

GESTIONE D'IMPRESA

di STEFANO DONATI

Suggerimenti per migliorare l'e-mail marketing

Quali sono i segreti per attirare l'attenzione del cliente? Personalizzazione, segmentazione, apprezzamento ed estetica del messaggio.

Il marketing digitale ha dimostrato il suo immenso valore nell'ultimo anno e l'e-mail marketing è stato uno strumento particolarmente prezioso per rendere concreta la teoria. Questa considerazione, tuttavia, vale solo per chi approccia in modo professionale clienti esistenti e potenziali. Per ottenere risultati soddisfacenti è necessario familiarizzare con le **buone pratiche che introducono 2 concetti chiave** : per muovere un cliente all'azione è necessario **prospettare un vantaggio reale** e, ancora prima, per portarlo a leggere il messaggio, bisogna **incuriosirlo** . Alcuni suggerimenti concreti, alla portata di tutti, aiutano ad attrarre e conquistare il proprio pubblico di riferimento. Vediamoli.

Personalizzazione = Forte impatto - Riceviamo continuamente e-mail da aziende di vario genere, la maggior parte delle quali non sembra nemmeno destinata a noi. Le e-mail generiche hanno un impatto debole e vengono normalmente cestinate. Nessuno ama leggere e-mail generiche e difficilmente l'invito all'azione avrà un seguito. Bisogna assicurarsi di inviare informazioni coerenti agli interessi del target, in modo che ottengano attenzione e soddisfino esigenze sentite. Per raggiungere la massima efficacia, inoltre, è necessario includere il **nome del destinatario** , in modo da non essere qualificate come *spamming* .

Suddividendo il proprio database in gruppi omogenei, un buon inizio potrebbe essere: " *Buongiorno Mario, le scrivo oggi perché ho attivato un nuovo servizio pensato per chi, come lei, lavora nel settore del*€ *Tra i vantaggi che avrà il più immediato è*€ *".*

I vantaggi dell'automazione - Chi ritiene che la **segmentazione** sia un'attività troppo complicata a causa del numero di soggetti presenti nella propria lista, sappia che non deve fare tutto da solo. Come molte azioni di marketing digitale, l'automazione sta diventando sempre più importante per l'e-mail marketing. Questo non solo aiuta a rendere questo strumento più efficace, ma contiene anche il **tempo per la creazione dei messaggi** . L'automazione è la chiave per personalizzare le e-mail, senza dedicarci troppo tempo e garantisce che queste missive riflettano gli interessi e i comportamenti di ogni persona. Ad esempio, un modo comune per automatizzare l'e-mail marketing consiste nell'inviare una proposta specifica quando il cliente fa richieste frequenti e ricorrenti (visione del bilancio, analisi di redditività, ecc.). Un segnale diventa per il professionista lo stimolo per attivarsi in una certa direzione.

Design che attira l'attenzione - Sebbene il contenuto sia ovviamente l'aspetto più importante, non è l'unico elemento che genera l'e-mail perfetta. Esattamente come per il sito web, anche per le e-mail **l'estetica concorre a predisporre positivamente il ricevente alla lettura** . Per molte persone conferire un aspetto professionale equivale a rendere le e-mail insignificanti e prive di qualsiasi colore o design. E' un errore. Bisogna invece coinvolgere gli utenti senza distrarli dai contenuti: un equilibrio assai precario che, per chi si sente privo di doti creative, prevede l'intervento di un esperto nel web-marketing.

Usare le e-mail per mostrare apprezzamento - Il 99% delle e-mail che ci arrivano ha un obiettivo ben definito: provare ad appiapparci qualcosa. Anche quando i prodotti o i servizi promossi possono effettivamente avvantaggiarci, essere costantemente spinti a comprare diventa oppressivo. A volte, è meglio mostrare unicamente il proprio apprezzamento. Come farlo? Ad esempio, inviando un' e-mail con la quale si celebra l'anniversario di un rapporto di lavoro o si inviano semplici auguri di onomastico. **E' bello essere apprezzati di tanto in tanto** e non essere considerati solo come un limone da spremere.

L'uso di questi accorgimenti aumenterà la vostra incisività.