Come fare email marketing: le basi per diventare esperto

di Paolo Franzese



Probabilmente ha fatto a Google questa domanda: Come fare email marketing? Ciò vuol dire che non sei ancora convinto che l'email marketing sia una delle parti più importanti della tua attività. Io ci credo tantissimo, credo che sia uno dei servizi centrali, e te lo spiegherò in questo articolo.

Perché l'email marketing

Mi piace sempre partire dai dati:

- **5,59** miliardi di account email attivi;
- **2,7** milioni di email al secondo;
- **293,6** miliardi di email ogni giorno.

Il numero di email esistenti è spaventoso, circa **5,59 miliardi** di indirizzi email attivi! Più della metà degli abitanti del pianeta usa la posta elettronica. Rispetto alle email inviate nel 2020 si registrano nel 2021 40 miliardi di email in più.

Con questi numeri la tua azienda non può permettersi di non avere una strategia di email marketing.

A differenza delle piattaforme di Social Media, con le loro caratteristiche confuse e un algoritmo in continua evoluzione, in un momento in cui i tuoi post sembra che non piacciano e a nessuno, l'email marketing è relativamente semplice.

In questo articolo ti insegnerò l'email marketing, preparandoti con una base per un successo che può durare anni.

Se lo trovi utile, assicurati di iscriverti alla mia newsletter settimanale:

Come fare email marketing? Bisogna essere esperti.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Diventa esperto

Le comunicazioni via email fanno già parte della tua attività. Le email servono per *vendere*, *fidelizzare*, far *crescere* il tuo *brand*. Con una buona email non solo convinci le persone a comprare i tuoi prodotti/servizi, ma puoi convincere le persone della tua *autorevolezza*, puoi creare altri seguaci del tuo brand, creare una *connessione* più “intima” con i tuoi follower.

Cerchiamo di capire come si diventa esperto di email marketing, il percorso si può dividere in tre passaggi fondamentali:

- Costruire la tua lista;
- Mantenere in salute quella lista;
- Mandare un’e-mail a quella lista con contenuti preziosi, ogni volta.

Segui questi **tre** passaggi e potrai iniziare a fare email marketing da esperto, vediamo in dettaglio cosa devi fare.

Come fare email marketing? Costruisci la tua lista.

Costruisci la tua lista

Cominciamo dal costruire *chirurgicamente* la tua lista. Quando crei l’elenco delle tue email, c’è una sola regola che regna su tutte:

> Mai acquistare o noleggiare un elenco.

In effetti ci sarebbero più regole, ma concentriamoci per adesso su questa prima regola. Acquistare o noleggiare una **mailing list** può portare a:

- Bassi tassi di apertura;
- Aspetto negativo del marchio;
- Multe salate da agenzie per la tutela della privacy.

Come fare email marketing? Cosa fare per ottenere qualità?

Una lista di qualità

Cosa dovresti fare per costruire un elenco di e-mail di qualità? Bene io ti posso raccontare come ho costruito la mia lista di iscritti. La raccolta delle email nasce nel 2013, la provenienza degli indirizzi email è diversa. Nell’ultimo periodo ho attirato iscritti producendo un e-book gratuito su **TikTok**, considerando che in questo ultimo periodo le persone cercano frequentemente sul mio sito:

“Come ottenere follower su TikTok”

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Allo stesso modo tu puoi offrire gratuitamente:

- Una prova del tuo servizio;
- Un webinar;
- Oppure altre esperienze.

Qualunque cosa tu offra, deve essere qualcosa di abbastanza prezioso, tanto da convincere gli utenti a comunicarti la loro *migliore email personale* per l'iscrizione alla newsletter.

Oltre ad una *landing page*, la maggior parte dei siti web ti faranno anche comparire un **pop-up** per raccogliere l'e-mail, non amo tanto i pop-up ma ci sto pensando anche io. Puoi impostarne uno che compaia dopo che l'utente ha passato un po' di tempo sul tuo sito, il tempo trascorso (bounce rate maggiore del 50%) indica che sta ricevere valore da ciò che hai sul sito e potrebbe essere ben disposto a ricevere maggiori informazioni.

Se il tuo sito è un e-commerce, se comporta fare ordini on line, allora assicurati che i clienti siano sollecitati ad iscriversi alla tua **mailing list** quando effettuano un acquisto.

Perché è importante che gli utenti si attivano? Avere utenti che si iscrivono alla tua *mailing list* significa che vogliono sentire altro da te, le tue email rispetteranno l'**antispam**, le regole diventano sempre più rigide, rispetterai le severe politiche attuate dai governi e dai servizi di posta elettronica stessi.

Come fare email marketing? Se non conosci il GDPR leggi qui.

Attento a diventare spam

Per rispettare ancora di più il GDPR (un regolamento dell'UE che tutela la privacy dei dati dei cittadini europei) devi attivare il **double opt-in**, il sistema di verifica durante la fase di registrazione di un contatto nella tua Lista d'invio, ovvero:

- **Double opt-in**: il metodo richiede la doppia validazione da parte dell'utente prima di essere ufficialmente iscritto;
- **Single opt-in**: un processo di iscrizione semplice e lineare, iscrizione senza la necessità di una successiva convalida dei propri dati o e-mail.

Io consiglio il **Double opt-in** perché così:

- Gli indirizzi nella tua mailling list saranno *verificati*;
- Il livello di *coinvolgimento* degli utenti sarà più alto;
- Maggiore *protezione* delle tue mailing list;
- Maggiore e rispetto del *GDPR*;
- La *qualità* della tua mailing list sarà maggiore;
- Avrai meno segnalazioni come *spam*;
- Avrai un numero minore *bounces* (quelle email che vengono bloccate / rimbalzate dal server);
- Potrai *personalizzare* meglio le tue e-mail;

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

- Gli utenti non potranno darti e-mail *false*;
- I browser di posta elettronica riconosceranno le tua email come di *qualità*.

Come fare email marketing? Fai spesso le pulizie nella tua lista.

Mantieni pulita la tua lista

Ora ti spiego come puoi costruire una buona mailing list, un palcoscenico per il tuo successo futuro. Per fare questo è importante la cura della tua lista, periodicamente devi “lucidare” la tua mailing list, per rimuovere lo sporco, ovvero le email che *rimbalzano* o indirizzi che *non aprono mai* le tue email.

Di regola io lo faccio spesso, ogni 6 mesi e magari ogni anno faccio le grandi pulizie.

Ripulire la tua mailing list è molto importante, probabilmente ti starai chiedendo il perché. Devi sapere che inviare email a persone che poi non le apriranno è un bel danno, questa cosa è una metrica che algoritmi di posta elettronica utilizzano per determinare se qualcosa è spam.

? **Nota**: **Engagement Relationship** (rapporto di coinvolgimento): più invii email che non si aprono mai e più probabilmente le tue email saranno classificate come spam.

Come fare email marketing? Impara a segmentare per un aumento del ROI.

Segmenta

Come vedi non è facile consegnare una email e farsi leggere, troppi ostacoli. Nonostante tutti questi ostacoli, nonostante l’antispam, il GDPR ed altro, il valore complessivo dell’email marketing è in aumento. Senza parlare di numeri ti dico velocemente che l’indicatore ROI (Return on Investment) è aumentato, e di molto.

In verità la ragione principale di questo aumento è la segmentazione nell’email marketing.

Io lo faccio continuamente, ho diviso la mia mailing list in gruppi più piccoli, in altre liste, in base a:

- Email da verificare;
- Clienti;
- Utenti non attivi;
- Utenti attivi:
    1. Che aprono l’email;
    2. Raggruppati per dati demografici;
    3. Che cliccano sui link in email;
    4. Che cliccano sui link in email di richiesta consulenza.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

La suddivisione della mailing list in gruppi più piccoli è perfetta per inviare contenuti specifici per ogni segmento in base ai loro interessi. Anche tu puoi segmentare il tuo elenco per dati demografici, come la posizione, le dimensioni dell'azienda, o qualsiasi altra cosa importante per la tua attività.

Ma la vera email i manager usano quello che c'è chiamato comportamentale segmentazione che sta raggruppando in base a come l'utente in precedenza interagito con il tuo marchio. Cose come le precedenti
acquisti, fasi del ciclo di vita, e fidelizzazione del cliente. Creazione di email con trigger flussi per comportamenti specifici ti permettono di essere reattivo alle esigenze dell'utente. Quindi non c'è da meravigliarsi che 77% del ROI dell'email marketing viene da questo tipo di trigger segmentato e mirato campagne.

È lo strumento migliore per ottenere il tuo pubblico il prezioso contenuto che vorranno aprire perché sanno che è adattati ai loro interessi. E questo… è in entrata, piccola.

Come fare email marketing? Leggi questo passo finale per avere padronanza dell'email marketing.

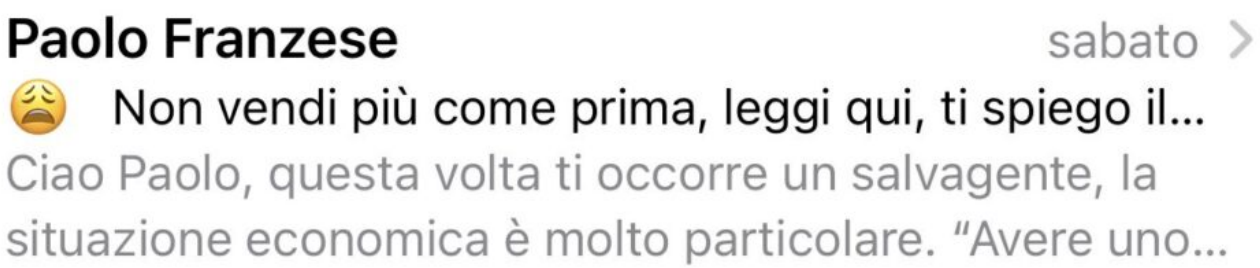
Invia email preziose

In media riceviamo 150 / 200 email al giorno, sono tantissime, di queste 150 almeno 50 sono email importanti di lavoro che richiedono una risposta, restano 100 altre e-mail che necessitano della tua attenzione.

Come si può creare una email magnetica? Come puoi distinguerti? Ecco i miei consigli sacri:

1. Crea un buon titolo del campo **oggetto**, magari utilizza una emoji per distinguerti tra le tante email da leggere (se non sai come fare contattami pure);
2. Fai seguire all'esca una *buona email* che possa migliorare la vita a chi la leggerà, se vuoi la fila ad attendere la tua email devi offrire qualcosa di buono ai tuoi iscritti;
3. Crea email *preziose* che i tuoi abbonati vorranno ricevere e saranno felici di aprire;
4. Se consigli qualcosa ai tuo iscritti, ricordati di associare una *bella sensazione* al tuo consiglio, cerca di riportare precedenti belle sensazioni nell'offrire nuovi consigli;
5. Inizia a trasmettere *valore* partendo dal testo contenuto nell'oggetto;
6. Racconta al destinatario *cosa otterrà* dall'apertura della e-mail;
7. Prova suscitare l'interesse con *50 caratteri* o meno;
8. Lascia un po' di mistero così si sentiranno obbligati ad aprire l'e-mail;
9. Assicurati però che ciò che scrivi nella riga dell'oggetto venga effettivamente consegnato nel corpo dell'e-mail;
10. A nessuno piace un testo *Clickbait*, a nessuno piace l'inganno;
11. La maggior parte della segnalazione dello *spam* arriva per le righe dell'oggetto;
12. Utilizza un *preheader* (preintestazione), le prime parole nel corpo della tua email che vengono visualizzati in anteprima nella tua casella di posta per supportare la riga dell'oggetto.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Ecco un esempio di come dovrebbe apparire una email per aumentare l’open rate.

Come fare email marketing? Tieni sempre come modello la tua email killer.

Email Killer

La fonte di questi suggerimenti viene anche da migliaia di iscritti alla mia newsletter, da circa 70.000 newsletter inviate, numerosi A/B test, sia per l’oggetto della email che per i contenuti. Tutti test che mi servono per creare una testo geniale nella riga dell’oggetto e nella preintestazione.

Se gli utenti hanno voglia di leggere ciò che ho inviato allora devo prepararmi a creare una e-mail killer con questi suggerimenti:

Testo pulito

Cerca di mantenere il testo pulito e semplice con ben in evidenza i punti principali, usa frasi brevi e molte interruzioni paragrafo. I pensieri prolissi conservali per il tuo blog, ricordati che sti inviando una e-mail.

Scrivi per il tuo pubblico

Ricordati la segmentazione che hai fatto, scrivi per chi vorrà leggerti, per questo la segmentazione è così importante.

Sii amichevole

Scrivi in ??modo amichevole, usa lo stile uno a uno, è un buon modo per attirare clienti ma anche e non essere etichettato come spam.

? **Nota**: Ci sono molti strumenti on line per testare se la tua email è etichettata come **spam**

- **Mail Tester** è abbastanza veloce https://www.mail-tester.com/;
- **Mail Genius** fornisce risultati in più tempo ma molto dettagliati https://www.mailgenius.com/.

Questi piccoli suggerimenti ti stupiranno, potrai fare una differenza enorme con questo articolo potrai creare campagne di email marketing di successo.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 11 Ottobre 2021

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons