

# DIGITAL PRO

di **DAVIDE ARMARI**  
*DIGITAL MARKETING SPECIALIST*

**CAPITOLO 5**

**COME APPLICARE L'EMAIL  
MARKETING AL TUO BUSINESS**

# LA STRATEGIA DI EMAIL MARKETING PERFETTA

Dopo aver seguito l'ultimo capitolo, sono più che fiducioso che tu capisca che viviamo in un mondo davvero social.

Il fatto che tu sia qui probabilmente lo conferma.

Ad ogni modo, con l'aumentare dell'importanza dei social media e di app di chat, molti "cosiddetti" esperti di marketing hanno previsto la fine delle e-mail.

**Non crederci!**

**L'Email Marketing è viva e vegeta.**

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business



EMAIL  
MARKETING

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Indipendentemente dalle voci, l'e-mail non è affatto "morta" e se sai come usarla, **ti aiuterà a far crescere esponenzialmente la tua attività.**

Con questo in mente, in questo capitolo esamineremo le basi dell'email marketing, inclusi i metodi, le metriche, il gergo che devi conoscere e chi nel tuo team dovrebbe gestire l'email marketing.

Ma prima, diamo un'occhiata al ruolo svolto dalla posta elettronica in un'azienda in crescita.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# IL RUOLO DELL'EMAIL MARKETING NEL TUO BUSINESS

L'email marketing può essere utilizzato per il branding, il coinvolgimento, l'acquisizione, la fidelizzazione, la vendita diretta, la riattivazione, la generazione di traffico e l'ottenimento di referral.

Questi casi di utilizzo rendono l'email marketing uno degli strumenti più versatili che qualsiasi azienda può utilizzare per far crescere la propria attività.

Ma è importante capire **perché utilizziamo l'email marketing.**

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Ciò che desideriamo dall'email marketing strategico è prima di tutto profitto e crescita, ma lo otteniamo in modo indiretto.

**In pratica lo scopo dell'email marketing è spostare i tuoi clienti da una fase del "Customer Value Journey" a quella successiva.**

L'obiettivo dell'e-mail è assistere e accelerare il passaggio di un cliente da una fase all'altra del percorso del valore.

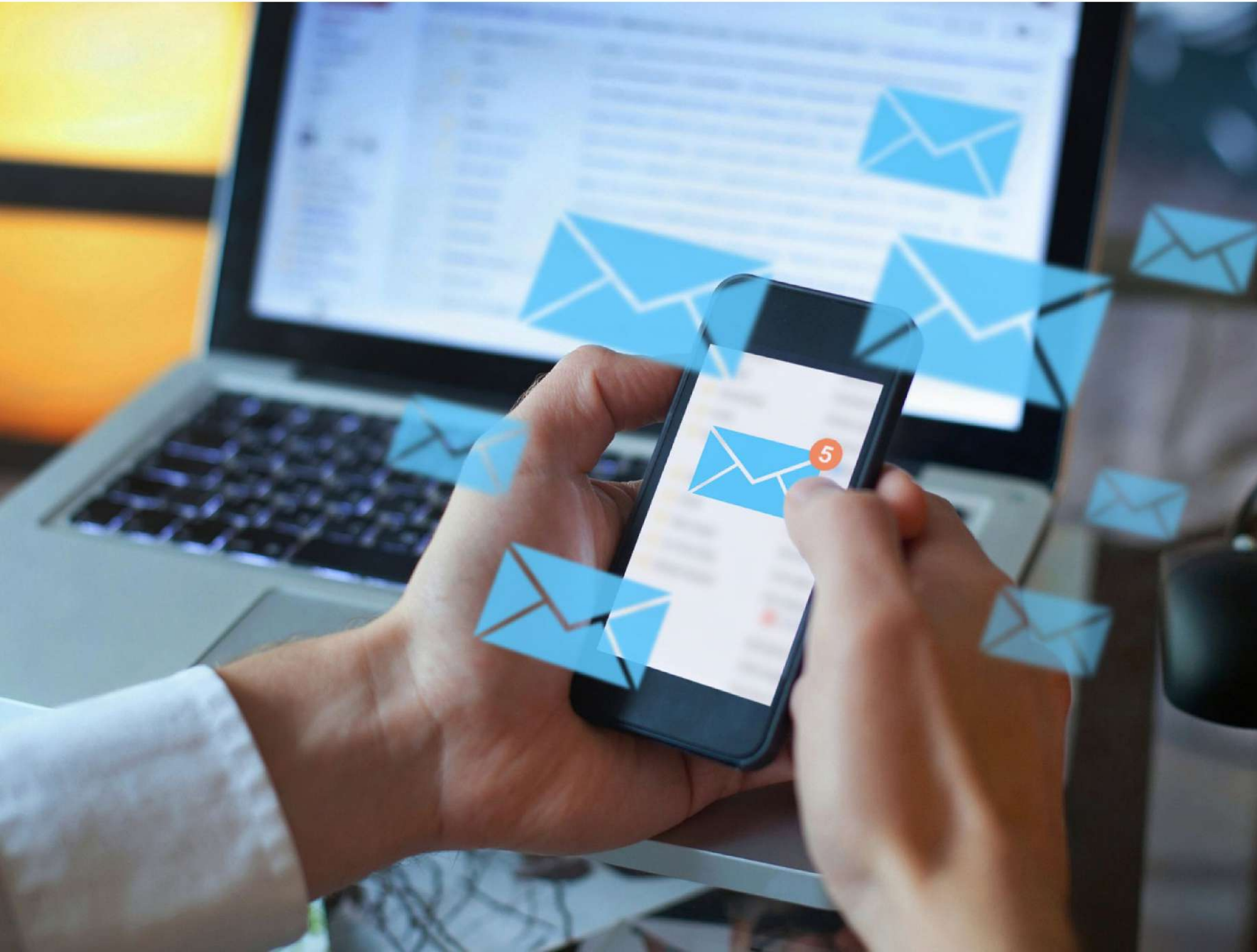
DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business



DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# EMAIL MARKETING BEN ESEGUITO

L'email marketing è più che inviare un'e-mail ogni volta che pubblichi un nuovo post sul blog. Ed è più che inviare avvisi via e-mail quando hai una promozione o una vendita.

Per padroneggiare l'email marketing, devi comprendere i tipi di e-mail che sono in linea con il tuo business, i loro tempi e le diverse campagne che utilizzerai per connetterti con i tuoi iscritti alla mailing list.

Ci sono tre tipi di email su cui farai affidamento come e-mail marketer.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



1. **Transazionale:** per fornire il servizio clienti.
2. **Relazionale:** per coinvolgere gli abbonati e coltivare la relazione con loro.
3. **Promozionale:** per generare vendite.

Come puoi vedere nel grafico sottostante, ogni tipo facilita una diversa interazione con i tuoi iscritti.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business

Utilizzerai questi 3 diversi tipi di email per interagire con i tuoi iscritti.

	SERVIZIO CLIENTI	BRAND AWARENESS	LEAD GENERATION	FEDELTA'	INTERAZIONE E CRESCITA	VENDITA E UPSELL
TRANSAZIONALI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
RELAZIONALI		✓	✓	✓	✓	✓
PROMOZIONALI			✓	✓	✓	✓

# DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# 1. EMAIL TRANSAZIONALI

Queste sono le e-mail che vengono inviate dai tuoi sistemi automatizzati, confermando le azioni intraprese dai tuoi potenziali clienti e clienti.

Sebbene la maggior parte delle e-mail transazionali siano modelli forniti dai sistemi di marketing che utilizziamo, le entrate medie per e-mail transazionale sono da 2 a 5 volte superiori rispetto alle e-mail di massa standard.

Ecco gli 8 tipi di email transazionali che puoi utilizzare, insieme ad alcuni suggerimenti per aumentare il loro valore transazionale:

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## 1. Conferme d'ordine

Le e-mail di conferma dell'ordine hanno un tasso di apertura più elevato rispetto a qualsiasi altro tipo di e-mail.

Ha senso se ci pensi: il destinatario ti ha appena dato del denaro e vuole verificare i dettagli del suo acquisto e se è andato tutto a buon fine.

La maggior parte dei marchi non fa nulla per ottimizzare questa email per la crescita. **Ma guarda cosa fa Amazon.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

## Ricezione ordine

Ordine [REDACTED]

Gentile Davide,

Grazie per il tuo ordine. Ti invieremo un'e-mail quando i tuoi articoli saranno spediti. La tua data di consegna prevista è indicata in basso. Puoi consultare la sezione [I miei ordini](#) su [Amazon.it](#) per visualizzare lo stato del tuo ordine o apportare delle modifiche.



La tua modalità di spedizione è:  
[prime](#) **Standard**



La tua preferenza di spedizione:  
**Spedisci gli articoli non appena disponibili**

[Dettagli ordine](#)

## Riepilogo ordine

Ordine n° [REDACTED]  
Effettuato [REDACTED]



Oculus Quest 2, visore VR all-in-one, da 64 GB  
Venduto da Amazon EU S.a.r.L.



[Maggiori informazioni](#)

Acquistalo di nuovo



Equilibra Sciroppo d'Agave 100%, 350 g  
EUR 3,99 [prime](#)



10 x 35 mm Antler zigrinato legno lame Fein...  
EUR 16,49

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Sì, le email possono (e dovrebbero) essere ottimizzate per la crescita. Amazon in questo caso mi ricorda cosa potrei acquistare nuovamente.

Questa e-mail conferma che l'acquisto è avvenuto correttamente. Il cliente è entusiasta del proprio acquisto, il che significa che è un **ottimo momento per aggiungere un'offerta aggiuntiva o chiedere un referral.**

## 2. Ricevute di acquisto

Le e-mail di ricezione, come quelle di conferma, hanno un alto tasso di apertura, ma raramente vengono sfruttate per la crescita. Tutte occasioni perse!

## 3. Avvisi di spedizione

Un'altra email che entusiasma i tuoi clienti è la tua email di avviso di spedizione, che dice loro che il loro acquisto è stato spedito e quando arriverà.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



## Il suo ordine è stato spedito

**Grazie per aver ordinato da Dyson.**  
Abbiamo spedito il seguente ordine per lei.  
Qualsiasi articolo il cui ordine è in sospeso e che non è incluso in questa spedizione non comparirà di seguito.

Descrizione	Quantità	Prezzo (€)
[REDACTED]	1	699,00

**Totale ordine (IVA incl.): €699.00**

Per ricevere delle e-mail da Dyson, compresi promemoria di manutenzione e offerte speciali per i clienti, aggiorni le sue preferenze su [Il My Dyson](#) o ci contatti via e-mail o telefono.

ID ordine:

[REDACTED]

Indirizzo di consegna:

[REDACTED]

Indirizzo di fatturazione:

[REDACTED]

Data ordine:

[REDACTED]

**Grazie per aver scelto Dyson.**  
**Assistenza Clienti Dyson.**



**0800 740 183**

Lun-Ven dalle 08:00 alle 20:00  
Sab-Dom dalle 09:00 alle 18:00



Web



Email

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Email di conferma di avvenuta spedizione, ci sono tutte le informazioni essenziali ma potrebbe anche essere sfruttata per ottenere referral o condivisioni sui Social.

Come puoi vedere, di solito non c'è nulla in queste email che possa **accelerare il percorso del cliente**. Ma hai appena ricordato al tuo cliente il suo acquisto, rinnovando il suo entusiasmo.

Cosa potresti aggiungere per sfruttare quell'entusiasmo? Potresti chiedergli di consigliarti ai suoi amici, attraverso un link di referral o con i bottoni condivisioni social.

#### **4. Creazione dell'account**

Questa email viene inviata quando viene creato un account per nuovi acquisti, fornendo quindi ai clienti le loro informazioni di accesso.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



## Signor Davide Armari

Benvenuto su SPORTSTECH.

Per accedere, quando visiti il nostro sito, basta cliccare su [Login](#) o [Il mio Account](#) in alto in ogni pagina, poi inserire il tuo indirizzo e-mail e la tua password.

Usa i seguenti dati per fare il login:

Email: [REDACTED]

Password: [REDACTED]

Quando avrai effettuato l'accesso al tuo account, sarai in grado di:

- Passare attraverso checkout più veloci quando effettui un acquisto
- Verificare lo stato degli ordini
- Visualizzare gli ordini precedenti
- Modificare le informazioni relative al tuo account
- Cambiare la tua password
- Memorizzare indirizzi alternativi (per spedire a più membri della famiglia ed agli amici!)

**SPORTSTECH!**

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Email di conferma di avvenuta registrazione.  
Un'altra occasione persa per sfruttare le potenzialità dell'attenzione dell'utente in quel momento.

Come con la maggior parte delle e-mail transazionali, questa e-mail viene raramente sfruttata.

Ad ogni modo, entrare a far parte di un'area riservata è un po' come ricevere un regalo. I tuoi clienti si sentono eccitati e felici. Perciò anche questo è un ottimo momento di chiedere loro di fare qualcosa, come ad esempio la condivisione del momento di felicità sui social.

## **5. Conferma di reso**

Se vendi prodotti fisici e qualcuno richiede il reso, questo è il momento perfetto per fare un'offerta o fornire un coupon. Anche se non sono contenti del prodotto che stanno restituendo, possono essere entusiasti del tuo eccellente servizio clienti.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Il tuo obiettivo qui è coinvolgere nuovamente i clienti, magari offrendo un prodotto diverso che soddisfi meglio le loro esigenze o fornendo un codice coupon.

## **6. Ticket di supporto**

Come per le e-mail di conferma del reso, le e-mail di follow-up del ticket di supporto ti danno l'opportunità di aggiungere un sacco di valore.

Se qualche tuo cliente ha ricevuto un ottimo supporto, puoi facilmente chiedergli di condividere la sua esperienza o di aumentare ulteriormente la sua felicità dandogli un coupon.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business

Email di ticket di supporto contrassegnato come completato.

**keliweb**

Gentile [REDACTED]

### Il suo ticket è stato contrassegnato come completato!

La invitiamo a condividere con noi un feedback in merito alla sua esperienza con Keliweb: la sua opinione è importante per migliorare i nostri servizi.

[Lascia feedback](#)

Cordiali saluti,  
#TeamKeliweb

### Hai bisogno di maggiori informazioni?

Contattaci [tramite ticket](#)

Numero verde: **800 974099**  
Mobile/estero: **+39 0984 1766080**  
(Lun-Ven, 9:30 - 12:30 / 15:00 - 18:00)

Keliweb Srl  
Via Bartolomeo Diaz, 35 - 87036 Rende (CS) Italia  
P.IVA: IT03281320782  
Ricevi questa email perché sei registrato su [Keliweb.it](#)

[Visita il nostro sito](#) | [Area Cliente](#)

**Se non è necessario, non stampare questa mail!**

**INFORMAZIONI STRETTAMENTE CONFIDENZIALI**

Le informazioni trasmesse sono riservate alla persona o alla società indicata come destinatario e possono includere contenuti considerati confidenziali. Ogni elaborazione, comunicazione, trasmissione o altro utilizzo, anche azioni conseguenti alla conoscenza di queste informazioni da parte di chiunque non sia espressamente indicato come destinatario è proibita. Nel caso abbiate ricevuto per errore questa comunicazione, siete pregati di darne avviso a [privacy@keliweb.it](mailto:privacy@keliweb.it) ed eliminare ogni stampa ed ogni ogni traccia informatica. Il ricevente dovrà inoltre accertarsi che gli allegati non contengano virus prima di aprirli.

Grazie, Keliweb Srl.

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

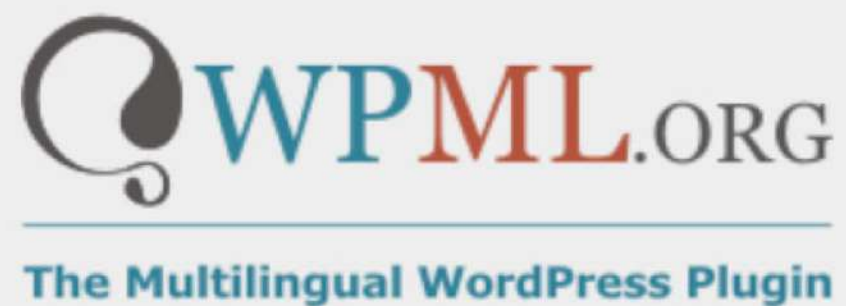
Davide Armari | Digital Pro

## 7. Promemoria password

La maggior parte delle e-mail di promemoria password contengono poco più di un collegamento:

**DIGITAL**  **PRO**  
**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)



Dear Davide Armari,

We have updated the password for your WPML account. Your new password is strong and secure, preventing anyone from guessing it.

Below are your complete login details. Please note that your username is unchanged. We've only updated your password.



### Your WPML Account

To log-in, go to:

<https://wpml.org/account/>

Login name: [REDACTED]

Password: [REDACTED]

# DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

Tipica email di promemoria Password.  
Perché non fare un'offerta o annunciare un evento imminente?

## 8. Conferme di disiscrizione

Questa e-mail è un'e-mail automatizzata standard. Ma cosa accadrebbe se potessi trovare un'offerta appropriata per queste e-mail? Quanti utenti potresti far reiscrivere alla tua attività per farli acquistare nuovamente? Quanto movimento in più otterresti attraverso il Customer Value Journey?

Questo è il pensiero che devi sviluppare per vincere nell'email marketing.

Vedi, con l'e-mail, non è necessario apportare grandi modifiche per vedere grandi risultati. Piccole modifiche possono avere effetti molto grandi.

Pensa a tutte le email che hai già inviato.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Come hai visto, molte tipologie di email transazionali sono generati dal sistema del tuo funnel e sono email standard, il che significa che non contengono altro che messaggi generici.

Ciò che devi pensare è:

- Cosa potrei fare con queste e-mail per far muovere le persone attraverso il Customer Journey?
- Cosa potrei fare per trasformare i semplici clienti in partner di riferimento, ambasciatori o promotori del mio marchio?

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



## 2. EMAIL RELAZIONALI

Le aziende che utilizzano l'email marketing per coltivare i lead generano il 50% in più di lead pronti per la vendita a un costo inferiore del 33%.

Ecco 8 tipi di email relazionali che puoi utilizzare per ottenere questi risultati per la tua attività, che sia digitale o concreta.

### 1. Nuovo iscritto: Benvenuto

Questa email dovrebbe essere inviata immediatamente a ogni nuovo contatto.

Li presenta al tuo marchio e dice loro cosa aspettarsi, inclusi i vantaggi di essere nella tua lista e il valore che intendi fornire.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## Ciao DavideArmari

Abbiamo appena creato il tuo account – benvenuto a bordo. TradingView è la piattaforma dove chiunque può trovare spunti interessanti per avere successo nei mercati. Nei prossimi giorni, ti invieremo alcuni consigli su come ottenere il massimo.

Se non riesci ad aspettare, puoi esplorare tutte le nostre funzionalità avanzate con i periodi di prova gratuiti disponibili per ogni abbonamento (Pro, Pro+ e Premium).

[Prova gratuita](#)

Assicurati di avere una password "forte" e di [abilitare l'autenticazione a due fattori](#) per mettere al sicuro il tuo account.

Grazie,  
il team di TradingView

33 Irving Place, New York,  
NY 10003

[App Store](#) [Google Play](#)

[Facebook](#) [YouTube](#) [LinkedIn](#) [Twitter](#)

Questa email è stata inviata a [redacted] perché è stato creato un account su [TradingView.com](#) il 2021-02-15.

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Le email di benvenuto dovrebbero stabilire aspettative e aggiungere valore.

## 2. Consegna di contenuti premium

I contenuti premium sono informazioni preziose che non sono disponibili gratuitamente online.

Per accedere alle informazioni, devi “pagare” con il tuo indirizzo email o con una condivisione social.

In genere, i lead magnet e le offerte optin sono gratuiti in cambio dell’indirizzo e-mail del visitatore.

Questa e-mail automatizzata fornisce il contenuto richiesto, concludendo con successo la transazione. Ma come con le email transazionali, c’è molto spazio per aumentare il loro valore in modo creativo.

**DIGITAL**  **PRO**  
**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

### 3. Articoli di newsletter/blog

Ogni volta che crei contenuto, dovresti utilizzare l'e-mail per distribuirlo ai tuoi iscritti.

Queste e-mail possono essere brevi e semplici, introducono il tuo argomento e forniscono un collegamento per accedervi.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Non visualizzi correttamente questa email?  
[Apri la nel tuo browser.](#)



Hola PPickers! 🙌

È giunto il momento di dare una marcia in più alla vostra presenza su Instagram: da oggi con PostPickr è possibile programmare e **pubblicare automaticamente nei Reels di Instagram**.

Non solo: abbiamo aggiornato la relativa sezione Audience per permettere l'analisi dettagliata delle prestazioni di questo formato, grazie al nuovo e completo **set di metriche**.

Basta improvvisare: date **costanza** e **consistenza** alla vostra strategia editoriale!

Tutti i dettagli nell'annuncio sul nostro blog, *enjoy!* 🙌

[📌 LEGGI L'ANNUNCIO! ➡](#)

# DIGITAL PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Usa le newsletter per distribuire nuovi articoli del blog ai tuoi iscritti.

#### 4. Webinar/Conferma evento

Questo tipo di email è sia relazionale che transazionale. Hai chiesto a qualcuno un po' del suo tempo per inserirti in agenda. Hanno preso un impegno con te perciò devi confermare quell'impegno.

Questo è il lato transazionale dell'email. Devi inviare un'e-mail di conferma che indichi la data e l'ora del tuo webinar, oltre a qualsiasi altra informazione pertinente.

Ciò che desideri però, è che queste email siano anche relazionali, perché le persone danno valore al tempo che hanno riservato per il vostro appuntamento.

Perciò ecco un buon esempio di un email di reminder per un webinar/evento/appuntamento:

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Apri nel browser



Ciao Davide! Il Festival inizia domani, siamo sicuri che stai già preparando la valigia! Ti scriviamo questa mail per ricordarti prendere con te un paio di **auricolari o cuffie**: durante il Festival potranno esserti utili in varie occasioni!

Durante la tre giorni avremo **ospiti internazionali** che terranno interventi in inglese: accedendo allo stream dell'intervento sulla webapp del festival [wmf.ibrida.io](http://wmf.ibrida.io), avrai la possibilità di ascoltare la **traduzione simultanea** dello speech.

Oltre a questo, sempre tramite [wmf.ibrida.io](http://wmf.ibrida.io), potrai seguire lo **streaming di tutte gli stage** in tempo reale: se vuoi concederti un momento di relax in una delle aree predisposte, però non vuoi perderti un intervento, basterà collegarsi e **indossare le cuffie!**

---

**Ti ricordiamo che per accedere al Festival è necessario scaricare e stampare il tuo badge!**

---

Se hai bisogno di maggiori informazioni sul Festival contattaci scrivendo a [info@wemakefuture.it](mailto:info@wemakefuture.it) oppure chiamando allo [051 09 51 294](tel:0510951294).

Il Team del WMF

---

**SCARICA E STAMPA IL TUO BADGE PER ACCEDERE IN FIERA!**

**#WMF2022 | il più grande Festival sull'Innovazione Digitale&Sociale**

POWERED BY  




Ricevi questo messaggio perché risulti iscritto/a alla nostra piattaforma Master Club, dove hai sempre a disposizione tutti i materiali formativi degli eventi e dei corsi a cui hai partecipato. Aggiungi la nostra mail in Rubrica per ricevere le nostre comunicazioni!

Questa email è stata inviata a [redacted]

[PRIVACY](#) [DISISCRIVITI](#) [MASTER CLUB](#)

Search On Media Group s.r.l. Via Ugo Bassi 7 - Bologna, Tel. 051-0951294

Si vous souhaitez vous désinscrire de notre newsletter, cliquez [ici](#)

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Un'e-mail di conferma di un evento.

Come per i contenuti premium, i webinar o conferme di eventi e appuntamenti ti danno la possibilità di **dimostrare agli utenti che possono fidarsi di te e che mantieni ciò che prometti.**

Se sviluppi una reputazione positiva per le transazioni gratuite come lead magnet e webinar, sarà poi facile far percepire che **sarai affidabile anche nelle transazioni a pagamento.**

I successivi 4 tipi di e-mail relazionali vengono utilizzati meno spesso, ma possono comunque aiutarti a interagire con gli abbonati e spostarli attraverso il percorso del cliente.

Sono:

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



## **5. Sondaggio/Recensione**

I sondaggi possono aiutarti a saperne di più sugli interessi dei tuoi clienti. Può anche aiutarti a segmentarli in modo che le tue offerte siano mirate alle loro esigenze.

## **6. Aggiornamento social**

Aggiorna i tuoi follower sui cambiamenti nella tua azienda o nel tuo prodotto. Questo può aiutarti a creare entusiasmo e a prepararli per le novità in corso.

## **7. Annunci di concorsi**

I concorsi creano entusiasmo e attirano nuovi iscritti.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Tuttavia, i tuoi attuali iscritti e-mail fidelizzati dovrebbero essere sempre i primi a ricevere le notizie.

## **8. Richiesta di referral**

Dopo ogni interazione positiva con i tuoi iscritti, è opportuno chiedere sempre un referral, così da accrescere la tua community.

Pensa ad un nuovo acquisto, alla risoluzione di un problema o semplicemente a un'e-mail amichevole con una parola gentile.

Le e-mail relazionali, indipendentemente dal motivo per cui vengono inviate, dovrebbero essere "umane" anziché programmate.

E dovrebbero sempre fornire valore.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Ricorda di precisare i passaggi successivi e incoraggiare le persone a fare immediatamente quei passaggi così da guidarli passo-passo nel tuo Customer Value Journey.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# 3. EMAIL PROMOZIONALI

Secondo la Direct Marketing Association, il 66% dei consumatori ha effettuato un acquisto online come risultato diretto di un messaggio di email marketing. Perciò come potrai intuire, **le email promozionali sono un potente strumento di crescita.**

Parliamo quindi degli 8 tipi di email promozionali che dovresti inviare assolutamente.

## 1. Contenuto promozionale

I contenuti promozionali sono contenuti percepiti come preziosi per il tuo pubblico mentre generano vendite per te.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Non si dovrebbe mai abusare di questo tipo di contenuto, ma è opportuno invece bilanciarlo con il contenuto relazionale, dovrà essere un buon modo per coinvolgere i tuoi iscritti.

Ecco un esempio di duplice scopo in azione:

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

EV Erika Varangouli [Semrush]  
Valuta le tue performance (prima di distruggerti)  
A: Davide Armari,  
Rispondi a: Il Team di Semrush



[Piani e prezzi](#)

Ciao!

Probabilmente hai sentito la citazione: "Non puoi migliorare ciò che non misuri". Ma raccogliere dati non ti porterà da nessuna parte se non impari qualcosa da loro.

Ecco tre suggerimenti rapidi per aiutarti a scavare nelle tue metriche di Semrush e ottimizzare le tue prestazioni di marketing:

### **Suggerimento #1: Monitora il tuo brand**

La brand reputation è il fattore X che distingue i vincitori da tutti gli altri. Valuta il sentiment del tuo brand, oltre all'efficacia delle tue PR e del tuo marketing, usando il [Brand Monitoring Tool](#). Traccia le menzioni del brand, individua le tendenze e identifica nuove opportunità di backlink che ti aiuteranno a conquistare la leadership.

[Inizia a monitorare il mio brand](#) →

### **Suggerimento #2: Cambia la rotta dei tuoi contenuti**

# DIGITAL PRO

## CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

WWW.DAVIDEARMARI.IT

I contenuti promozionali sono contenuti interessanti e preziosi e allo stesso tempo generano vendite.

In questo esempio di contenuto promozionale, l'iscritto riceve importanti suggerimenti ma l'obiettivo è vendere il servizio di monitoraggio.

## 2. Nuovo contenuto premium

Il contenuto premium senz'altro mira ad attirare nuovi iscritti, ma è probabile che anche gli iscritti esistenti lo desiderino.

Perché non inviarlo quindi alla tua lista e-mail per coinvolgerli nuovamente e spostarli lungo il Customer Journey?

Un esempio di mia newsletter ha come oggetto:  
"[CHECKLIST] Ottieni fino al 20% in più di interazioni sui tuoi post organici di Facebook"

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Sicuramente tra la mia mailing list questa email verrà notata, assicurati quindi che anche la tua headline nell'oggetto sia altrettanto avvincente.

### **3. Un annuncio di vendita**

Gli annunci di vendita ottengono più coinvolgimento di qualsiasi altro tipo di email.

Ovviamente... se vuoi fare un sacco di vendite, devi proporre una vendita!

Ricorda però di usare un titolo nell'oggetto che sia molto coinvolgente ed interessante per far notare e aprire l'email.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



Ecco alcuni esempi:

*[Saldi flash] 7 modelli copia-incolla di articolo di blog per la tua attività (85% di sconto).*

*[Ultimi 5 pezzi] Tagliaerba in sconto del 40% fino ad esaurimento scorte.*

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

 TubeBuddy

Hurry and don't miss out!  
You've got 5 days left!



**GET 30% OFF**

You want to grow your YouTube channel, so  
what are you waiting for?

For this **exclusive 30% off** deal to  
*all free users*, use the code:

**SUMMERBUDDY30**

**Don't Wait - Sign Up Today!**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Gli annunci di vendita ottengono molto coinvolgimento, a condizione che l'oggetto e l'offerta sia buona ed interessate per il pubblico di destinazione.

#### 4. Rilascio di un nuovo prodotto/servizio

Il tuo obiettivo come e-mail marketer è portare i nuovi iscritti lungo tutto il percorso del valore, trasformandoli in promotori.

Come mai?

Perché i promotori sono iper-reattivi e in genere vogliono tutto ciò che proponi loro.

Stando così le cose, dovresti sempre produrre nuovi prodotti per supportare questi "iper acquirenti".

Quindi, assicurati che siano sempre informati creando una serie di e-mail di annuncio/promozione come questa:

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Con Telepass Assicura richiedi un preventivo in pochi passaggi!  
Visualizza la versione online se non vedi correttamente questa mail.



**Telepass**

**CON TELEPASS  
ASSICURA  
LA PAROLA CHIAVE È  
SEMPLICITÀ**



**ACQUISTA LA TUA POLIZZA AUTO CON TELEPASS  
ASSICURA DAL SITO O DALL'APP.  
È SEMPLICE E VELOCE!**

Bastano 4 semplici passaggi:

**DIGITAL  PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Esempio di comunicazione che informa tutti i clienti che è disponibile un nuovo prodotto o servizio.

Allo stesso modo, usa questi ultimi 4 tipi di e-mail promozionali per far sapere ai tuoi iscritti e agli iper-acquirenti cosa stai facendo per risolvere i loro problemi.

**5. Annunci webinar**

**6. Annunci di eventi**

**7. Offerte di prova gratuita**

**8. Offerte di upgrade dei prodotti o servizi**

Ora invece, parliamo della **differenza tra le e-mail broadcast e e-mail triggerate.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# QUANDO INVIARE OGNI TIPO DI EMAIL (E A CHI)

I provider di servizi di email marketing consentono di inviare e-mail in uno di questi due modi seguenti:

- Le **e-mail broadcast** vengono inviate manualmente all'intero elenco o a un segmento dell'elenco. Funzionano bene per promozioni ed e-mail di contenuto.
- Gli **autorisponditori** vengono impostati in anticipo per essere consegnati quando qualcuno esegue un'azione di attivazione (trigger). La maggior parte del tuo email marketing (salvo promozioni ed e-mail di contenuto) dovrebbe essere automatizzato.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Tieni presente, però: solo perché PUOI attivare e scegliere di inviare un messaggio, non significa che DOVRESTI!

Segmentando e automatizzando le tue e-mail, sarai in grado di inviare messaggi altamente pertinenti agli interessi e alle priorità dei tuoi iscritti.

Questa è una cosa positiva sia per te sia per i tuoi iscritti.

Ma proprio come puoi sottoautomatizzare, puoi anche sovraautomatizzare, creando campagne lunghe e complesse che **mantengono i tuoi iscritti bloccati** in una fase particolare del loro Customer Value Journey.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**L'obiettivo è accelerare il Customer Journey dei tuoi iscritti.** E più email crei per ogni fase del loro percorso, maggiori sono le probabilità che tu li fermerai in quella fase, rallentando anche il loro viaggio complessivo.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro





# DIGITAL PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## Trigger che funzionano

Ecco gli 8 trigger più comuni nell'automazione della posta elettronica.

### 1. Nuovo iscritto

Quando qualcuno si iscrive, vuoi automatizzare il suo benvenuto e il suo indottrinamento per creare un'ottima prima impressione.

Questa email è un must-have e ci sono ottime probabilità di far compiere una prima azione.

### 2. Richiesta di lead magnet

La maggior parte dei nuovi iscritti si unirà alla tua mailing list quando vorrà avere un tuo contenuto in cambio dell'email.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

L'automazione della consegna garantisce che lo ottengano in pochi minuti dalla loro richiesta. Tieni presente che un nuovo abbonato attiverà probabilmente due automazioni: l'email di benvenuto come nuovo iscritto e la consegna del lead magnet. E va bene così.

### **3. Registrazione dell'evento**

Se qualcuno si iscrive a un evento, imposta un'e-mail di conferma che fornisca i dettagli di cui avrà bisogno, tra cui data, ora e qualsiasi informazione di accesso.

### **4. Acquisto**

Allo stesso modo, se qualcuno effettua un acquisto, vuole la conferma che il suo ordine è andato a buon fine.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Una ricevuta di acquisto fa proprio questo. Tieni presente, tuttavia, che se questi nuovi clienti non sono attualmente iscritti, il loro acquisto potrebbe attivare anche un'automazione di benvenuto per i nuovi iscritti.

### **5. Clic su un link in una campagna di segmentazione**

La segmentazione ti consente di personalizzare le tue e-mail in base agli interessi di ciascun iscritto permettendoti di raggiungerlo sempre con maggior precisione e con contenuti sempre più pertinenti.

Puoi creare delle azioni in base al loro comportamento, ad esempio facendo clic su un collegamento in un'e-mail, può essere utilizzato per attivare una campagna di coinvolgimento.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

In questo modo, le persone a cui non interessa l'argomento non vedranno la campagna.

Ma tutti quelli a cui importa, non solo vedranno i tuoi contenuti ma anche la tua promozione.

## **6. Eccitazione per il tuo brand**

Le richieste di referral possono essere automatizzate per seguire gli acquisti e altri comportamenti che segmenteranno gli utenti che sono coinvolti ed entusiasti del tuo marchio.

## **7. Abbandono del carrello**

Uno dei modi più semplici per aumentare il valore del cliente è ricordare di concludere un acquisto.

Quando qualcuno aggiunge prodotti al carrello ma non completa la transazione, si dovrebbe attivare un'e-mail di promemoria.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## 8. Non interazione con le tue e-mail

La riattivazione è quella fase in cui riattivi gli iscritti che hanno smesso di interagire con le tue e-mail.

Ciascuno di questi trigger, dovrebbe attivare una campagna di email marketing automatizzata per seguire il comportamento degli utenti e **convincerli a fare il passo successivo nel Customer Journey.**

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business



DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro


## Comprensione dei tempi delle e-mail

Vuoi che i tuoi iscritti siano entusiasti di ricevere le tue e-mail, vuoi che le aprano e che interagiscano con esse.

Ci sono due approcci che dovrai adottare affinché ciò accada: **segmentazione e tempistica delle e-mail in modo che coincidano con il percorso del cliente.**

La segmentazione ti consente di inviare e-mail alle persone che molto probabilmente risponderanno in modo positivo alla campagna.

Gli iscritti non vogliono vedere una promozione a cui non sono interessati, viceversa interagiranno con piacere se vedono che l'email è su misura.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



Il tempismo invece consiste nel capire dove si trovano i tuoi iscritti nel loro percorso del cliente e inviare loro solo e-mail appropriate per quella fase.

In caso contrario puoi rischiare di avere effetti indesiderati, ad esempio se invii una promozione di una vendita di un prodotto troppo in anticipo per un potenziale cliente che non è ancora pronto all'acquisto, oppure se proponi dei contenuti gratuiti a chi ha già il tuo prodotto nel carrello.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# LE 5 FASI DELL'EMAIL MARKETING

Quando comprendi le fasi del percorso del cliente (Customer Journey) è più facile inviare il messaggio giusto al momento giusto.

Parliamo quindi delle 5 fasi dell'email marketing e delle fasi del percorso del cliente a cui si allineano.

## 1. La campagna di indottrinamento

*Definizione: una campagna automatizzata che deve essere inviata immediatamente dopo che qualcuno si è iscritto per presentargli il tuo marchio e definire le aspettative.*

Fase del Customer Journey: **Iscrizione**

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Usa questa campagna per:

1. Dare il benvenuto ai nuovi iscritti.
2. Dire loro cosa possono aspettarsi.
3. Spiegare loro cosa devono fare dopo per ottenere il massimo beneficio da te e dal tuo marchio.

Questa campagna viene inviata ai nuovi iscritti per stabilire la tua autorità, aiutarli a capire il valore che fornirai e farli entusiasmare per te e il tuo marchio.

Se fai un buon lavoro nell'indottrinarli, inizieranno a riconoscere il tuo nome nella loro casella di posta e si impegneranno a leggere il contenuto che invii loro.

## **Eccoti uno Storyboard**

**Passaggio 1:** inizia accogliendo i nuovi iscritti e presentandoli al tuo marchio.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**Passaggio 2:** ribadisci in 3-4 punti con un elenco i vantaggi che otterranno come iscritti. (Questo è importante.

Se non riesci ad articolare i vantaggi dell'iscrizione, come ti aspetti che comprendano i vantaggi dell'acquistare da te?)

**Passaggio 3:** di loro cosa aspettarsi, usando questo framework: ecco cosa faremo; ecco cosa devi fare dopo aver compiuto l'azione.

Per esempio:

- Due o tre volte a settimana ti invieremo contenuti e strategie nuovi di zecca sul marketing digitale.  
[Ecco cosa faremo.]

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

- Quando ricevi quell'e-mail salvala, perché quando se stai cercando una strategia che funzioni, vorrai poter accedere a queste informazioni in qualunque momento. [Ecco cosa devi fare dopo aver compiuto l'azione.]

**Passaggio 4:** incoraggia l'inserimento nella whitelist dicendo qualcosa del genere:

- Le informazioni che forniamo sono molto importanti perciò assicurati di non perderle. Quindi ecco cosa voglio che tu faccia:
  - Inserisci nella whitelist questo indirizzo email. [Includi un link alle istruzioni.]
  - Crea una cartella dove puoi salvare tutti i nostri messaggi.
  - Non archivarli automaticamente. (Leggili e usali per far crescere il tuo business!)

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**Passaggio 5:** inizia con il piede giusto. Invia loro una campagna "il meglio di", elencando i contenuti con cui i tuoi abbonati esistenti hanno interagito di più.

Per esempio:

- Il tuo contenuto più condiviso, che si tratti di un video o di un post di un blog
- Il tuo post Facebook più commentato o con più like
- Un contenuto che ha ottenuto recensioni entusiastiche

Pensa alle tue email di indottrinamento come ad un primo appuntamento con il tuo nuovo iscritto.

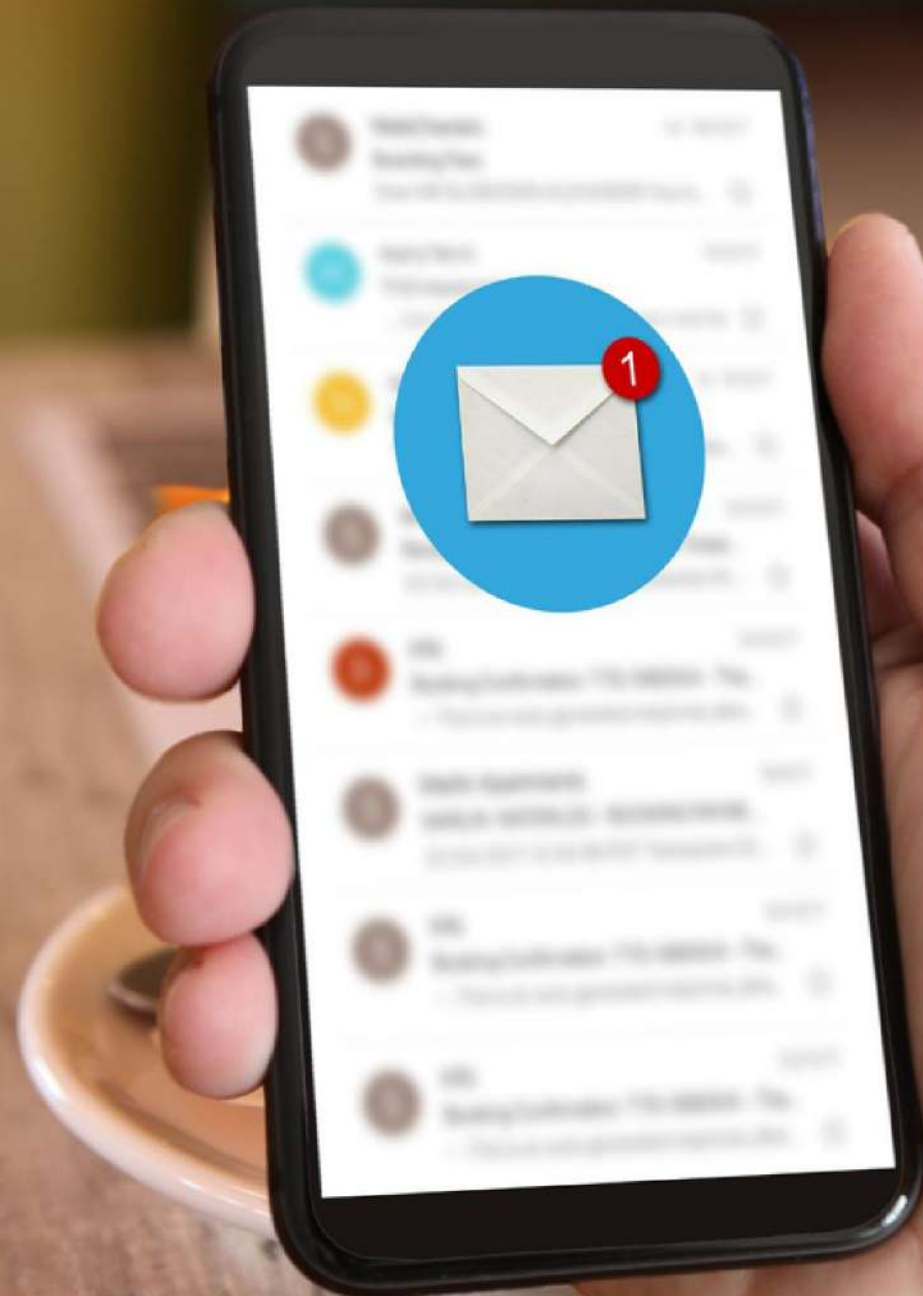
Presentati con i tuoi "vestiti migliori", racconta le tue storie migliori e concentrati sulla costruzione di una solida relazione con i tuoi nuovi iscritti.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



# DIGITAL PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## 2. La campagna di coinvolgimento

Definizione: *una campagna automatizzata basata sugli interessi dei tuoi iscritti. Viene inviata dopo che un tuo iscritto ha eseguito una specifica azione che rende quest'ultimo pertinente ad un tuo prodotto o ad una tua offerta.*

Fase del Customer Journey: **Converti ed Eccita**

Usa questa campagna per:

- Trasformare gli iscritti in acquirenti fornendo loro il passaggio logico successivo in base a ciò a cui sai che sono attualmente interessati.

Questa campagna si rivolge agli abbonati che hanno appena interagito con il tuo brand.

**DIGITAL**  **PRO**  
**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



Ad esempio, forse hanno visitato una pagina web specifica o scaricato un lead magnet, ma non hanno intrapreso l'azione successiva che gli hai presentato.

L'obiettivo di questa campagna è interagire con l'iscritto, fare riferimento all'azione positiva che ha intrapreso con te e dire loro la prossima azione logica che dovrà concludersi con un acquisto.

### **Eccoti uno Storyboard**

**Passaggio 1:** riconosci l'azione appena eseguita.

**Passaggio 2:** prova a superare le obiezioni che sai che stanno vivendo. Affronta i pensieri e i sentimenti che impediscono loro di agire.

**Passaggio 3:** prescrivi il passaggio logico successivo. Spiegalo chiaramente senza troppi giri di parole.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**Passaggio 4:** chiedi loro di acquistare. L'email marketing riguarda la costruzione di relazioni con i tuoi follower, certo.

Ma devi stabilire delle aspettative dall'inizio di quella relazione. Dal momento che vuoi che i tuoi iscritti diventino clienti, devi chiedere con sicurezza l'acquisto quando è ora.

### **3. La campagna di crescita**

*Definizione: una campagna automatizzata basata sugli interessi e che fa un'offerta (e quindi una vendita) pertinente al tuo iscritto subito dopo il suo comportamento di attivazione.*

Fase del Customer Journey: **Eccita e Cresci**

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Usa questa campagna per:

- Velocizzare il Customer Value Journey
- Trasformare i nuovi acquirenti in acquirenti di maggior valore prescrivendo loro il passaggio logico successivo (o portandoli nella condizione in cui sarà opportuno fargli fare quel passaggio).

Come la campagna di coinvolgimento, questa campagna viene attivata dall'azione di un iscritto, generalmente un acquisto, e presenta il passaggio logico successivo con il tuo brand.

In molti casi, **riempie le lacune del tuo funnel**, migliorandone i risultati complessivi.

Come vedi, ogni offerta aggiuntiva è un punto di arresto in cui i clienti potrebbero fermarsi e uscire dal funnel.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Questa sequenza invece è progettata per dare seguito a quell'offerta, fornire incentivi extra per l'acquisto e superare eventuali obiezioni per non acquistare.

### **Eccoti uno Storyboard**

**Passaggio 1:** inizia facendo riferimento all'azione che hanno appena intrapreso.

(Non affrontare l'azione che non hanno intrapreso: "Abbiamo notato che non hai acquistato il nostro prodotto principale, quindi ti sto inviando questa email...")

Congratulati con loro e costruisci un rapporto su quell'energia positiva.

**Passaggio 2:** affronta e supera le obiezioni che potrebbero impedire loro di compiere il passaggio successivo.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**Passaggio 3:** spiega chiaramente il passaggio logico successivo, in modo che sappiano cosa devono fare. Il tuo obiettivo è trasformare gli acquirenti occasionali in acquirenti di maggior valore. Per fare ciò, devi esprimere il valore che stai fornendo loro, ricordargli i vantaggi che riceveranno e aumentare il loro interesse e il loro entusiasmo verso il tuo brand.

Prima di iniziare subito a promuovere una vendita, poniti due domande importanti:

**DOMANDA #1:** Qual è il prossimo passo che voglio che facciano?

**DOMANDA #2:** Ho qualche ragione per credere che siano pronti a fare il passo successivo?

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Queste domande sono importanti perché (che tu ci creda o no) non sono cose facili da chiedere!

Cosa intendo con questo?

La tua offerta deve essere adeguata alla fase della relazione. Se ti muovi troppo velocemente o spingi troppo, metterai a disagio i tuoi iscritti e se ne andranno.

Se non sono pronti a fare il passo successivo nella tua scala del valore, non chiedere altro.

Concentrati a coltivare quell'iscritto fino al momento giusto e quando sarà ora farai la tua offerta.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



# DIGITAL PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## 4. La campagna di segmentazione

Definizione: *una campagna promozionale manuale inviata all'intero database di iscritti con l'obiettivo di segmentarli in base ai loro interessi.*

Fase del Customer Journey: **Qualsiasi**

Usa questa campagna per:

- Suscitare l'interesse degli iscritti che sono "bloccati" nel loro Customer Journey
- Invitali a segmentarsi in base a ciò a cui sono interessati in quel momento.

Questa è una delle poche campagne e-mail che non è automatizzata o attivata dal comportamento di un iscritto. Invece, trasmetti questa promozione all'intero database di iscritti con l'obiettivo di segmentarli.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



Vuoi che i tuoi iscritti alzino la mano e dicano: “Sì, sono interessato a questo argomento”.

E quando l’hanno fatto, dovresti avere una campagna di coinvolgimento impostata per continuare a parlarne con loro.

L’obiettivo è questo: inviare più email alle persone che interagiscono con la tua campagna e meno email alle persone che non lo fanno.

Questo approccio può sembrare controintuitivo, ma funziona perché dimostra che li stai ascoltando. In pratica:

- Se ascolti quello che dicono i tuoi iscritti, loro ti daranno più soldi.
- Se ascolti quello che vogliono, si impegneranno di più a seguire il tuo brand.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## Idee per campagne di segmentazione

**Idea 1:** usa i contenuti per segmentare il tuo elenco: post di blog, video o contenuti premium. Quindi, quando qualcuno interagisce con quel contenuto, indicando interesse per l'argomento, inviagli una campagna di coinvolgimento con contenuti promozionali basati su quell'argomento.

**Idea 2:** utilizza offerte speciali: coupon, vendite flash o promozioni speciali. Le offerte di alto valore e tempestive danno alle persone una buona ragione per intraprendere un'azione immediata, che può aiutarti ad accelerare il loro percorso di valore.

**Idea 3:** usa gli eventi: webinar, demo, workshop o anche telefonate individuali. Il tempo è denaro, come si suol dire.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Dopo aver investito il tempo per partecipare a un evento o ad una telefonata conte, le persone saranno più inclini a investire anche i loro soldi.

## 5. La campagna di riattivazione

Definizione: *una campagna automatizzata progettata per coinvolgere nuovamente qualsiasi iscritto che non ha aperto o fatto clic su un'e-mail negli ultimi 30-60 giorni.*

Fase del Customer Journey: **Qualsiasi**

Usa questa campagna per:

- Scrivi in modo diretto agli iscritti inattivi e fai in modo che ricomincino a interagire con le tue e-mail.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

- Falli eccitare di nuovo su di te e sul tuo marchio.

Non tutti interagiranno sempre con le tue e-mail, gli interessi delle persone cambiano e indipendentemente da dove si trovino nel Customer Journey, possono diventare inattivi.

Cosa fare quindi?

Invia una campagna di riattivazione progettata per riconquistare il loro interesse e convincerli ad aprire e fare clic sulle tue email ancora una volta.

### **Eccoti uno Storyboard**

**Passaggio 1:** identifica i tuoi iscritti inattivi, ad esempio chiunque non abbia fatto clic su un'e-mail negli ultimi 30-60 giorni.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

**Passaggio 2:** dai loro un motivo per impegnarsi nuovamente con te. Ad esempio, potresti usare l'approccio diretto e chiedere se è tutto ok:


- Ho notato che non hai aperto o fatto clic sulle mie e-mail, volevo solo chiederti "Va tutto bene?"

**Passaggio 3:** ricorda loro i vantaggi di essere un iscritto.

**Passaggio 4:** racconta loro cosa si sono persi. Come faresti in una campagna di indottrinamento, invia loro alcuni dei tuoi migliori contenuti.

Se questa campagna funziona, avrai nuovamente coinvolto i tuoi iscritti inattivi e, si spera, li rimetterai nel loro Customer Journey.

**Ma cosa succede se non funziona? Semplice.  
Smetti di inviare loro le email.**

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Capitolo 5 | Come applicare l'Email Marketing al tuo business



DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

Gli iscritti inattivi aumentano i tuoi costi e danneggiano i tuoi tassi di recapito e di apertura delle email. Sono anche quelli che hanno maggiori probabilità di lamentarsi quando vedono le tue e-mail nella loro casella di posta.

Quindi non c'è bisogno di sentirsi in colpa. Pulisci la tua lista regolarmente.

### **Utilizza questi 5 tipi di campagne per accelerare il Customer Journey.**

I 5 tipi di campagne e-mail che abbiamo appena esaminato ti aiuteranno a coinvolgere i tuoi iscritti in ogni fase del loro percorso di valore.

Ma è importante ricordare che il tuo obiettivo non è semplicemente quello di coinvolgere le persone.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

L'email marketing consiste nel spostare rapidamente i tuoi iscritti da una fase del Customer Value Journey a quella successiva.

In genere, quel viaggio inizia quando qualcuno viene a conoscenza del tuo marchio e decide di iscriversi.

Una volta che ciò accade, il tuo compito è:

- Trasformare l'iscritto in un cliente.
- Fare in modo che sia entusiasta del brand.
- Convincerlo poi ad acquistare più prodotti di valore più elevato.
- Trasformarlo in un fan del tuo brand.
- Trasformarlo infine in un promotore.

Le 5 campagne che abbiamo esaminato ti aiuteranno a raggiungere ciascuno di questi obiettivi e a trasformare rapidamente i nuovi iscritti in promotori attivi.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



# IL LINGUAGGIO NELL'EMAIL MARKETING

Quali sono i termini che devi conoscere come e-mail marketer?

## **Customer Value Journey**

È lo sviluppo di una relazione con un potenziale cliente che lo porta su un percorso dalla consapevolezza della tua attività, dei tuoi prodotti e del tuo marchio fino a diventarne uno fan sfegatato.

## **E-mail Broadcast o "Massiva"**

Un'e-mail inviata a tutti gli iscritti alla mailing list o a un segmento del tuo elenco di iscritti.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## **E-mail Triggerata o “Attivata”**

Un'e-mail inviata automaticamente quando un cliente o potenziale cliente esegue un'azione specifica.

## **Calendario Promozionale**

I calendari di 30 e 90 giorni contenenti le campagne e-mail pianificate che sposteranno intenzionalmente un potenziale cliente attraverso il Customer Journey.

## **E-Mail Storyboard**

Il processo di pianificazione della struttura, dei tempi e del contenuto di una campagna e-mail.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# LE METRICHE DI SUCCESSO NELL'EMAIL MARKETING

Inviare le e-mail giuste alle persone giuste al momento giusto è solo un aspetto dell'email marketing.

Per ottimizzare i tuoi sforzi, devi anche **misurare i tuoi risultati**.

Ecco le metriche delle migliori prestazioni che ti aiuteranno a gestire il tuo email marketing.

## **Crescita dell'elenco**

Per questa metrica devi guardare il numero di nuove iscrizioni rispetto alle disiscrizioni. Ovviamente il rapporto dovrà essere positivo.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## **Tasso di consegna**

La percentuale di e-mail consegnate alla posta in arrivo del destinatario rispetto al numero di e-mail inviate.

Punta a un tasso di consegna del 95+ percento.

## **Tasso di apertura**

La percentuale di messaggi aperti dal destinatario rispetto al numero di email inviate.

## **Percentuale di clic (CTR)**

La percentuale di messaggi e-mail cliccati relativa al numero di e-mail inviate o, in alcuni casi, relativa al numero di e-mail aperte.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

## **Tasso di disiscrizione**


La percentuale di email che portano all'annullamento dell'iscrizione rispetto al numero di email inviate.

## **Tasso di reclamo**

La percentuale di email contrassegnate come Spam rispetto al numero di email inviate.

SUGGERIMENTO: il tasso di consegna delle e-mail aumenterà se il tasso di apertura e il tasso di clic aumentano e il tasso di disiscrizione diminuisce.

Questo è il motivo per cui ti incoraggio a creare campagne e-mail segmentate che si rivolgono alle persone nella loro fase specifica del percorso del valore.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

# CHI DOVREBBE GESTIRE IL TUO EMAIL MARKETING

Chi nel tuo business dovrebbe essere formato nell'email marketing?

Tre diversi dipartimenti dovrebbero essere competenti e comprendere il ruolo dell'email marketing nella tua attività.

## **Marketing**

Ogni professionista del marketing dovrebbe capire in che modo l'email marketing può essere sfruttato per spostare i potenziali clienti attraverso il Customer Journey.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro

## **Settore Vendite**

Uno dei modi più efficaci per creare un terreno pronto e favorevole per le vendite è coinvolgere i potenziali clienti tramite e-mail.

## **Editoriale**

Il tuo team editoriale che si occupa della creazione dei contenuti utilizzerà la posta elettronica per distribuire i contenuti che creano e aggiungere valore agli iscritti in modo continuativo.

**DIGITAL**  **PRO**

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

# RIASSUMENDO

**L'E-Mail marketing genera in assoluto il ROI più alto di qualsiasi attività di marketing**, ma purtroppo la maggior parte delle aziende sbaglia (o lo ignora completamente).

L'e-mail è più efficace quando la coordini con i tuoi contenuti e le campagne pubblicitarie, per indottrinare i tuoi nuovi iscritti, coltivare le relazioni e spostarli rapidamente attraverso il percorso del cliente.

Potrebbe volerci un po' di tempo per padroneggiare le tattiche di cui abbiamo discusso in questo capitolo, ma vedrai che ne varrà la pena.

DIGITAL  PRO

**CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO**

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

Davide Armari | Digital Pro



L'e-mail marketing determinerà la crescita del tuo business come nessun'altra strategia può fare.

Il prossimo passo per padroneggiare il Digital Marketing è il **Search Marketing** e lo tratteremo **nel prossimo capitolo**.

DIGITAL  PRO

CORSO DI DIGITAL MARKETING GRATUITO

[WWW.DAVIDEARMARI.IT](http://WWW.DAVIDEARMARI.IT)

[VAI AL CAPITOLO 6](#)