

Dieci regole per una newsletter di successo

Una campagna di comunicazione e marketing che si sviluppa attraverso l'utilizzo della newsletter si rivela uno strumento performante sia per l'ottimo rapporto qualità-prezzo sia per la possibilità di misurare le performance, il ROI (Return Of Investment), se si rispettano 10 semplici regole.

- 1) **Oggetto del messaggio:** è un elemento fondamentale, perchè in base a questo l'utente sceglie se leggere, o meno, il nostro messaggio. L'oggetto deve essere breve, sottolineare i benefici per l'utente spingendolo all'azione.
- 2) **Creatività:** attraverso l'uso del linguaggio Html è possibile comporre messaggi accattivanti. Riprendere la grafica del sito web legato alla newsletter è molto importante per accrescere la brand awareness e avere una comunicazione coordinata.
- 3) **Versione testuale:** sempre più utenti accedono alle email tramite dispositivi come BlackBerry, dove i messaggi HTML non vengono visualizzati; per questo è importante che ogni messaggio sia supportato da una versione testuale.
- 4) **Layout:** è importante usare un layout semplice per una maggiore efficacia del messaggio, rendendolo più leggibile da tutti i destinatari.
- 5) **Logo e contatto:** posizionare il logo del mittente (colui che invia la newsletter) in posizione predominante, in modo che sia immediatamente visibile all'apertura del messaggio. Non dimenticare di includere anche una call-to-action che spinga gli utenti a reagire, offrendo loro molteplici possibilità di contatto (sito web, email, telefono, ecc.).
- 6) **Spam:** è importante adottare alcune semplici trucchi per fare in modo che il messaggio venga recapitato con successo senza finire nella casella di spam. Non utilizzare colori sgargianti (rosa e rosso in particolare), font insoliti, 'spammy words', troppi punti esclamativi o interrogativi e lettere maiuscole, e soprattutto utilizzare un linguaggio Html corretto.
- 7) **Profilazione:** analizzare le informazioni contenute nei profili degli utenti (dati demografici, geografici, informazioni sul comportamento) per inviare informazioni pertinenti e personalizzate per catturare la loro attenzione e fidelizzare la loro curiosità e i loro interessi.
- 8) **Personalizzazione:** è l'elemento chiave per garantire maggiori ritorni in termini di performance. E' importante considerare le preferenze dei clienti per essere efficace.
- 9) **Frequenza di invio:** variano molto a seconda dei destinatari e dei prodotti che si vogliono promuovere. A livello generale, martedì, mercoledì e giovedì, sono i giorni prescelti per l'invio di newsletter e campagne email. Un invio con una frequenza ragionevole e non troppo ravvicinata è l'elemento vincente per una campagna di successo.
- 10) **Performance:** successivamente all'invio di una newsletter è fondamentale analizzare il comportamento degli utenti sulla base di aperture, dei click e degli acquisti effettuati. Questi dati consentono di ottimizzare la strategia di email marketing e attuare azioni di cross-selling e up-selling.