

"L'e-mail Marketing è il sogno di qualsiasi uomo di Marketing: efficace, personale, interattivo, individualizzato, misurabile ed economico".

Shannon Kinnard

[Shannon Kinnard](#), una delle più autorevoli studiose di e-mail Business. Di grande successo il suo libro *Marketing with e-mail*.

CONOSCERE L'E-MAIL MARKETING

Cari lettori,

fare Business attraverso delle semplici e-mail è possibile, anzi facile e produttivo. Dar vita a programmi di E-mail Marketing significa utilizzare la posta elettronica come canale di comunicazione strategica tra l'azienda e la rete clientelare. Vuol dire imparare a conoscere il proprio pubblico e saper relazionarsi con tutto il mondo esterno (Pubbliche Relazioni), rendere visibile l'immagine dell'azienda ed incrementare i contatti con potenziali clienti.

La posta elettronica, rispetto a qualsiasi altro strumento di Marketing, permette di raggiungere un target straordinariamente ampio in tempi brevissimi, si presta a controlli e misurazioni di ogni genere e consente un feedback immediato, il tutto a costi estremamente bassi. Inoltre, grazie ai report di tracciabilità può rendere note anche informazioni molto particolareggiate come: chi ha letto un messaggio, il giorno, l'ora, i link che sono stati cliccati, i prodotti visionati, ecc.

L'e-mail non è ancora del tutto apprezzata per le potenzialità che possiede. La maggior parte delle persone la usa solo per spedire brevi testi e allegati. Continuare ad utilizzarla come se fosse la vecchia e cara lettera cartacea (passatemi la metafora) è come viaggiare sempre in prima con una Ferrari. Spesso scordiamo che l'elettronica rende possibile quello che fino ad oggi non lo era. Aldilà del semplice e mite aspetto di lettera, l'e-mail nasconde un vero animo di Marketer.

L'e-mail è e sarà insieme al suo alleato Internet (nel futuro prossimo) lo strumento di Marketing per eccellenza, ma dobbiamo ricordare di utilizzarla con ocularità, pensando per prima cosa alla cura del Cliente. Una Campagna infatti: si rivela efficace se i destinatari la attendono e vincente se ne sono direttamente interessati.

Se un'azienda entra nell'ottica di questi concetti, attraverso l'e-mail Business potrà facilmente:

- Instaurare un buon rapporto di fiducia con i Clienti (Customer Loyalty)
- Rafforzare il nome dell'azienda (Branding)
- Dar vita ad interessanti nuove relazioni (Customer Acquisition)

IL CONSENSO

Ma guardiamo nello specifico le modalità con cui questo consenso può essere richiesto ai destinatari:

1. in modo **implicito** grazie all'acquisto di un prodotto, sarà possibile inviare al Cliente una newsletter su novità, offerte e promozioni relative al prodotto stesso o all'argomento del prodotto da lui acquistato;
2. in modo **esplicito** richiedendo il consenso attraverso un messaggio (definito Informativa, ai sensi del D.Lgs. 196/2003) o attraverso l'iscrizione del Cliente all'abbonamento (gratuito) di newsletter.

Osserviamo infine le eventuali modalità di consens

- **Opt-Out:** in questo caso all'utente viene spedito messaggi a sua insaputa, senza aver fornito il suo consenso esplicito, ma gli verrà data l'opportunità di disiscriversi in ogni momento.

- **Opt-In:** si tratta dell'iscrizione da parte dell'interessato stesso (ad un servizio informativo o una newsletter).
- **Confirmed Opt-In:** è un Opt-In con l'aggiunta di un messaggio di conferma (via e-mail) per comunicare l'avvenuta iscrizione.
- **Double Opt-In:** questa modalità garantisce il massimo rispetto della privacy, chi si iscrive riceve un messaggio di posta elettronica al quale deve obbligatoriamente rispondere al fine di portare a buon termine l'iscrizione.

E' importante ricordare che, ai sensi del D.Lgs 196/2003, per qualsiasi tipo di modalità scelta, all'interno dei messaggi inviati sarà necessario inserire sempre le istruzioni per la cancellazione (il così detto UNSUBSCRIBE).

Un cordiale saluto.

Simone Serni
Capecod - LoSaiChe@capecod.it

Cosa troverete nella prossima newsletter:

- > come scrivere un'e-mail efficace
- > le dieci regole per ottimizzare il messaggio

PER RICEVERE LE PRECEDENTI NEWSLETTER:

- [n°1 Interruption Mktg](#)
- [n°2 Permission Mktg](#)
- [n°3 E-mail Business](#)

Se siete interessati ad approfondire questo tema:

- > l'e-mail Marketing
- > eventuali testi da leggere sull'e-mail Mktg

... [CLICCATE QUI](#)