



Web Marketing

E-Mail Marketing

Data: 2007-04-30 | Categoria: [Web Marketing](#)

L'e-mail marketing è l'invio di informazioni, commerciali, a destinatari mirati e con un profilo molto preciso. E' inoltre uno degli strumenti di web marketing più usati per promuovere la propria attività e i propri servizi.

L'e-mail marketing permette di raggiungere molteplici obiettivi:

- stimola l'interesse verso un prodotto o un servizio;
- spinge l'utente all'azione;
- crea un rapporto diretto e personale con l'utente, ricompensando i clienti (promozioni, buoni sconto, ecc) e li spinge alla fidelizzazione;
- permette di avere delle indicazioni sul profilo dei propri utenti;
- verifica il ROI delle varie campagne di e-mail marketing.

Con il termine di e-mail marketing si includono tutte le fasi ad esso relative: dalla creazione di un database contatti fino all'invio dell'e-mail promozionale, ovviamente passando per la redazione del corpo dell'e-mail.

COME SCRIVERE UNA E-MAIL EFFICACE

E' chiaramente palese come l'efficacia di una campagna di web marketing dipenda da vari fattori:

- target degli utenti a cui ci si rivolge;
- contenuto dell'e-mail.

Il target degli utenti a cui ci si rivolge è la base per instaurare un rapporto diretto e fidelizzato con il proprio utente. Raccogliere adesioni alla newsletter attraverso il proprio sito web permetterà di avere utenti realmente interessati ai contenuti delle nostre e-mail promozionali: infatti un utente che non è interessato non avrà il minimo interesse a vedersi arrivare e-mail che cestinerebbe all'istante.

Il contenuto dell'e-mail deve essere studiato con precisione. L'oggetto dell'e-mail deve catturare l'attenzione del destinatario. E' una regola che potrebbe apparire scontata, ma bisogna considerare che ogni giorno un utente riceve decine di e-mail spam e si vede costretto a decidere quali leggere e quali eliminare. Il criterio di questa scelta si basa sull'interesse suscitato dal titolo dell'e-mail: è necessario incuriosire l'utente, stimolarlo e dargli il più possibile spendendo poche parole.

Il contenuto del messaggio deve avere un valore reale ed informativo per l'utente. Per leggerlo totalmente,

occorre che l'utente lo percepisca utile, concreto e vicino ai propri interessi.

La forma e lo stile del messaggio devono essere grammaticalmente corretti, in uno stile informale ma educato. Molto importante è la formattazione dell'e-mail: è bene usare il grassetto e il corsivo per sottolineare parti importanti, ma ovviamente senza esagerare. Sconsigliato invece l'uso del sottolineato, se non per i link.

STRUTTURARE UNA CAMPAGNA DI EMAIL MARKETING

Attenzione e pianificazione sono alla base di una buona riuscita delle campagne di e-mail marketing. E' possibile evidenziare tre momenti principali:

1. **PROFILAZIONE.** E' il momento in cui si creano le liste dei destinatari delle proprie e-mail. Occorre dividere attentamente tali destinatari tenendo in considerazione efficaci criteri di selezione, che spesso non sono validi universalmente, e portano a differenti interessi, come ad esempio dati anagrafici, professioni, ecc;
2. **INVIO.** E' la fase di spedizione dell'e-mail, Può sembrare un punto estremamente semplice, ma va ricordato che prima dell'invio vero e proprio è sempre bene controllare la pesantezza dell'e-mail che ci si accinge a spedire. Questa precisazione è basata essenzialmente sulla paura degli utenti che la posta pesante possa contenere dei virus;
3. **MISURAZIONE.** E' la fase in cui bisogna misurare i risultati raggiunti. E' possibile analizzare e studiare le impression (numero di utenti che hanno letto il messaggio), il click-through e il comportamento dell'utente sul sito web.

CREARE UNA NEWSLETTER

Una newsletter è una sorta di bollettino, con il quale le aziende comunicano le proprie novità, offerte, promozioni, ecc. Prima di creare una newsletter occorre tenere a mente alcuni punti:

- il destinatario deve richiederla esplicitamente;
- il mittente può usarla solo per inviare notizie, comunicati, offerte commerciali;
- può essere gratuita o a pagamento (ma decisamente meglio gratuita);
- può essere di solo testo o con contenuto HTML

Nello scrivere una newsletter è bene tenere sempre a mente chi sono i destinatari, quali sono le loro esigenze, le loro caratteristiche, i loro problemi.

Una newsletter dovrebbe adempiere a questi obiettivi:

- informare l'utente;
- assistere l'utente, fornendo un supporto anche pratico;
- creare fiducia nell'utente sulle vostre competenze e capacità;
- spingere gli utenti a rivolgersi direttamente a voi per gli acquisti.

Una volta deciso l'argomento della newsletter, bisogna scrivere un titolo descrittivo ma breve, incisivo e che colpisca nel segno. Mantenere lo stesso layout fra le newsletter inviate facilita il reperimento di informazioni da parte degli utenti.

Infine, occorre inserire nella newsletter una nota di copyright dove si informa di rispettare i dati personali degli utenti e, molto importante, un link per la cancellazione da parte dell'utente alla newsletter, ovviamente il massimo, per una buona newsletter, si ottiene quando questo non viene mai cliccato.