

# LEAD GENERATION ATTRAVERSO L'EMAIL MARKETING

## DEM

*La DEM, o Direct Email Marketing, è una strategia di marketing che ti consente di comunicare con il tuo potenziale cliente attraverso l'invio di email.*

*È un tipo di strategia commerciale il cui obiettivo è quello di promuovere un prodotto o un servizio inviando **un' e-mail personalizzata** direttamente alla casella di posta elettronica privata.*



# LEAD GENERATION ATTRAVERSO L'EMAIL MARKETING

## DEM

*la DEM può essere utilizzata con efficacia per il lancio di nuovi servizi e prodotti e per comunicare in maniera veloce promozioni e offerte in corso. I messaggi inviati hanno come obiettivo quello di invogliare e coinvolgere gli utenti, per questo è importante inserire all'interno del testo **call to action** specifiche e **un copy accattivante e personalizzato** in base a quello che si desidera comunicare.*



## BENEFICI

*L'utilizzo di questa strategia offre numerosi benefici tra cui:*

- *Fidelizzare i clienti*
- *Acquisire nuovi clienti*
- *Migliorare la visibilità del proprio brand*
- *Aumentare il fatturato*
- *Mettersi in contatto con molti utenti in pochi minuti*
- *È una forma di pubblicità che permette di risparmiare di più rispetto a molti altri strumenti di comunicazione.*



## ELEMENTI PER UNA CAMPAGNA EFFICACE

- Studio del il proprio target
- Gestione database
- Gestione redazionale dei contenuti
- Timeline di invio
- Analisi degli obiettivi della campagna
- A-B testing



## STUDIARE IL PROPRIO TARGET

*Il target è ciò che permette alla tua idea di vivere ed evolversi.*

*Il target è un gruppo selezionato di consumatori (maggiormente disposti ad acquistare un prodotto o servizio) a cui l'azienda si rivolge.*

*È fondamentale segmentare la propria clientela perché ogni tipologia di cliente riceva il messaggio pertinente in base alla propria collocazione.*



## STUDIARE IL PROPRIO TARGET

*Domande per riconoscere il tuo target:*



- *Quali sono le caratteristiche sociali del mio target? (Sesso, età, cultura, ceto sociale, reddito, zona di residenza...)*
- *Quali sono le sue abitudini di acquisto? (A quali canali si rivolge, frequenza, quanto spende, tipologia e quantità di prodotti comprati...)*



## STUDIARE IL PROPRIO TARGET

*Domande per riconoscere il tuo target:*



- *Quali sono i bisogni? (quali sono i vantaggi ricercati nel prodotto, problemi da risolvere e altre esigenze...)*
- *Quali sono le caratteristiche psicologiche? (atteggiamenti, emotività, stile di vita...)*



## GESTIONE DATABASE

*Un database è formato da una lista di contatti e clienti. Una volta che l'utente diventa parte del tuo database, sarà parte della tua attività. Se vuoi aumentare le conversioni e creare engagement, dovrai curare il tuo database e mantenerlo aggiornato tramite:*





## GESTIONE DATABASE

- Importazione di dati provenienti da database esterni e da altri gestori di mailing list.
- Esportazione di dati grezzi o in forma aggregata dei feedback
- Creazione di gruppi/categorie in base alle caratteristiche specifiche degli utenti del target selezionato .



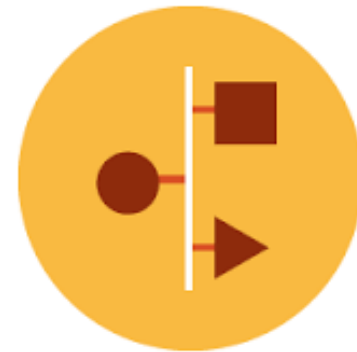
## GESTIONE REDAZIONALE DEI CONTENUTI

*Per essere efficace sul target il contenuto della mail deve: Coinvolgere, incuriosire, interessare e saper trasmettere un'informazione. Deve prendere per mano i tuoi iscritti e condurli nel tuo mondo, raccontare chi sei, quali sono i tuoi valori e perché dovrebbero scegliere te.*



## TIMELINE DI INVIO

*È importante programmare l'invio delle mail e non trascurarne la periodicità.*



*È consigliabile alternare email di valore e contenuto coinvolgente a email con contenuti commerciali*



## ANALISI DEGLI OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

*Il monitoraggio e l'analisi di una campagna di Direct E-mail Marketing è indispensabile per verificare le statistiche e i risultati dell'invio della newsletter, tracciare l'andamento del tuo progetto, verificare il raggiungimento degli obiettivi prestabiliti ed eventualmente, focalizzare l'attenzione sugli aspetti che richiedono di essere migliorati.*



## ANALISI DEGLI OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

*Nello specifico, è necessario monitorare, sulla base delle email inviate:*

- *Totale email ricevute*
- *Totale email aperte*
- *Totale email bloccate/ritornate*
- *Totale email lette*
- *Totale utenti disiscritti*
- *Totale click/interazioni effettuate*



## A-B TESTING

*È consigliabile, prima di avviare una campagna di Direct E-mail Marketing effettuare un A-B test.*

*L' A-B test consiste nell'invio ad un campione di utenti del target selezionato di due versioni della nostra newsletter in modo da assicurarci che essa sia efficace e prevedere l'impatto che essa avrà su larga scala.*

