Strategia di Email Marketing per “ZenSleep”

Esercitazione 4 – Corso Epicode

Titolo: Strategie di marketing per audience specifiche

# 🧪 Descrizione del Prodotto: ZenSleep

ZenSleep è un dispositivo smart pensato per migliorare la qualità del sonno. Attraverso un sistema combinato di luci soffuse, suoni rilassanti e un'app integrata, aiuta l’utente a rilassarsi prima di dormire e a monitorare la qualità del sonno.  
Il prodotto si rivolge a persone che soffrono di stress quotidiano, insonnia leggera o che vogliono semplicemente migliorare il proprio benessere notturno.

# 🎯 Obiettivo dell’Analisi

L’obiettivo è analizzare i dati di performance delle campagne email suddivise per segmento di pubblico e sviluppare strategie personalizzate per:  
- Aumentare il tasso di apertura  
- Aumentare il tasso di clic  
- Aumentare il tasso di conversione

# 📊 1. Analisi dei Risultati Iniziali

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Segmento Audience | Età | Tasso Apertura | Tasso Click | Tasso Conversione |
| Giovani Professionisti Stressati | 25-35 | 47% | 13% | 5% |
| Genitori Lavoratori | 36-50 | 40% | 10% | 4% |
| Lavoratori Tech | 20-30 | 33% | 6% | 2% |

🧾 Interpretazione dei Dati:

- Giovani Professionisti Stressati: buone aperture e clic, già coinvolti, ma possono essere fidelizzati meglio post-acquisto.

- Genitori Lavoratori: performance equilibrate, potenziale da sfruttare migliorando la personalizzazione.

- Lavoratori Tech: tassi bassi su tutta la linea, necessitano di strategie più forti per catturare l’attenzione.

# 🧠 2. Strategie e Implementazioni per Segmento

## 📍 Giovani Professionisti Stressati (25-35 anni)

🔎 Profilo: Lavoratori giovani, attivi, spesso stressati, sensibili al tema benessere.

🔧 Strategie di Ottimizzazione:

* • Email post-acquisto con routine e consigli.
* • Contenuti visivi e multimediali.
* • Referral program per amici.
* • Survey personalizzata all'interno delle email.

📈 Miglioramenti Attesi:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Metrica | Prima | Dopo la Strategia |
| Tasso Click | 13% | 18% |
| Tasso Conversione | 5% | 7% |

## 📍 Genitori Lavoratori (36-50 anni)

🔎 Profilo: Persone impegnate tra figli e lavoro, interessate a soluzioni pratiche per il riposo.

🔧 Strategie di Ottimizzazione:

* • Email tematiche sui benefici del sonno.
* • Invii serali dopo le 21:00.
* • Testimonianze familiari.
* • Offerte bundle per coppie o famiglie.

📈 Miglioramenti Attesi:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Metrica | Prima | Dopo la Strategia |
| Tasso Click | 10% | 12% |
| Tasso Conversione | 4% | 5.5% |

## 📍 Lavoratori Tech (20-30 anni)

🔎 Profilo: Giovani lavoratori digitali, spesso in smart working o freelance, molto esposti a schermi.

🔧 Strategie di Ottimizzazione:

* • Oggetti email provocatori.
* • Compatibilità con Apple Health e Google Fit.
* • Offerte flash a tempo.
* • Call to Action chiare e dirette.

📈 Miglioramenti Attesi:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Metrica | Prima | Dopo la Strategia |
| Tasso Click | 6% | 10% |
| Tasso Conversione | 2% | 4% |

# 🔄 3. Azioni Trasversali per Tutti i Segmenti

* • A/B testing sugli oggetti email.
* • Segmentazione comportamentale dinamica.
* • Email di re-engagement per inattivi.
* • Gamification con premi e badge digitali.

# 🛠 4. Implementazioni Tecniche per Aumentare le Conversioni

* • Integrazione con Klarna, Scalapay o PayPal Pay Later.
* • Sconti per pagamento immediato o acquisto entro 24 ore.
* • Codici sconto personalizzati a tempo.
* • Email di recupero carrello con incentivi.
* • One-click checkout per utenti registrati.
* • Badge di sicurezza e recensioni visibili.

# ⏰ 5. Importanza dell’Orario di Invio

* • Giovani Professionisti: 18:00–21:00.
* • Genitori Lavoratori: 21:00–23:00.
* • Lavoratori Tech: 8:00–10:00 o 12:00–13:30.
* • Evitare invii troppo mattutini o notturni.

# 🧪 6. Valutazione dell’Esperienza Utente sul Sito Web

* • Velocità di caricamento sotto i 3 secondi.
* • Sito responsive su mobile e tablet.
* • Layout chiaro e intuitivo.
* • Checkout semplice e veloce.
* • Correzione di eventuali bug o errori.
* • Uso di strumenti di analisi come Google Analytics o Hotjar.

# 📋 7. Riepilogo dei Consigli Strategici e Operativi

* • Segmentare accuratamente il pubblico.
* • Oggetti email personalizzati e A/B testing.
* • Email post-acquisto per fidelizzare.
* • Incentivi su misura: sconti, referral, offerte lampo.
* • Orari ottimizzati per invio email.
* • Ottimizzazione sito per velocità e usabilità.
* • Checkout semplificato.
* • Pagamenti rateali integrati.
* • Tracking continuo dei risultati.

# 📌 Conclusione

Con una strategia integrata che unisce segmentazione intelligente, contenuti mirati e ottimizzazione tecnica del sito, ZenSleep può migliorare sensibilmente le sue performance in termini di conversioni e fidelizzazione clienti.