
NUOVO CORSO - COME PIANIFICARE E REALIZZARE UNA CAMPAGNA DI E-MAIL MARKETING: STRATEGIE, STRUMENTI, CONSIGLI

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso, sviluppato su moduli, mira ad approfondire le opportunità e i fattori critici nei processi legati all'email marketing: dalla pianificazione delle campagne, al design delle email, all'invio e all'analisi delle statistiche di invio. Con un approccio di tipo "pratico" al fine di fornire ai destinatari non solo un inquadramento strategico di questo canale - fondamentale per qualsiasi azienda - ma anche metodi e consigli sulla risoluzione delle problematiche più comuni.

PROGRAMMA

8.45 – 9.00

Accreditamento partecipanti

9.15 – L'EMAIL MARKETING ALL'INTERNO DEL MARKETING AZIENDALE

L'email marketing al servizio del brand:

- Dall'interruzione al permission marketing, dalla brand awareness alla fidelizzazione
- La fidelizzazione del cliente passa attraverso la partecipazione
- Come usare in modo sinergico i canali social per creare brand awareness

Fattori critici nell'email marketing:

- Analisi dei fattori che influenzano i tassi di raggiungibilità e di apertura: formato, image-blocking, design, client, mittente, oggetto
- Preservare la reputazione ed evitare lo spam

La gestione delle liste:

- La creazione e la gestione delle liste di contatti
- Aspetti legati alla privacy

11.00 – 11.15 Coffee Break

11.15 – EMAIL COPYWRITING: SCRIVERE EMAIL EFFICACI E PERSUASIVE

Dalla carta allo schermo: il testo come interfaccia

- Come migliorare leggibilità, open-rate e conversioni
- Come cambia la scrittura dal foglio al video
- Pattern di lettura secondo i principi di usabilità e le tecniche di eyetracking
- Principi minimi di impaginazione e di design della pagina
- Web typography

Come strutturare un discorso efficace e persuasivo

- Pensare è strutturare (AIDA, piramide rovesciata e altre tecniche per impostare un discorso chiaro, efficace e persuasivo)
- Lessico, sintassi e strutturazione efficace del testo
- Principi fondamentali di copywriting applicati all'e-mail marketing
- Tutti i modi per darsi un titolo
- Bodycopy e immagini
- Come scrivere call-to-action efficaci

Il copywriting persuasivo

Come conquistare il cliente attraverso i principi e le tecniche del persuasive copywriting

Copwriting nei processi di opt-in e opt-out

Tecniche di copy applicate alle form di opt-in e agli opt-out

Nuovo Corso - Come pianificare e realizzare una campagna di E-mail Marketing: strategie, strumenti, consigli

TRARRE IL MASSIMO DALLE EMAIL AUTOMATICHE

- Tipologie di email transazionali. Esempi di uso e buone pratiche
- Le welcome mail
- Come trasformare semplici notifiche in strumenti di fidelizzazione del cliente

13.00 – 14.00 Pausa

14.00 – COME COSTRUIRE LANDING PAGE

Dove atterrano le mail: le landing page

- Come costruire le landing page
- Analisi di landing page
- SEO copywriting

TEST, PERFORMANCE E MISURAZIONE DELLE CAMPAGNE

Testing:

- L'importanza dei test pre invio: cosa verificare
- A/B testing

KPI e marketing funnel dell'email marketing:

- Delivery Rate
- Bounce Rate
- Spam complaint Rate
- Unique open Rate
- Open Rate
- Conversion Rate
- Click Rate
- Click-through Rate
- Unsubscribe Rate
- Deliverability

STRUMENTI E CASE STUDIES

15.45 – 16.00 Coffee Break

16.00 – WORKSHOP

Impostare design e testi di una DEM, landing page e welcome mail

18.00 Conclusione

DOCENTI

CARLO MILANI – Project Manager e Web Specialist, tiene corsi e seminari di email marketing dal 2004, rivolti sia a player di rilievo nazionale, sia alle PMI per aiutarle a migliorare le strategie e i processi di marketing online.

DESTINATARI

I responsabili aziendali coinvolti nei processi di outbound marketing, ovvero figure professionali che desiderano affinare le proprie competenze nella tematica specifica del corso.

REFERENTI

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA