

Campagna Marketing Automation Sportify

Scenario

Lavoriamo all'interno del team marketing di un e-commerce specializzato nella vendita di articoli sportivi. L'obiettivo della campagna è aumentare le vendite e fidelizzare i clienti durante la stagione estiva, attraverso strumenti di Marketing Automation.

Workflow di Marketing Automation

1. Iscrizione alla Newsletter e Email di Benvenuto

- Il cliente si iscrive alla newsletter e riceve un'email di benvenuto con uno sconto del 10-20%.
- Link diretto alla nuova collezione estiva o carosello con i prodotti più popolari.

2. Email Promozionali Mirate (Basate sui Comportamenti)

- Email personalizzate sulla base delle sezioni/prodotti visualizzati (es. scarpe da corsa, costumi, attrezzature da palestra).
- Codici sconto esclusivi e messaggi contestualizzati in base agli interessi del cliente.

3. Messaggi di Follow-up per Carrelli Abbandonati

- **Email 1:** tono leggero e creativo (“Il prodotto X si sente solo nel carrello!”), con codice sconto.
- **Email 2:** più diretta e urgente (“Il tuo carrello ti sta aspettando!”), con invito a contattarci per dubbi.

4. Email di Conferma Ordine + Richiesta Recensione

- Dopo l’acquisto, email di conferma.
- Dopo 10-15 giorni: email che invita a lasciare una recensione, con incentivo (es. sconto del 10% su prossimo acquisto).

5. Fidelizzazione e Instant Messaging

- Dopo almeno un acquisto, il cliente entra nel programma di fidelizzazione.
- In una seconda fase, attivazione di comunicazioni su WhatsApp per offerte flash, novità e customer care.

Esempio Email di Benvenuto

Oggetto: Benvenuto nella squadra di Sportify!

Corpo:

Ciao Federica,
Grazie per esserti unita alla nostra community sportiva!
Per darti il benvenuto, ecco un **sconto esclusivo del 10%** sul tuo primo ordine: **WELCOME10**

Scopri la nuova collezione estiva!

A presto,
Il team di Sportify

Metriche di Valutazione

Per misurare l'efficacia della campagna verranno monitorate le seguenti metriche:

- **Email di Benvenuto e Promozionali**

1. Tasso di apertura (es. 60%)
2. Tasso di click (es. 15%)
3. Tasso di conversione/acquisto (es. 12%)

- **Carrelli Abbandonati**

1. Riaperture carrello: 35%
2. Acquisto successivo: 25%

- **Recensioni**

1. Tasso di risposta: 8%

2. Feedback positivi vs negativi: 6.8% / 1.2%

In caso di performance sotto le aspettative, si valuteranno:

- La chiarezza della **CTA** (Call To Action)
- La struttura e il design delle email
- Il tempo di invio rispetto all'interazione del cliente