

# Sai come integrare la tua campagna di email marketing?

5 passi per ideare un piano marketing integrato

---

*Prefazione di Miriam Bertoli - [www.miriambertoli.com](http://www.miriambertoli.com)*



## Prefazione

# Un piano di web marketing, come un viaggio

Per spiegare perché un'azienda deve muoversi online seguendo un piano di web marketing preparato a tavolino faccio spesso una metafora, quella del viaggio. Avviare una serie di iniziative di web marketing è come partire per un viaggio. Come in un **viaggio**, possiamo partire all'avventura, senza sapere dove vogliamo arrivare. Muoverci **di tappa in tappa** secondo l'ispirazione del momento e con i soldi che abbiamo a disposizione. Aprire una Pagina aziendale su Facebook, far partire un **email promozionale**, investire nel restyling del sito, il tutto senza un filo conduttore e facendoci guidare dai **contenuti disponibili** in azienda o dall'offerta commerciale allettante che abbiamo appena ricevuto.

### Verso un obiettivo chiaro

Oppure possiamo partire sapendo dove vogliamo arrivare, con un obiettivo chiaro, senza necessariamente avere già deciso ogni piccolo dettaglio, ma con una **strategia** e un **piano** che tengano insieme in modo armonico tappe, mezzi e azioni. Ecco, il web marketing che funziona poggia su queste **basi solide**. Mentre durante un viaggio possiamo provare il gusto di perderci o arrivare solo in due delle cinque città che avremmo voluto visitare, il successo di un'azienda non prevede questi "fuori programma".

### Che cosa significa quindi ragionare in modo integrato?

Nella mia esperienza di questi anni con tante piccole e medie imprese è sempre emerso come il passaggio dal "navigare a vista" al "viaggiare organizzati" porti benefici enormi sia in risparmio di **tempo** e **risorse** che in maggiori risultati.

### Cosa fare, dunque:

- disegnare obiettivi comuni: tutti gli **strumenti digitali** – ma anche quelli offline – remano nella stessa direzione
- **integrare nel tempo**: un calendario di lavoro deciso con buon anticipo permette di prendere tutte le coincidenze e farci trovare puntuali e pronti



- > integrare messaggi e creatività: parliamo la stessa lingua, nei diversi strumenti; l'**identità aziendale** deve essere coerente
- > misurare, sempre: solo misurando percorsi e risultati potremo dire se gli obiettivi sono stati raggiunti.

### **Da dove cominciare?**

Il punto di partenza è un buon piano di web marketing: analisi, definizione della strategia, piano operativo con le tappe, i tempi, i budget e il "chi fa cosa". In questo ebook gli specialisti di MailUp presentano esempi di azioni integrate in cui diversi strumenti di web marketing viaggiano sincronizzati per dare ognuno il meglio, **amplificando i risultati** e, per l'azienda, le mete di business raggiunte.

Buona lettura!

### **Miriam Bertoli**

*Consulente di marketing digitale e formatrice*

*Autrice di "Web marketing per le PMI" (Hoepli)*

*[www.miriambertoli.com](http://www.miriambertoli.com) / [miriam@miriambertoli.com](mailto:miriam@miriambertoli.com)*



## Intro

- > Hai mai ideato un piano di **marketing integrato**? Spesso usiamo strumenti molto raffinati senza che questi siano integrati in un'**unica strategia**.
- > La **relazione** è il patrimonio più importante per un brand e l'investimento a più alto tasso di rendimento.
- > **Integrare** strumenti di creazione, condivisione e distribuzione di contenuti ti permette di attivare una relazione rilevante e diretta con le persone. Fra loro ci sono prospect, futuri clienti e preziosi **ambassador**.
- > L'email resta lo strumento privilegiato per **unire canali** di comunicazione diversi e costruire relazioni solide.
- > In questa breve guida ti spiegheremo in cinque passi come integrare con successo il tuo **piano di marketing**.
- > Sei pronto? Iniziamo!



LE PERSONE DESIDERANO RESTARE IN CONTATTO CON INDIVIDUI, CONTENUTI E INTERESSI A LORO VICINI. L'EMAIL MARKETING TI AIUTA IN QUESTO.



## Indice

### 1. Integrare conviene

L'email come trait d'union

### 2. Search Engine Marketing

Profilare attraverso le parole-chiave

### 3. Social Marketing

Creare una lista con i social network

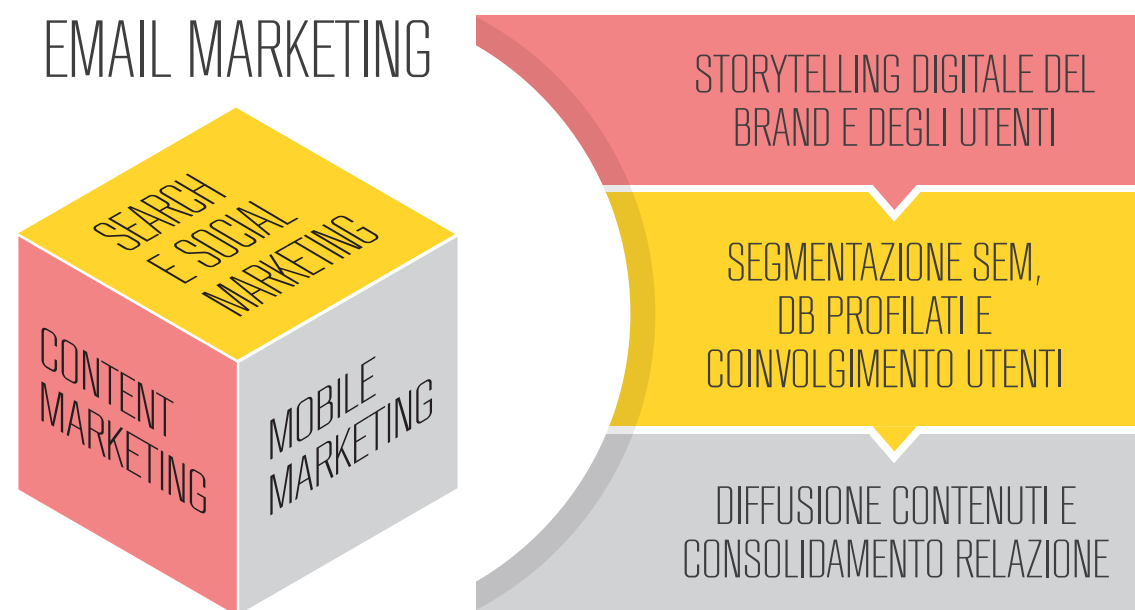
### 4. Mobile Marketing

SMS e geolocalizzazione

### 5. I migliori esempi

Un caso di integrazione

### Pronti per integrare: check-list



L'EMAIL MARKETING CI PERMETTE DI INTERVENIRE IN OGNI FASE DEL PROCESSO DI CREAZIONE E CONSOLIDAMENTO DELLA RELAZIONE.

## 01

## Integrare conviene

### L'email come trait d'union

- > Ogni **relazione tra brand e persone** si fonda sulla qualità della relazione iniziata e sulla capacità di **mantenerla viva** attraverso il **coinvolgimento**.
- > L'**email** è lo **strumento ideale** per iniziare e "nutrire" questa relazione digitale. Per sua natura, è inoltre l'elemento che più di altri può unire con successo tutti i **canali** del tuo piano di marketing.
- > Applica a ogni attività componenti di **analisi, strategia e creatività**, avendo chiari gli obiettivi finali. Fai leva sulla partecipazione dei destinatari e sfrutta le potenzialità dell'email a questo scopo.
- > Una **visione d'insieme** parte dal branding, passa attraverso una **presenza digitale costante** e riceve slancio dal coinvolgimento dei destinatari. È il target, e il suo livello di engagement, a decidere il successo o l'insuccesso di ogni piano di marketing.



DEM, EMAIL AUTOMATICHE E NEWSLETTER  
FACILITANO L'INTEGRAZIONE.

## 02

## Search Engine Marketing

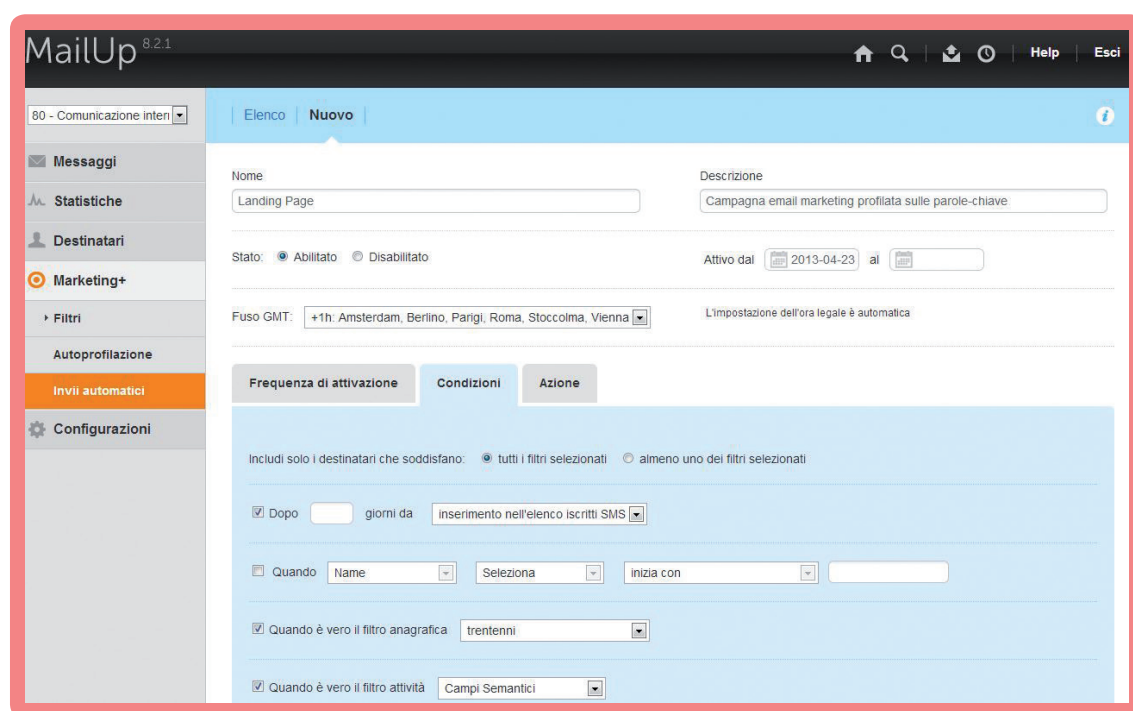
### Profilare attraverso le parole-chiave

- > **Conoscere i destinatari** – chi sono, da dove arrivano e quali interessi hanno – ti aiuta a creare contenuti ad alto potenziale di **coinvolgimento**. Per questo la profilazione deve precedere ogni attività di comunicazione.
- > Per chi investe tempo e risorse in **search advertising** la scelta delle parole per il **posizionamento** o per campagne **pay-per-click** è fondamentale anche per la **profilazione**. Il traffico in arrivo dai motori di ricerca è, infatti, già intrinsecamente selezionato in base a questi termini.
- > Anche la creazione di **landing page** collegate alle parole-chiave permette di incrementare il volume di dati lasciati dai visitatori. In queste pagine di atterraggio la navigazione è limitata per non disperdere il traffico e i contenuti oggetto della ricerca sono offerti agli utenti al termine della **compilazione di form** utili per la segmentazione del database.



## 02

- > Le **parole-chiave** attraverso cui un utente arriva alla landing page e compila il form possono essere accorpate in **campi semantici** significativi (per esempio: "tutte le parole riguardanti il concetto di newsletter, di DEM, di ecommerce) e abbinate al contatto. Questo abbinamento è utile per impostare campagne profilate o email automatiche anch'esse profilate.
- > Le campagne **AdWords** sono già suddivise per aree tematiche o target: in questo caso, la landing destinata alla lead generation e/o alla creazione di liste email dovrà solo recepire impostazioni già presenti nell'**account PPC**. Da ottobre 2012 Google non fornisce le keyword di ricerca organica di chi è loggato con il proprio account Gmail durante la ricerca.




LE PAROLE-CHIAVE DEVONO DESCRIVERE I TUOI PRODOTTI E I TUOI SERVIZI MA RIFLETTERE ANCHE LE ESIGENZE INFORMATIVE DELL'UTENTE.

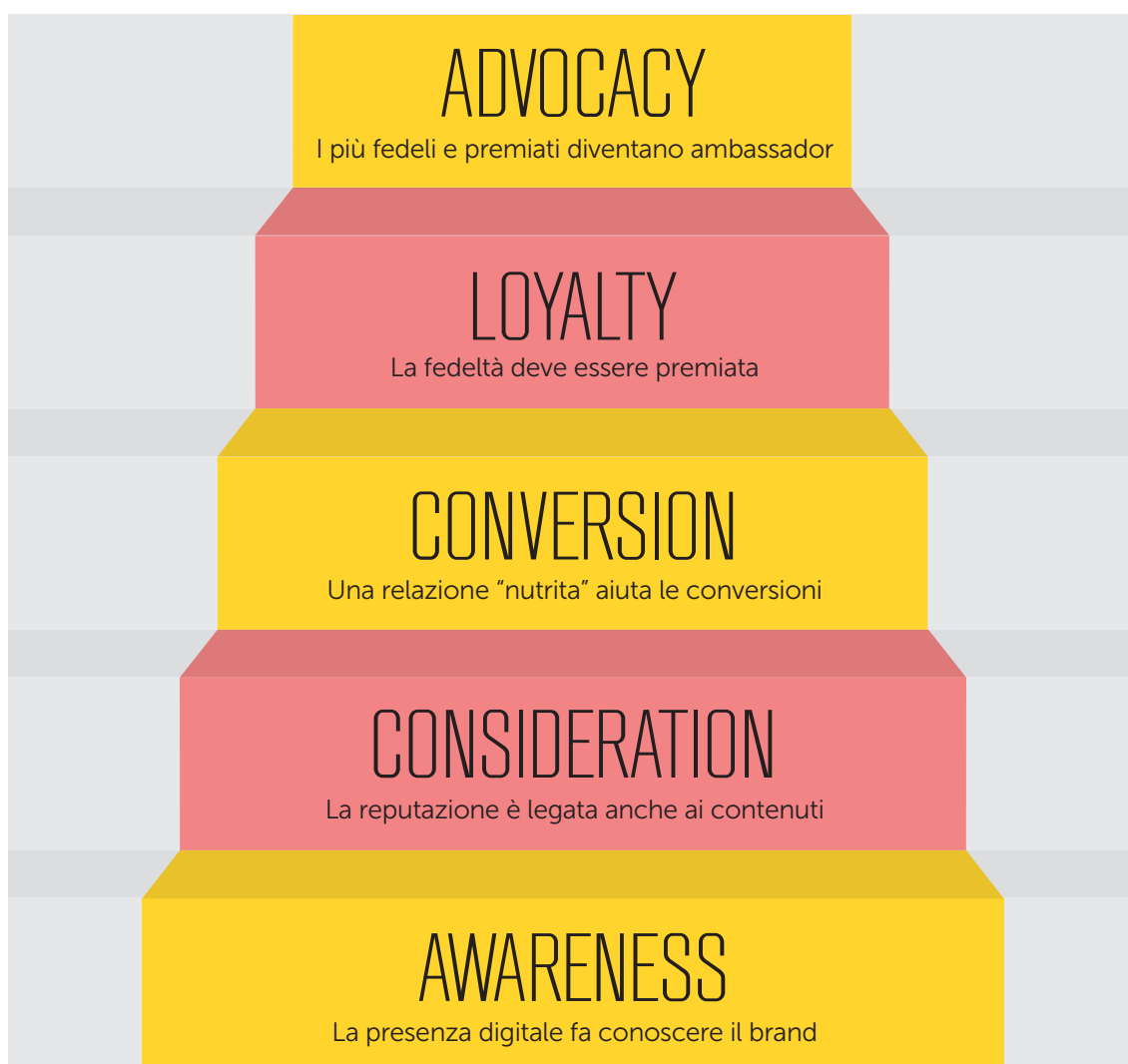


## 03

## Social Marketing

### Creare una lista con i social network

- > I **social network** possono aiutarti ad acquisire **lead** e a costruire o incrementare un database di indirizzi ben profilati.
- > Ogni social network ha caratteristiche proprie e **dinamiche di interazione** diverse. Facebook, per esempio, ha una natura ricreativa e di scoperta. LinkedIn aggrega gli utenti in base a interessi professionali.
- > Le **"tribù"** attive sui social network includono spesso anche altre "tribù": la profilazione può seguire un criterio **demografico** o **psicografico** cioè per passioni, interessi o attività social.



*L'email può intervenire in ogni fase del nuovo processo di acquisto.*

## 03

- > Se scegli Facebook, offri **contenuti esclusivi** a chi decide di affidarti i propri dati personali.
- > Puoi inserire dei **form di registrazione** in Pagine Fan, in Tab dedicate a iniziative e concorsi, in applicazioni ricreative. Sii creativo e innovativo: attirerai l'attenzione, e l'iscrizione, alla tua newsletter o nel tuo database.
- > Non dimenticare che dopo aver creato una **lista di contatti segmentata** attraverso Facebook è possibile affinare la profilazione sulla base di comportamenti degli utenti (apertura dell'email, clic o condivisioni).  
**Le Custom Audience** permettono di fare advertising mirato solo a gruppi costruiti a partire da un elenco di indirizzi email: per esempio a quanti sono iscritti a un evento (così evito di sollecitare l'iscrizione), a chi ha ricevuto o aperto l'email (così da raggiungerli su un altro canale), tutti quanti hanno cliccato così da spingere un'azione social di interazione o condivisione dei contenuti.



I SOCIAL MEDIA OFFRONO TASSI DI CONVERSIONE INFERIORI ALLE ATTIVITÀ LEGATE AI MOTORI DI RICERCA MA SONO MOLTO COMPETITIVI IN TERMINI DI "COSTO PER CONTATTO".

## 04

## Mobile marketing

### Un SMS rafforza la relazione

- > Un **SMS** è una forma di comunicazione che unisce l'istantaneità alla personalizzazione.
- > In base ai **contenuti** del **messaggio**, puoi scegliere se "nutrire" la relazione con i tuoi clienti con una email o un SMS.
- > Se usi MailUp, puoi **integrare i canali email e SMS** impostando l'invio di SMS in base all'attività e al **livello di partecipazione** del destinatario: per esempio all'apertura di un'email, all'attivazione di un servizio, alla compilazione di un form.
- > Con una **piattaforma professionale** puoi integrare **informazioni geolocalizzate** e invio di SMS.



CON UN SMS PUOI ESSERE PRESENTE CON IL MESSAGGIO GIUSTO, AL MOMENTO GIUSTO.

## 05

## I migliori esempi

### Un caso di integrazione: Fidindustria Emilia Romagna

- > **Fidindustria** agevola l'accesso al credito delle piccole e medie imprese attraverso garanzie collettive prestate alle banche convenzionate. Fornisce, inoltre, consulenza per una consapevole gestione finanziaria, proponendo un'ampia gamma di prodotti a breve e medio/lungo termine assistiti da garanzia.
- > Nel piano di marketing integrato, le **newsletter** profilate hanno unito con successo la comunicazione online, le **attività di CRM** e l'**engagement** dei destinatari, stimolato dall'invio di una survey funzionale alla creazione dell'**Osservatorio** sul Credito alle Imprese della Regione.



*Esempio di newsletter profilata. L'intero progetto di creazione del sito dedicato, del sistema di CRM e della creazione dell'Osservatorio sul Credito alle Imprese della Regione è stato curato da **Endurance**.*

05



*Email di invito alla compilazione del questionario*

- > L'**Osservatorio** ha coinvolto gli utenti in una survey destinata alle aziende dell'Emilia Romagna e con l'obiettivo di comprendere meglio il rapporto di queste con le banche e l'accesso al credito.
- > L'integrazione tra il sistema di **CRM** e la piattaforma di email marketing **MailUp** ha potenziato la comunicazione, facilitando ogni singola operazione. Le informazioni di invio, lettura e clic sulle informative sono disponibili nell'area di backoffice. Gli operatori possono re-inviare manualmente ogni singola informativa usando il motore di MailUp, senza dover accedere alla console ma direttamente dal CMS.



LA SCELTA DI USARE MAILUP HA MIGLIORATO LA COMUNICAZIONE, FACILITATO IL TRACCIAMENTO DEI COMPORTAMENTI E GENERATO UN RISPARMIO DI COSTI PER L'OSSERVATORIO.



## Check-list

### La strategia di vendita online

- > Hai indicato gli **obiettivi comuni** e pensato a come raggiungerli con tutti gli strumenti a tua disposizione?
- > Hai creato una lista profilata usando la ricerca per keyword e sfruttando le potenzialità dei **social network**?
- > Hai pensato a come integrare strategia e creatività usando DEM, newsletter e **SMS**? Anche il telemarketing e il direct-emaling cartaceo sono strumenti molto efficaci.
- > Sai come usare una **piattaforma multicanale** per iniziare e mantenere viva una **relazione** con prospect e clienti?



SE HAI RISPOSTO SÌ ALLE DOMANDE, SEI PRONTO PER IDEARE UN PIANO DI MARKETING INTEGRATO, USANDO L'EMAIL MARKETING.



Se vuoi metterti subito alla prova, attiva ora e senza impegno la piattaforma multicanale gratuita MailUp [www.mailup.it/campagne-dem-prova-gratuita.htm](http://www.mailup.it/campagne-dem-prova-gratuita.htm). Per 30 giorni puoi inviare campagne di comunicazione integrate per un massimo di 25 destinatari.

“Disegnare  
obiettivi, integrare  
competenze,  
misurare  
costantemente  
percorsi e risultati  
per costruire una  
relazione rilevante  
con i clienti.  
Questo è il punto  
di incontro tra  
marketing e vendite.”

LUCA AZZALI, COO MAILUP



LA SOLUZIONE PER EMAIL, NEWSLETTER, SMS