

Coach

Luigi Pavan – controllo di gestione e gestione finanziaria - altre informazioni su www.best-power.it

EMAIL MARKETING

L'email marketing ha rivoluzionato il modo di fare business. Con le email possiamo promuovere e concludere affari in tempi brevi ad un costo praticamente pari a zero mentre con altri sistemi sono necessari giorni e forse mesi a costi elevati.

Ecco le statistiche dei siti che utilizzano l'email marketing per promuovere le proprie vendite:

Forniture per uffici 100%

Abbigliamento 84%

Ecommerce 82%

Sport 80%

Elettronica 77%

Cura personale 67%

Informatica 67%

Per avere successo con l'email marketing è necessario:

- pianificare le azioni da intraprendere;
- definire il budget di spesa che si intende adottare;
- identificare il target (categoria e zona) a cui volete inviare il messaggio;
- creare un messaggio in grado di avere un significativo ritorno sulle vendite (testo, immagine, promozione, vantaggio, personalizzazione, ecc.)
- disporre di liste adeguate di indirizzi email;
- definire l'ora e il giorno per l'invio (ricordate che molti usano la pausa pranzo per leggere le email).

Mettiamoci al lavoro per la nostra campagna di email marketing.

1. LA LISTA

Se avete un sito internet a cui ci si può iscrivere disponete già di una vostra lista profilata per il prodotto/servizio che vendete.

Se invece al vostro sito non è possibile iscriversi (oppure se non possedete un sito o avete scarsi nominativi) dovrete acquistare una lista adeguata. Dal momento che la resa media è dell'1 %, per avere risultati adeguati saranno necessari migliaia di nominativi.

Supponendo che i prodotti/servizi di cui vi occupate siano rivolti ad attività commerciali, vi sarà facile rintracciare le email sul sito delle pagine gialle, suddivise per zona ed attività ma dovrete trascriverle manualmente

All'indirizzo www.best-power.it/allegati/TPG.zip è scaricabile il software TelePG che permette di estrarre liste di indirizzi ed email dalle Pagine Gialle online per categoria e zona nella quantità che desiderate e senza nessun costo aggiuntivo. In pochi minuti le liste che desiderate saranno pronte per le vostre campagne di email marketing.

In alternativa potrete comprare la lista da un'apposita azienda che offre questo servizio.

2. LA RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE

L'attuale normativa sulla privacy prevede che le operazioni di email marketing non assumano la forma di "spam" che, oltre ad essere fastidioso perché intasano le caselle di posta elettronica, possono comportare anche denunce al garante della privacy.

Per evitare questo fatto è necessario inviare una semplice email richiedendo al destinatario se intende ricevere notizie sul prodotto/servizio.

La email può essere di questo tenore (questo testo contiene dei link html):

Richiesta consenso ai sensi dell'art. 13 codice privacy DLGS 196/2003.

Alla cortese attenzione della Direzione

Con la presente le richiediamo il consenso per sottoporle la nostra offerta per implementare in azienda il **controllo di gestione economico e finanziario**.

ACCONSENTO

Cordiali saluti.

Best Control srl - www.best-control.it - 0276007589 - business@tin.it

Se il destinatario si è iscritto al vostro sito la richiesta di consenso si intende già espressa e potete passare all'invio direttamente.

Sappiate che esistono software in commercio per l'invio automatico di email personalizzate a liste con elevato numero di indirizzi.

3. L'INVIO DEL MESSAGGIO

Nella stesura della email del messaggio bisogna tener conto di alcune cose:

- A. molte email vengono cestinate senza essere lette perché dall'oggetto si percepisce cosa contengono e l'argomento non interessa: attenti quindi alla definizione dell'oggetto. I venditori cinesi di materiale elettronico mettono oggetti che possono attirare l'attenzione assolutamente diversi dal contenuto;
- B. Il tempo medio di lettura per decidere se continuare a leggere l'email o cestinarla è di pochi secondi; andate quindi subito al sodo;
- C. Per sapere la percentuale di apertura delle email spesso si usa un link ad una pagina del sito dove è stato inserito un contatore;
- D. In fondo alla email è necessario riportare la possibilità di cancellarsi inviando un messaggio, così come previsto dalla privacy;
- E. La maggior parte delle email contengono immagini. Dato il tempo limitato di apertura bisogna attirare subito l'attenzione e invogliare il soggetto ad entrare nel sito dove sono esposti i prodotti/servizi;
- F. Evitate di inviare email il lunedì mattina (ci sono email più importanti ed altri argomenti da affrontare) ed il venerdì pomeriggio (il pensiero è già nel week end).