

Campagne di Email Marketing: ecco come gestirle

Pubblicato: Lunedì 15 Novembre 2021



Fidelizzare un cliente online non è poi così difficile come si pensa, è sufficiente fargli sapere che ci siamo e che possiamo accontentare le sue richieste. Tra le varie possibilità di marketing, quella delle **campagne di email marketing** si dimostra essere tra le più efficaci proprio perché permette di avere un contatto diretto con gli utenti.

Tante sono le tipologie di email che si possono inviare con questa campagna e tutte richiedono l'iscrizione a un servizio, come ad esempio **Mailchimp** o **Sendblaster**, che permettono di gestire non solo l'invio dell'email in sé, ma anche grafica e contenuto della stessa per renderla ancora più intrigante per il cliente.

Vediamo quindi quali sono i passaggi fondamentali per le campagne di email marketing che dia **i giusti risultati**.

Campagne di Email Marketing: da dove partire

Prima di procedere con una campagna di email marketing è importante sapere di preciso di cosa si parla. Non è infatti una classica email, ma una comunicazione per il cliente che può essere un messaggio commerciale, una novità riguardante l'azienda, e prende quindi il nome di **newsletters**, oppure notifiche legate all'attività dell'utente.

Affinché la campagna di marketing vada a buon fine è necessario che sin dal primo momento si individui il tipo di comunicazione che si intende inviare e con quale scopo. Per questo sarà importante anche sviluppare **una landing page adeguata e precisa**.

Quali passaggi seguire per gestire correttamente le campagne di email marketing

Dopo aver controllato l'affidabilità della piattaforma di invio per le email e aver eseguito l'iscrizione, è il momento di raccogliere gli indirizzi email a cui effettuare questi invii. Non è necessario inventarli, ma vanno raccolti attraverso **appositi moduli** che permettano di rilasciare il consenso all'invio di comunicazioni mediante questo canale. Il metodo più efficace per ottenere anche una buona conversione è quello della creazione di una landing page che permetta agli utenti di inserire i propri dati.

Altro passaggio fondamentale per ottenere una buona conversione è quello di **differenziare le email a seconda del target**. Attraverso, infatti, le informazioni che ci vengono fornite dagli utenti è possibile selezionare le comunicazioni da inviare per aumentare le possibilità di conversione e quindi fidelizzazione degli stessi. È un procedimento che può essere svolto con molta facilità grazie all'utilizzo delle piattaforme per email marketing.

Per assicurarsi la buona riuscita della campagna è fondamentale prestare attenzione anche all'**aspetto del mobile responsive**. Quasi la metà delle email, infatti, sono ormai aperte da dispositivi mobili e l'utilizzo di editor integrati che consentano un corretto adattamento si rivela essere l'arma vincente. Ecco perché la piattaforma che utilizziamo ha estrema importanza durante le campagne di email marketing.

Prima di definire completamente la campagna può essere poi buona norma **effettuare un test A/B** per assicurarsi della completa leggibilità del testo e dei link inseriti al suo interno. Solo in seguito possiamo programmare gli invii avendo cura di scegliere l'orario più indicato per il target di riferimento.

Per controllare l'andamento della campagna è di fondamentale importanza controllare con costanza i dati, per poter **intervenire tempestivamente** su un eventuale problema.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it