

E-mail marketing: Gestione dei contenuti

I contenuti rappresentano la parte più importante delle nostre newsletter in quanto sono in grado di influenzare in positivo o in negativo le azioni dei nostri clienti. La gestione dei contenuti può essere affrontata sotto diversi punti di vista:

Cosa e come proporre

Il primo aspetto da tenere in considerazione riguardo i contenuti è la tipologia di newsletter che si vuole inviare. Possiamo infatti distinguere le newsletter dalle DEM. Le prime sono comunicazioni a carattere prettamente informativo, le seconde sono invece comunicazioni a carattere prettamente commerciale. Dal mio punto di vista una e-mail diretta ai clienti dovrebbe essere **un giusto mix di elementi informativi e commerciali**. Ad esempio, se gestissimo una palestra, possiamo comporre un testo sui benefici dello spinning e corredare l'e-mail con un'offerta relativa alle lezioni di spinning. Se poi riusciamo ad inviare questo messaggio ai clienti che ci hanno richiesto informazioni su questo argomento specifico, riusciremo ad ottenere dalla nostra campagna ottimi risultati. Nel comporre i testi delle nostre newsletter dobbiamo infatti tenere in considerazione le aspettative dei nostri clienti. Al momento dell'iscrizione abbiamo raccolto delle preferenze e dobbiamo rispettarle onde evitare di incrinare il rapporto di fiducia instaurato al momento dell'iscrizione.

L'oggetto dell'e-mail

L'oggetto dell'e-mail è un elemento fondamentale in quanto è la prima parte di contenuto che i destinatari delle nostre e-mail vedono nella loro casella di posta. Riuscire a comporre un oggetto accattivante contribuisce ad **aumentare l'efficacia della campagna** di e-mail marketing. In poche frazioni di secondo dobbiamo convincere il destinatario ad aprire e leggere la nostra e-mail. L'oggetto dovrebbe avere alcune caratteristiche tra cui:

1. **Essere breve e conciso**

L'oggetto di una mail non deve superare i 40/50 caratteri, quelli visualizzati dai programmi di posta elettronica.

2. **Uso corretto di maiuscole e punteggiature**

Nell'oggetto di una e-mail occorre sempre evitare i punti esclamativi e non scrivere mai in maiuscolo, sia per evitare possibili penalizzazioni dei filtri antispam, sia per non infastidire il destinatario.

3. **Inserire call-to-action**

Le best practice consigliano di inserire delle call-to-action (invito all'azione; ad esempio: "scopri i nuovi corsi") negli oggetti delle e-mail per incrementare i tassi di apertura.

4. **Omogeneità con i contenuti**

L'oggetto dell'e-mail dovrebbe sempre rispecchiare i contenuti del messaggio. In particolare, le buone regole consiglierebbero di inserire come titolo all'interno dell'e-mail lo stesso oggetto per dare continuità ai contenuti e alle offerte.

Intervalli di invio

Sempre nell'ottica di rispettare i clienti è opportuno **decidere le cadenze con cui inviare le newsletter**. Su questo non ci sono scelte giuste o non giuste, sicuramente però **non bisogna esagerare con le e-mail inviate**. Una cadenza ottimale potrebbe essere mensile o bimensile, a seconda delle offerte e delle informazioni da proporre. E' poi possibile programmare invii straordinari per promuovere offerte specifiche o per sollecitare specifici contatti. **La pianificazione degli invii è anche fondamentale** per gestire i tempi con cui preparare le offerte e i contenuti in modo da ottimizzare i tempi per l'invio.

Cosa non deve mai mancare

Alcuni elementi che non devono mai mancare nel contenuto di una newsletter sono:

1. Riferimenti aziendali (denominazione, recapiti, indirizzo e-mail, sito web);
2. Link per la cancellazione dalla newsletter;
3. Link per la visualizzazione on-line del messaggio.

Realizzati i contenuti occorre decidere come formattarli e che aspetto dargli per proporli ai nostri clienti nel modo più efficace possibile.

Un altro aspetto fondamentale che riguarda la raccolta degli indirizzi e-mail è quello legato alla privacy. Occorre **fornire un'informativa sulla privacy dettagliata** in modo da conquistare la fiducia di chi si iscrive. Il cliente vuole sapere che uso verrà fatto del suo indirizzo e-mail o dei suoi dati personali. E' quindi fondamentale fornire sempre una **policy sulla privacy** indicante le modalità di trattamento dei dati e i diritti che il cliente potrà esercitare. Rubalo.it! by Emmeweb srl include in ogni newsletter del servizio email marketing gli elementi legali quali informativa sulla privacy e modalità di cancellazione; il servizio viene erogato verso utenti nazionali e internazionali a seconda delle specifiche del cliente.

Staff Rubalo.it! by Emmeweb srl