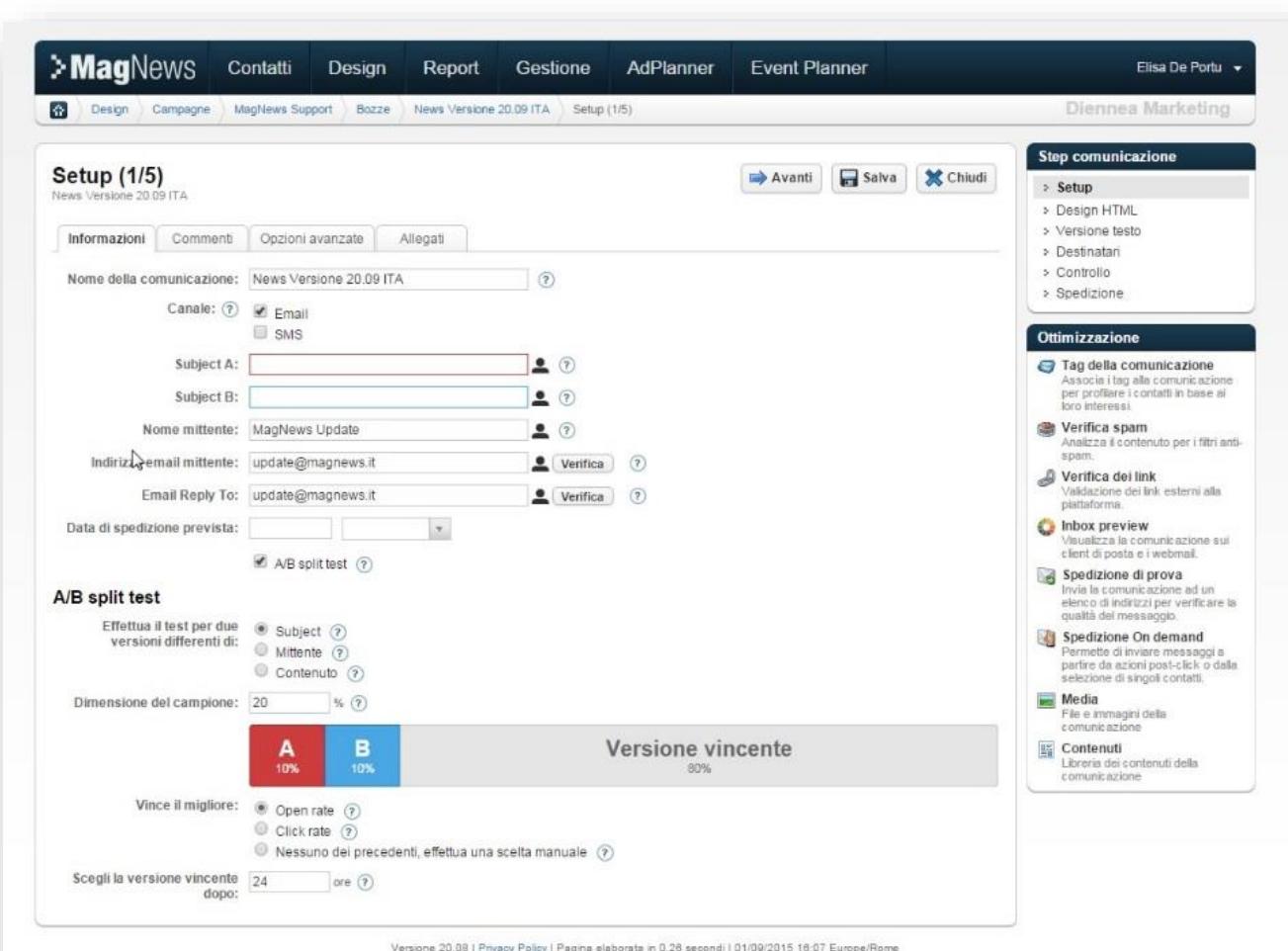


A/B Test

L'A/B test è l'invio di due versioni diverse dell'email a due campioni di destinatari.

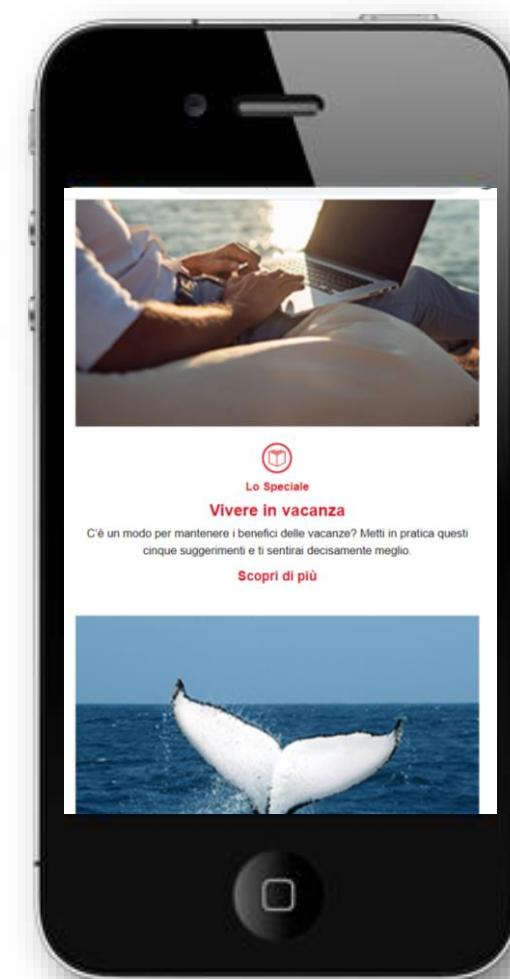
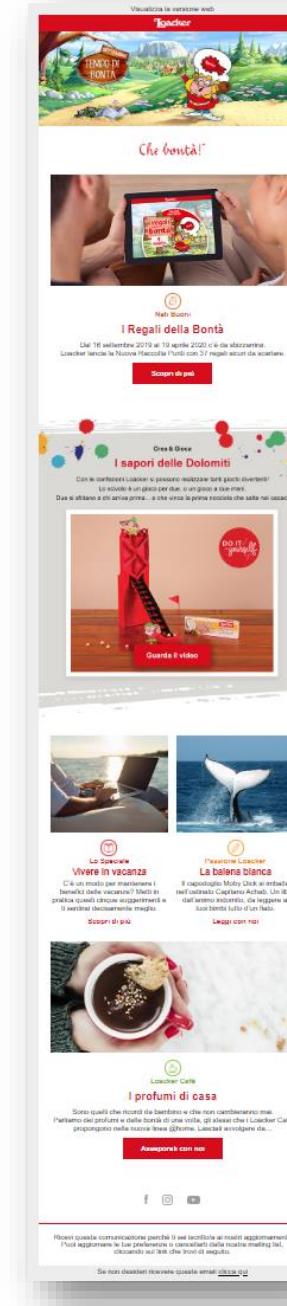
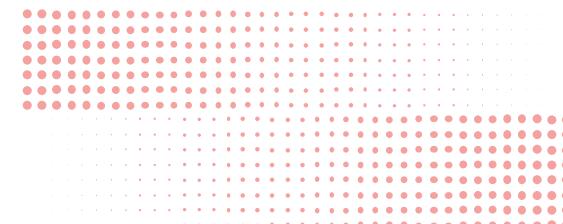
Le due versioni possono differire per una variabile: **subject, mittente o contenuto.**

In base ai risultati di questo test, la tecnologia consente di inviare automaticamente la versione della comunicazione che ha ottenuto i risultati migliori a tutti gli altri destinatari della spedizione.

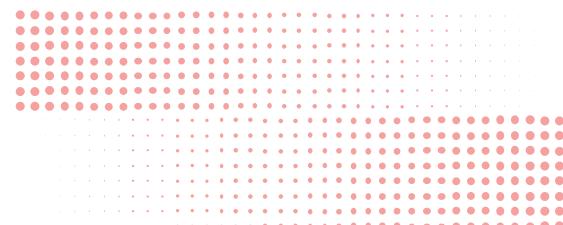
Template responsive

1. Il layout si adatta al formato nella così detta modalità «a cascata» (il 55% degli utenti aprono da mobile);
2. Le immagini e i contenuti a larghezza fissa si adattano alla dimensione, all'orientamento e alla risoluzione dello schermo;
3. È possibile nascondere gli elementi non essenziali;
4. L'interfaccia è più adatta alla modalità touch.



Versione mobile

- Oggetto:** più breve, più accattivante per cogliere subito l'attenzione (non 50 ma 35 caratteri, spazi inclusi);
- Contenuto:** testo più grande (14 – 16 px), contenuto più breve. Arrivare velocemente al punto: l'above the fold arriva molto prima. I link nel testo sono meno *toccabili* delle cta e comunque cercare di non metterli troppo vicini;
- CTA:** a misura di dito, spazio bianco attorno. 44px;
- Immagini:** scaricarle è costoso e lungo. Ricordare gli alt;
- Larghezza:** max 320 px, una colonna sola;
- N. di telefono** ([](tel:+393490000000)) **cliccabile**



Design e immagini

Larghezza consigliata per desktop 600 pixel.

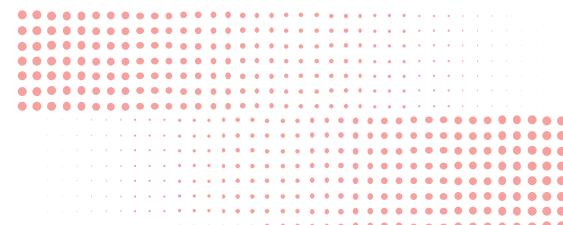
Privilegiare la leggibilità: sfondi bianchi.

Immagini belle, leggere, comunicative.

Corretto bilanciamento tra immagini e testo.

Font Web Safe (Arial, Comic Sans, Courier New, Georgia, Impact, Palatino, Tahoma, Times New Roman, Trebuchet MS, Verdana)
Se non usate i web safe font inserite dei fallback.

Ricordate di inserire l'ALT TAG!
(per chi ha il blocco immagini)



The Gift of Kings®
Unparalleled Excellence

DISCOVER THE COLLECTION

WOMAN

MAN

Loro Piana s.p.a. - company subject to the direction and coordination of LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton S.G.R. (Parigi) - Headquarter Office: Corso Matteotti 10 - 15100 Padova (Veneto) Italy - Tel. +39 049 201111 - fax +39 049 420099 - www.loropiana.com - Share Capital € 40,000,000 fully paid-in - Tax code and registration number: 02075000132 in the Registry of Companies of Veneto - Vat ID: 0181140027
UNIVERSAL

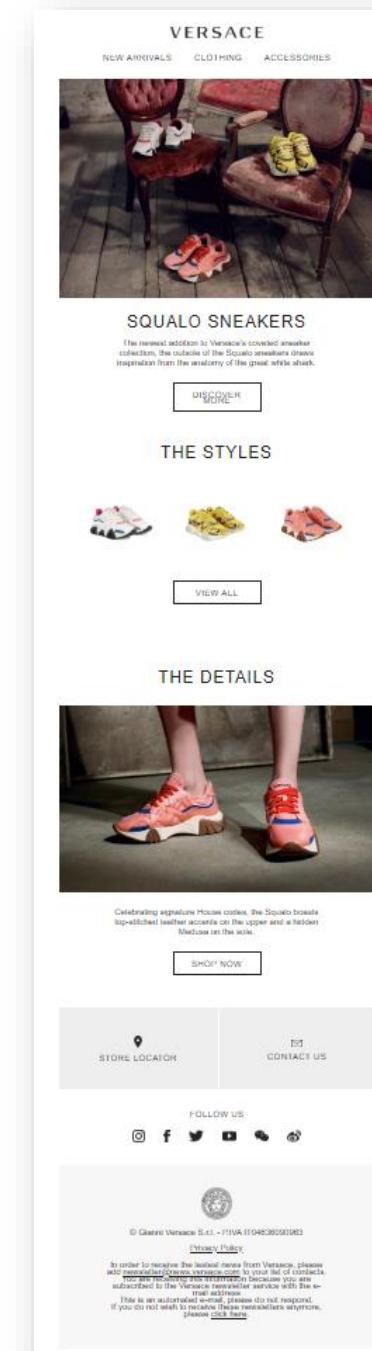
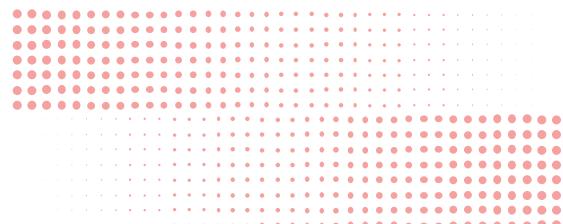
Call to action

I punti di chiamata all'azione (call to action) dovrebbero essere evidenziati da pulsanti, bottoni, immagini a prova di touch (tap this).

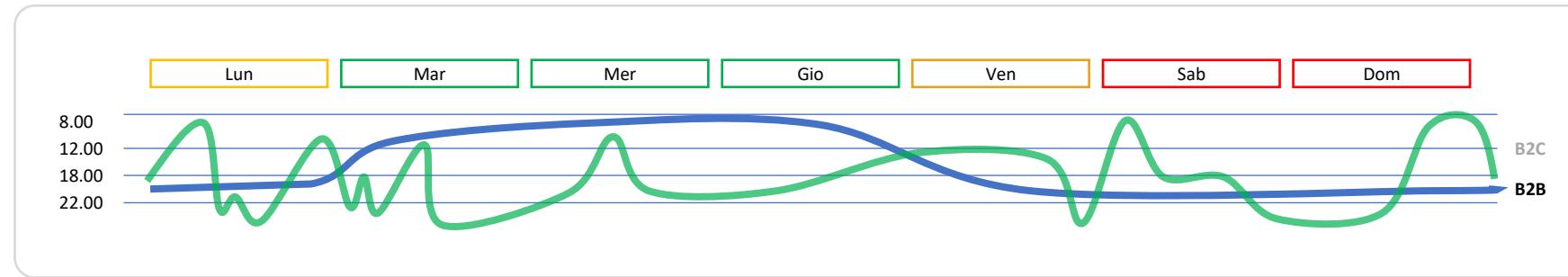
L'azione è descrittiva (Scarica, Leggi, Aggiungi al carrello).

Si possono inserire all'inizio e alla fine del messaggio.

Coerenza tra CTA e Landing Page.



Il momento giusto



Il ciclo di vita di un messaggio email dura in media 3 giorni, con il picco **nelle prime 12 ore**
(il 50% delle aperture avviene entro 12 ore dall'invio, il tasso sale al 70% entro le 24 ore e supera il 90% entro 3 giorni)

Gli utenti professionali seguono in massima gli orari d'ufficio, gli utenti consumer aprono 24 ore su 24 tutti i giorni

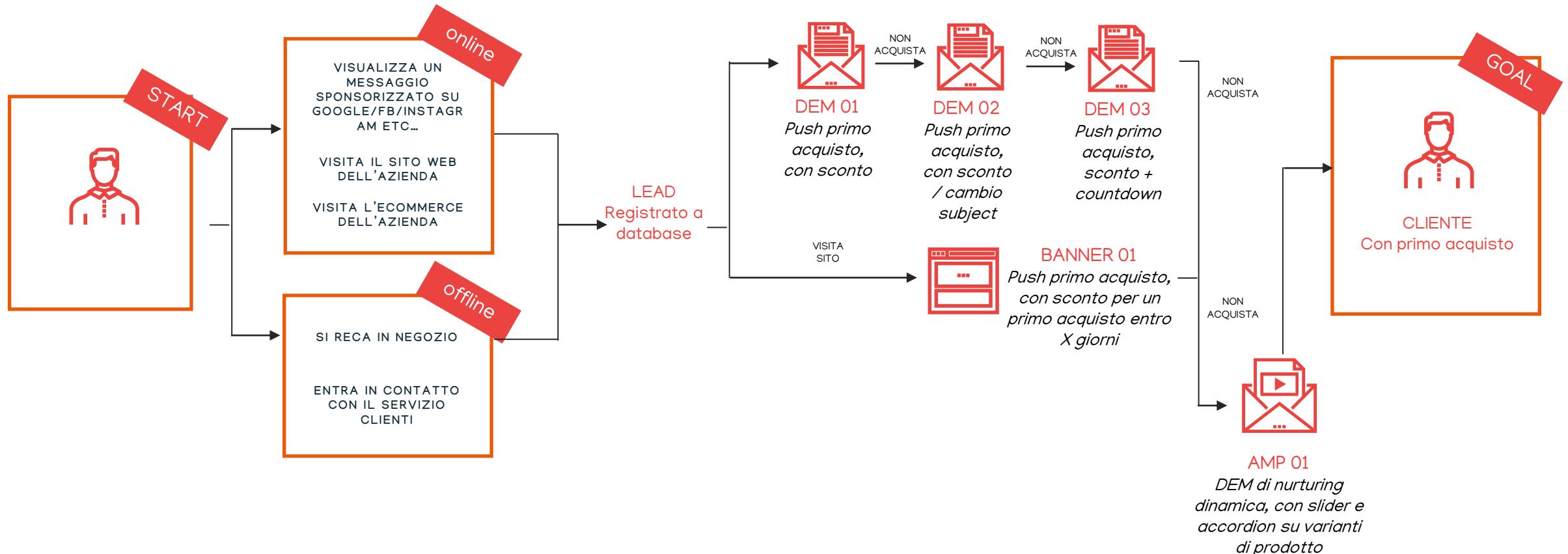
Evitiamo comunque lunedì mattina, week end (da venerdì pomeriggio), festività varie, e attenzione ai fusi orari

Attenti alle stagionalità... Approfondiamo i cicli di vita delle offerte, dei prodotti

Allora, quando spedire??? Il martedì è il giorno col più alto tasso medio di aperture, ma DIPENDE è la risposta giusta



Il momento giusto



KPI



 Campaign Monitor

INDUSTRY AVERAGES

	OPEN RATE	CLICK-THROUGH RATE	CLICK-TO-OPEN RATE	UNSUB RATE	BOUNCE RATE
Advertising and Marketing Agencies	19.30%	2.60%	13.30%	0.20%	1.10%
Agriculture, Forestry, Fishing & Hunting	20.50%	3.50%	17.10%	0.20%	0.50%
Automotive and Aerospace	12.60%	1.20%	9.80%	0.20%	0.80%
Construction, Contracting, and Manufacturing	22.40%	3.20%	14.00%	0.30%	2.20%
Consumer Packaged Goods	14.50%	1.60%	10.90%	0.10%	0.40%
Education	23.40%	3.00%	12.70%	0.20%	1.10%
Engineering, Architecture and Design	20.40%	3.00%	14.80%	0.20%	1.10%
Financial Services	20.20%	2.50%	12.40%	0.20%	1.20%
Food and Beverage	13.00%	1.20%	8.90%	0.10%	0.30%
Government	30.50%	4.10%	13.40%	0.20%	1.30%
Healthcare Services	19.70%	2.70%	13.70%	0.20%	1.00%
IT / Tech / Software Services	17.60%	2.50%	14.30%	0.20%	0.90%
Logistics and Wholesale	18.90%	2.20%	11.70%	0.30%	1.20%
Media, Entertainment, and Publishing	18.10%	3.10%	16.90%	0.10%	0.40%
Nonprofit	25.20%	2.60%	10.30%	0.20%	1.00%
Other	19.10%	2.40%	12.40%	0.20%	1.10%
Professional Services	18.00%	1.80%	9.90%	0.20%	0.80%
Real Estate, Design and Construction Activities	19.90%	3.60%	17.70%	0.20%	1.40%
Retail	13.90%	2.10%	15.20%	0.10%	0.40%
Travel, Hospitality, and Leisure	15.70%	1.60%	10.20%	0.10%	0.50%
Average	17.80%	2.60%	14.30%	0.10%	0.70%

Focus On: deliverability

La Deliverability è la capacità delle email di raggiungere la inbox dei destinatari, superando filtri e blocchi impostati da parte dei fornitori di posta elettronica, dai sistemi anti-spam o dai singoli contatti, ed è una responsabilità condivisa tra quattro attori:

- **Mittente** e la sua strategia di email marketing (acquisizione e gestione dei contatti, contenuti, volumi, frequenza)
- **Email Service Provider (ESP)** che deve garantire requisiti tecnici e funzionalità necessari per una corretta gestione della deliverability.
- **Internet Service Provider (ISP)** e strutture genericamente correlate (filtri anti-spam, Blacklist). Usano algoritmi sempre più raffinati per segnalare i messaggi non appropriati e per identificare chi fa Spam. Valutano non solo i contenuti, i requisiti tecnici, ma anche la frequenza, i volumi e soprattutto il comportamento dei destinatari.
- **Destinatario**, che può riconoscere o meno il mittente, accettare il messaggio come desiderato o segnalarlo come spam.



Buona reputazione



Email Authentication

Le tecnologie di Email Authentication aiutano a verificare la propria “identità” presso gli Internet Service provider e sono dunque considerate dei “must have” per chi fa Email Marketing e vuole tutelare il proprio brand.

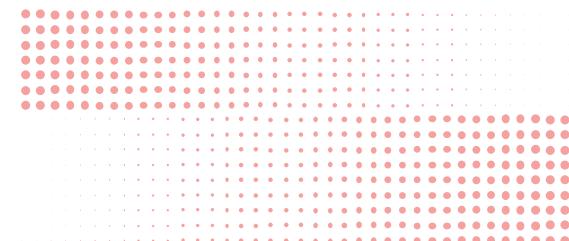
Le tecnologie principalmente in uso sono tre:

- **SPF o Sender Policy Framework**, consente di specificare quali IP sono autorizzati a inviare email per conto di un dominio. Il server ricevente interroga quindi il DNS del dominio del mittente per verificare che l'IP da cui l'email proviene sia tra quelli autorizzati. Se non lo è, il messaggio potrebbe essere rifiutato oppure segnalato come spam.
- **DKIM o DomainKeys Identified Mail**, è una tecnologia di firma utilizzata per associare un dominio a un'email, rendendo possibile certificare che il contenuto dell'email è stato inviato dal dominio stesso.
- **DMARC o Domain-based Message Authentication, Reporting and Conformance**, si aggiunge agli altri standard di autenticazione nati per contrastare gli attacchi ai danni degli utenti (SPF e DKIM), andando a coordinare la risposta dei provider ad eventuali errori e/o fallimenti degli altri standard di autenticazione.



Conclusioni

- Per avere successo nel 2020 e oltre, non ci si può più permettere di rimanere nei propri **silos di canali**, perché non è così che gli utenti si interfacciano con i Brand;
- Occorre concentrarsi sul **percorso del cliente**, perché se ci si concentra sul singolo canale di marketing, il percorso dell'utente risulterà frammentario;
- L'**interattività** sarà la prossima grande novità nel settore della posta elettronica mentre un altro aspetto importante sarà legato alla **sicurezza delle email**. Questi due fattori regoleranno lo sviluppo del design dell'interazione in questo canale.
- La ricerca di personale e partner competenti in email marketing crescerà ulteriormente, perché le aziende stanno realizzando che le persone che si occupano operativamente della tecnologia a supporto delle campagne non possono essere le stesse che disegnano la strategia, supervisionano il piano editoriale o analizzano i risultati.



I nostri clienti, i nostri partner.

Qualsiasi progetto tu abbia in mente, cerchiamo sempre la soluzione migliore.



I nostri strumenti.



Grazie!

 Faenza
Viale G. Marconi 30/14 – 48018

 Milano
Via Donatello 30 – 20131

 Paris – France
Rue De La Paix 7 – 75005

tbd.it

info@tbd.com

Tel. (+39) 0546 066100

t.bd
think. by diennea



Richiedi una consulenza



Iscriviti alla Tribe



Iscriviti alla Newsletter

