

di Stefano Falcone
Imprenditore nel digital business

Ancor oggi è una forma di comunicazione molto efficace

Cos'è l'email marketing, perché conviene e come farlo

Ha il vantaggio di un prezzo altamente concorrenziale e di un'estrema facilità d'uso. Ma una buona strategia imporrebbe che si utilizzasse di pari passo con i social media...

La difficoltà non sta nel credere alle nuove idee, ma nel fuggire dalle vecchie.

John Maynard Keynes

Spesso grandi imprese nascono da piccole opportunità.

Demostene



A fianco

Per Stefano Falcone, esperto e specialista in Digital Business, l'email marketing rimane tuttora un'ottima opzione per promuovere ed espandere una qualsiasi attività.

Sotto

Un cowboy impegnato nel servizio di Pony Express in una stampa di fine Ottocento. Tale attività consentì di veicolare per qualche anno la posta prioritaria in Nord America divenendo il mezzo di comunicazione più diretto prima dell'avvento del telegrafo.



Cos'è l'email marketing?

Rispondere a questa domanda potrebbe sembrare semplice e immediato: **l'invio di pubblicità tramite email!**

La risposta, però, non è così scontata come potrebbe apparire. Se provassimo infatti ad articolare un pochino, potremmo dire che l'email marketing consiste "nell'uso della posta elettronica per promuovere prodotti e/o servizi al fine di sviluppare relazioni con potenziali clienti". Si tratta essenzialmente di posta diretta e mirata a terzi, realizzata elettronicamente (email) anziché mediante l'utilizzo del servizio postale tradizionale.

Vediamo dunque di spiegare nel dettaglio **cos'è l'email marketing, quali sono i vantaggi e i metodi per praticarlo** in maniera efficace, confrontandolo inoltre con altre forme di marketing. Analizziamo

poi anche **gli svantaggi, gli errori più comuni** e perché, in conclusione, valga la pena di affidarsi a dei professionisti.

Le aziende inviano ogni giorno decine, se non centinaia, di email di natura differente: conferme d'ordine, risposte alle domande dei clienti... In effetti, però, ogni messaggio inviato a un cliente per posta elettronica potrebbe anche essere considerato una forma di email marketing, tranne che in rarissimi casi.

L'email marketing è un segmento dell'internet marketing, che comprende il **marketing online tramite siti web, canali social, blog** e altro ancora. Va poi detto che esistono varie forme di email marketing, che possono includere newsletter con aggiornamenti sulla società, promozioni di vendite e offerte esclusive per

abbonati o iscritti. Tali email possono anche condividere messaggi generali, quali per esempio gli auguri per una festa ricorrente oppure gli auguri per il compleanno di un iscritto. Uno degli obiettivi dell'email marketing è quello di consentire alle aziende di mantenere i loro clienti informati e di adattare i messaggi a uno specifico segmento di destinatari, con il solo limite di rischiare di stancare e allontanare i clienti con continue e fastidiose email di spam.

I due maggiori vantaggi di questa forma di comunicazione sono il prezzo e la facilità d'utilizzo.

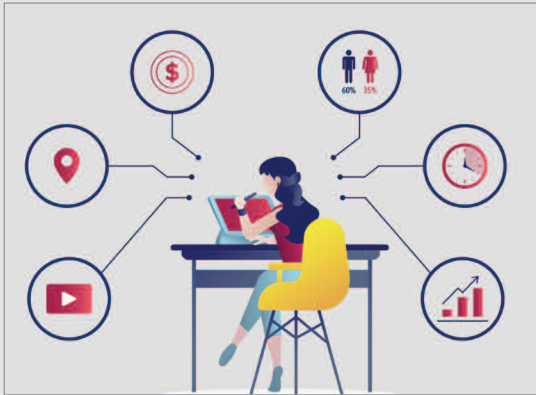
Il prezzo è altamente concorrenziale rispetto ad altri tipi di marketing: questo è infatti il modo più economico per pubblicizzare un'azienda e i suoi prodotti o servizi. La facilità d'uso è tale da consentirne l'accesso, l'utilizzo e il monitoraggio anche alle più piccole imprese.

Come funziona l'email marketing?

Una delle attività più comuni e di successo è oggi quella di inserire un'opzione di iscrizione alla newsletter al sito web: fare cioè in modo che un numero crescente di persone e di clienti possa aderire alla newsletter aziendale. Sarà così possibile raggiungere un'utenza sempre maggiore e **più semplice indirizzare i clienti anche alla newsletter dai profili di social media dell'azienda ampliando la comunicazione e favorendone lo sviluppo.**

Tutto ciò sembra d'immediata comprensione e di facile attuazione, al punto da indurre a una rapida conclusione: "Che bello! È così semplice che posso fare tutto da solo".

Certo, in teoria è possibile... ma in pratica altamente sconsigliabile: se si vuole infatti evitare il rischio che, seppur ricevute, le email non



Una buona strategia imporrebbe che l'email marketing andasse di pari passo con i social media.

vengano lette o - peggio ancora - siano cestinate ed eliminate dalla mail list, conviene affidarsi a dei professionisti del settore. Saranno loro a studiare le migliori strategie e a creare contenuti di elevata qualità, con il risultato di aumentare notevolmente la probabilità che le comunicazioni via email vengano notate e prese seriamente in considerazione.

Cos'è una newsletter?

Detto semplicemente, **una newsletter è un messaggio inviato via email in modo ricorrente a una lista di iscritti** per tenerli aggiornati. La newsletter ha una grafica e un layout ben preciso, che solitamente è conforme allo stile comunicativo dell'azienda che la invia. Ce ne possono essere di diversi tipi: si può trattare di un'email promozionale progettata per evidenziare l'ultima novità di un brand e/o dei suoi prodotti, oppure può includere contenuti editoriali. **Importante: la newsletter deve essere inviata nel rispetto della normativa sulla privacy.**

Una newsletter regolare costituisce un modo semplice ed efficace per inviare aggiornamenti sulla natura dell'azienda, sui prossimi eventi e sulle offerte speciali. Attraverso software dedicati è possibile inoltre programmare email promozionali personalizzate e automatizzate, rivolte a nicchie

di clienti (per esempio a quanti non hanno effettuato acquisti di recente o a coloro che comprano solo determinate categorie di prodotti).

Email marketing: ma è ancora attuale?

Può sembrare strano che alle soglie del 2023, quindi nel pieno dell'era dei social, ci venga consigliato di utilizzare l'email quale strumento privilegiato di marketing. Tuttavia esistono dati statistici che dimostrano come questa forma di comunicazione rimanga importante.

Studi sulle principali piattaforme di email marketing indicano che questo tipo di marketing restituisca una media di quaranta euro per ogni euro speso. I sondaggi rilevano inoltre che il 59% dei clienti è influenzato dalla posta elettronica quando si tratta di decisioni di acquisto. Si stima che l'email marketing abbia un tasso di conversione del 2,3%, rispetto all'1% per i social media. Il vantaggio della posta elettronica rispetto ai social media è che i clienti hanno maggiori probabilità di vedere un'email rispetto a un post. Postare qualcosa sui social non implica che quanti vorremmo raggiungere vedano il messaggio. L'email, invece, rimane in una casella di posta fino a quando non viene letta (o cancellata). Anche se, in sintesi, **una buona**

strategia imporrebbe che l'email marketing andasse di pari passo con i social media.

Ricapitolando, cos'è dunque l'email marketing?

Una soluzione efficace e collaudata, che nel tempo ha dimostrato di essere solida e affidabile, adatta a qualsiasi tipo di azienda e a ogni prodotto/servizio. Può considerarsi, qualsiasi siano gli obiettivi, il modo migliore per trasmettere a più persone possibile, e, in contemporanea, un messaggio diretto e funzionale allo scopo. Le email inviate, peraltro, non devono necessariamente perseguire il tentativo di vendere qualcosa. Possono e devono essere utilizzate anche per condividere il feedback dei clienti, come le storie di successo, le recensioni migliori, ecc. Oppure anche per costruire un rapporto continuativo di fedeltà, condivisione e crescita.

Un altro utilizzo è quello di creare messaggi educativi per aiutare i clienti, gli iscritti o gli abbonati, ad avere migliore comprensione del prodotto o del servizio. Nel futuro, dunque, le campagne di email marketing non saranno abbandonate o superate, ma lavoreranno ancor più in sinergia con le quelle di social media marketing per implementare e ottimizzare l'impegno e l'obiettivo comunicativo di ogni azienda.

Le statistiche dimostrano come questa forma di comunicazione rimanga importante.



Qui sopra
Una carrozza postale inglese della seconda metà del XIX secolo.

www.stefanofalcone.info





CLINK

Il metodo clink aiuta a trovare nuovi clienti e migliorare le vendite, con nuovi strumenti digitali.

Digital Busines, siti Web integrati, con Intelligenza Artificiale, App e Web App, Social Media.



Clink
Largo Parolini 54
Bassano del Grappa
www.clink.team