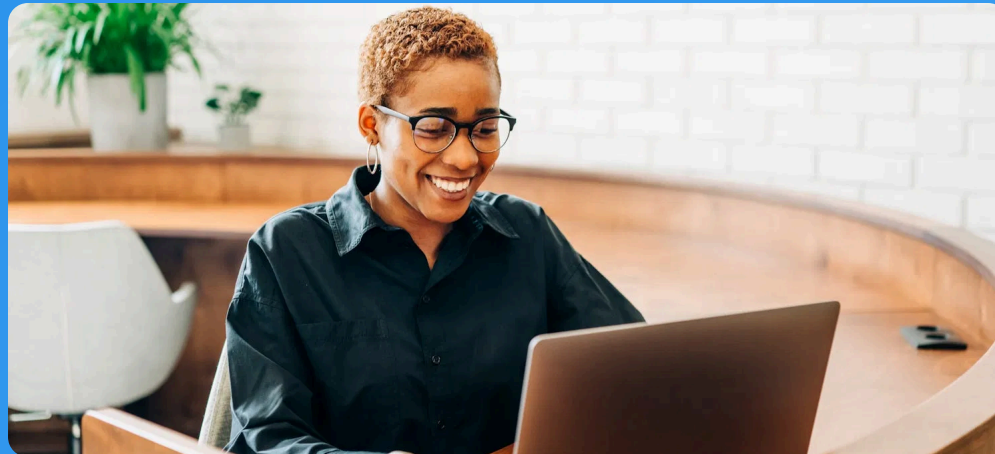


# Strategia Email Full-Funnel con Automazioni e KPI

Creazione di Flussi Email per Aumentare Retention, Ridurre Abbandoni e Crescere la Lista Contatti



# Obiettivo della Strategia



Simulare la progettazione di un ecosistema email che copra più fasi del funnel, con:

- ⚙️ Workflow e contenuti personalizzati
- ⚡ Trigger comportamentali
- 📈 Indicatori chiave di performance (KPI)

# Fase 1 – Progetta 3 Flussi Automatici per Fasi Diverse



Funnel	Nome Flow	Obiettivo	Trigger	Canale	Tempo	Tone of Voice	Leva Psicologica	KPI
Awareness	Welcome Series	Primo acquisto	Iscrizione alla newsletter	Email	Entro 1-2 ore dall'iscrizione	Amichevole, informativo	Reciprocità (offerta valore subito)	Tasso di apertura, tasso di clic, conversione
Consideration	Recupero carrello	Recupero carrello abbandonato	Abbandono del carrello	Email	1 ora dopo l'abbandono	Urgente, persuasivo	Urgenza (offerta sconto limitato)	Tasso di apertura, tasso di clic, tasso di recupero
Post-Purchase	Fidelizzazione	Secondo acquisto + recensione	Acquisto completato	Email	2-3 giorni dopo l'acquisto	Amichevole, motivazionale	Reciprocità, testimonianze	Tasso di apertura, tasso di clic, conversione secondo acquisto

# Dettaglio Flusso 1 - Awareness

## Welcome Series

### 🎯 Obiettivo

Primo acquisto

### ⚡ Trigger

Iscrizione newsletter

### 💬 Tone of Voice

Amichevole, informativo

### 🧠 Leva psicologica

Reciprocità (sconto immediato)

### ✉ Canale

Email

### 🕒 Tempo

Entro 1-2 ore

### KPI principali



Tasso di apertura



Tasso di clic



Conversione

1

### Benvenuto

Email di benvenuto con sconto sul primo acquisto



2

### Prodotti

Presentazione dei prodotti più popolari




3


### Sconto


Reminder dello sconto in scadenza


# Dettaglio Flusso 2 - Consideration


## Recupero Carrello Abbandonato


 **Obiettivo**  
Recupero carrello

 **Trigger**  
Abbandono del carrello


 **Tone of Voice**  
Urgente, persuasivo


 **Leva psicologica**  
Urgenza (sconto limitato nel tempo)


 **Canale**  
Email

 **Tempo**  
1 ora dopo l'abbandono


**KPI da monitorare**

  
Tasso di apertura  
**35%**


  
Tasso di clic  
**15%**

  
Tasso di recupero  
**10%**


## Strategia di recupero carrello efficace

  
**Promemoria**  
Ricorda al cliente i prodotti lasciati nel carrello


>

  
**Incentivo**  
Offri uno sconto esclusivo a tempo limitato

>

  
**Rassicurazione**  
Evidenzia recensioni positive e garanzie

>

  
**Follow-up**  
Invia un ultimo reminder prima della scadenza

# Dettaglio Flusso 3 - Post-Purchase (Fidelizzazione)

Obiettivo: Secondo acquisto + recensioni

## ⚡ Trigger di partenza

Acquisto completato

## ✉ Canale

Email

## 🕒 Tempo

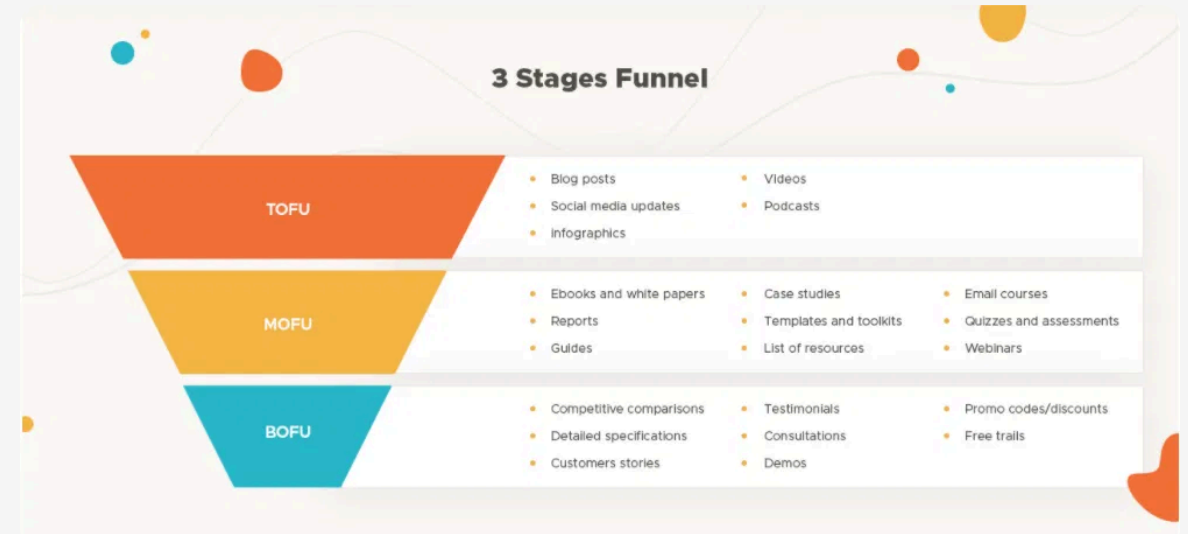
2-3 giorni dopo l'acquisto

## 💬 Tone of Voice

Amichevole, motivazionale

## 🧠 Leva psicologica

Reciprocità e testimonianze (invitare il cliente a lasciare una recensione sul prodotto acquistato)



## KPI da monitorare:



Tasso di apertura



Tasso di clic



Tasso di conversione sul secondo acquisto

# Fase 2 – Crea un Messaggio Dinamico Ottimizzato

Email 1 del Flow Welcome - Obiettivo: Creazione della prima email per il flusso di benvenuto

**Oggetto:** Benvenuto nel mondo della bellezza naturale! 🌿

*Preview text:* Scopri i nostri prodotti naturali con uno sconto speciale solo per te!

Ciao [Nome], grazie per esserti unito alla nostra community!

Ti offriamo uno sconto del 10% sul tuo primo acquisto. Scopri la nostra selezione di prodotti naturali per la cura della pelle!

[Scopri i prodotti](#)

Se non desideri più ricevere nostre email, clicca qui per disiscriverti.

## ✉ Specifiche Email

**Oggetto:** max 50 caratteri

**Preview text:** max 90 caratteri

**Blocco centrale:** max 6 righe

**CTA:** "Scopri i prodotti"

## 👤 Personalizzazione

Elementi personalizzati nell'email:

[Nome]

Prodotto visto

Coupon

## 🛡 Conformità

Link di disiscrizione conforme GDPR incluso nel footer dell'email.

# Fase 3 – Ottimizzazione e Test A/B

Strategie per migliorare le performance delle email

## Test A/B

### Oggetto dell'email:

#### Variante A:

B

"Benvenuto nel mondo della  
bellezza naturale! 🌿"

#### Variante B:

A

"Inizia il tuo viaggio nella cura  
della pelle con uno sconto!"

### CTA (Call to Action):

#### Variante A:

B

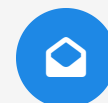
"Scopri i prodotti"

#### Variante B:

A

"Acquista ora e risparmia!"

## KPI da monitorare



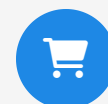
### Tasso di apertura

Percentuale di destinatari  
che aprono l'email



### Tasso di clic

Percentuale di aperture  
che generano un clic



### Tasso di conversione

Percentuale di clic che  
generano un acquisto



### Tasso di disiscrizione

Percentuale di destinatari  
che si disiscrivono

- ✓ Testa una variabile alla volta per risultati chiari e misurabili
- ✓ Utilizza un campione significativo per ogni test (min. 1000 contatti)
- ✓ Implementa la variante vincente e continua a testare nuovi elementi



# Conclusioni e Passi Successivi

## ✓ Conclusioni



### Analisi dei risultati

Analizzare i risultati di ogni flusso per identificare punti di forza e debolezza nella strategia email



### Ottimizzazione dei contenuti

Migliorare i contenuti in base ai KPI osservati per aumentare l'engagement e la conversione



### Aggiustamenti strategici

Pianificare modifiche alla strategia per migliorare la performance complessiva dei flussi email

## ▶▶ Prossimi Passi



### Test continui

Continuare a testare e ottimizzare i flussi per migliorare la performance a lungo termine



### Segmentazione avanzata

Segmentare ulteriormente la lista contatti per personalizzazioni più mirate ed efficaci



### Espansione strategia

Sviluppare nuovi flussi email per coprire altre fasi del customer journey



Implementazione

Mese 1



Analisi

Mese 2



Ottimizzazione

Mese 3



Espansione

Mese 4-6