

01 STEP

Costruire una lista di contatti interessati. È importante che le mail vengano inviate a prospect davvero interessati a ciò che vendi, altrimenti il rischio è che non aprano la mail o, peggio, la lascino finire nel dimenticatoio della cartella spam.



02 STEP

Studia e applica una strategia ad hoc per il tuo target. Invia solo le mail necessarie. Puoi inviare anche 5 o 6 mail al mese, purché siano contenute di valore. Altrimenti 2 o 3 possono tranquillamente bastare.



03 STEP

Crea un layout originale e responsivo per le tue mail. Una mail di solo testo e sfondo bianco, in genere, risulta stancante. Distinguiti. Crea un layout personalizzato, inserisci il tuo logo e assicurati che il design si adatti anche al mobile.



04 STEP

Scrivi un oggetto mail che attiri l'attenzione. L'oggetto della mail è la prima cosa che viene letta dall'utente ed è ciò che può fare la differenza tra una mail aperta e una ignorata o cestinata. Usa la creatività e fornisci un motivo per aprire la tua mail.



05 STEP

Programma e ottimizza l'invio delle mail. Una mail inviata al momento giusto ha più possibilità di essere aperta e letta con interesse. Sperimenta vari orari e basali sul tuo target.



06 STEP

Analizza i risultati. Questo è l'ultimo passo, ma è quello fondamentale. Un'analisi precisa ti consente di comprendere cosa ha funzionato meglio e come intervenire su eventuali errori. Soffermati sempre sull'analisi, crea dei report precisi (tassi di apertura, clic sulla call to action, etc) e ottimizzali.



Ricorda che ogni strategia di marketing va sempre sperimentata, analizzata e replicata. I risultati non arrivano mai subito, ma li ottieni sul lungo termine. L'email marketing non fa differenza. Dai valore alle tue mail e i tuoi prospect lo riconosceranno anche a te.