

# Strategia Email Marketing

L'obiettivo è quello di elaborare i risultati ottenuti da una strategia di email marketing, impostata con l'obiettivo di aumentare conversioni per:

- vendita prodotti
- consulenze
- contatto lead autentico per il futuro

## **ANALISI RISULTATI TEORICI DEGLI INVII EFFETTUATI PRECEDENTEMENTE**

**Segmenti analizzati: giovani, famiglie e over**

### **GIOVANI (18-35)**

- Tasso di apertura = 18%
- Tasso di clic = 2% (su 18%)
- Tasso di acquisto = 1%

Ciò che proponiamo a questo segmento potrebbe non essere idoneo. Meglio optare per altri prodotti o canali.

### **FAMIGLIE (35-50)**

- Tasso di apertura = 25%
- Tasso di clic = 15% (su 25%)

- Tasso di acquisto = 2%

Dobbiamo intervenire sulla scheda prodotto e capire qual è la variabile da correggere.

**NB:** valutare se effettivamente è la persona indicata nella mail ad effettuare l'acquisto.

## **OVER (50+)**

- Tasso di apertura = 45%
- Tasso di clic = 50% (su 45%)
- Tasso di acquisto = 5%

Hanno ottimi tassi di apertura e clic, buona risposta anche in fase di acquisto.

**NB:** dobbiamo capire se sono stati loro effettivamente ad acquistare o altri membri della famiglia.

## **STRATEGIE DI OTTIMIZZAZIONE**

### **Segmento Giovani**

- Prodotto: urgenza, scarsità
- Metodo di pagamento variegato (es. aggiungere Klarna)

- Promozioni e sconti
- Stesura mail, modo di scrivere (copywriting), oggetto, orario
- Sito poco responsive, promotion oppure finisce in spam
- Ottimizzazione lato sito web

**Consiglio:** inserire elemento di riconoscimento (es. nome proprio)

### **Segmento Famiglie**

- Costo elevato / mancanza di promo
- Scala di priorità e interesse effettivo
- Invio verso i genitori, ma target effettivo sono i figli
- Frequenza di invio, giorno/orario
- Ottimizzazione lato sito web

### **Segmento Over**

- Diffidenza verso acquisti online
- Layout, carattere leggibile, design semplice
- Gergo di scrittura comprensibile, messaggio diretto
- Promozione nella CTA
- Recensioni visibili
- Contatti ben evidenti

- Semplificazione processo di acquisto
- Giorno/orario di invio ottimale

## **PRESENTAZIONE FINALE**

- **Slide 1:** Azienda/brand – strategia effettuata e obiettivo
- **Slide 2:** Analisi dei dati in una tabella
- **Slide 3:** Spiegazione dei dati – Giovani
- **Slide 4:** Spiegazione dei dati – Famiglie
- **Slide 5:** Spiegazione dei dati – Over
- **Slide 6:** Strategie di ottimizzazione – Giovani
- **Slide 7:** Strategie di ottimizzazione – Famiglie
- **Slide 8:** Strategie di ottimizzazione – Over
- **Slide 9:** Pareri su come migliorare nell'immediato (priorità)

Con queste ottimizzazioni, puntiamo a migliorare l'engagement e le conversioni per ogni segmento, adattando le strategie alle esigenze specifiche di ciascun gruppo.