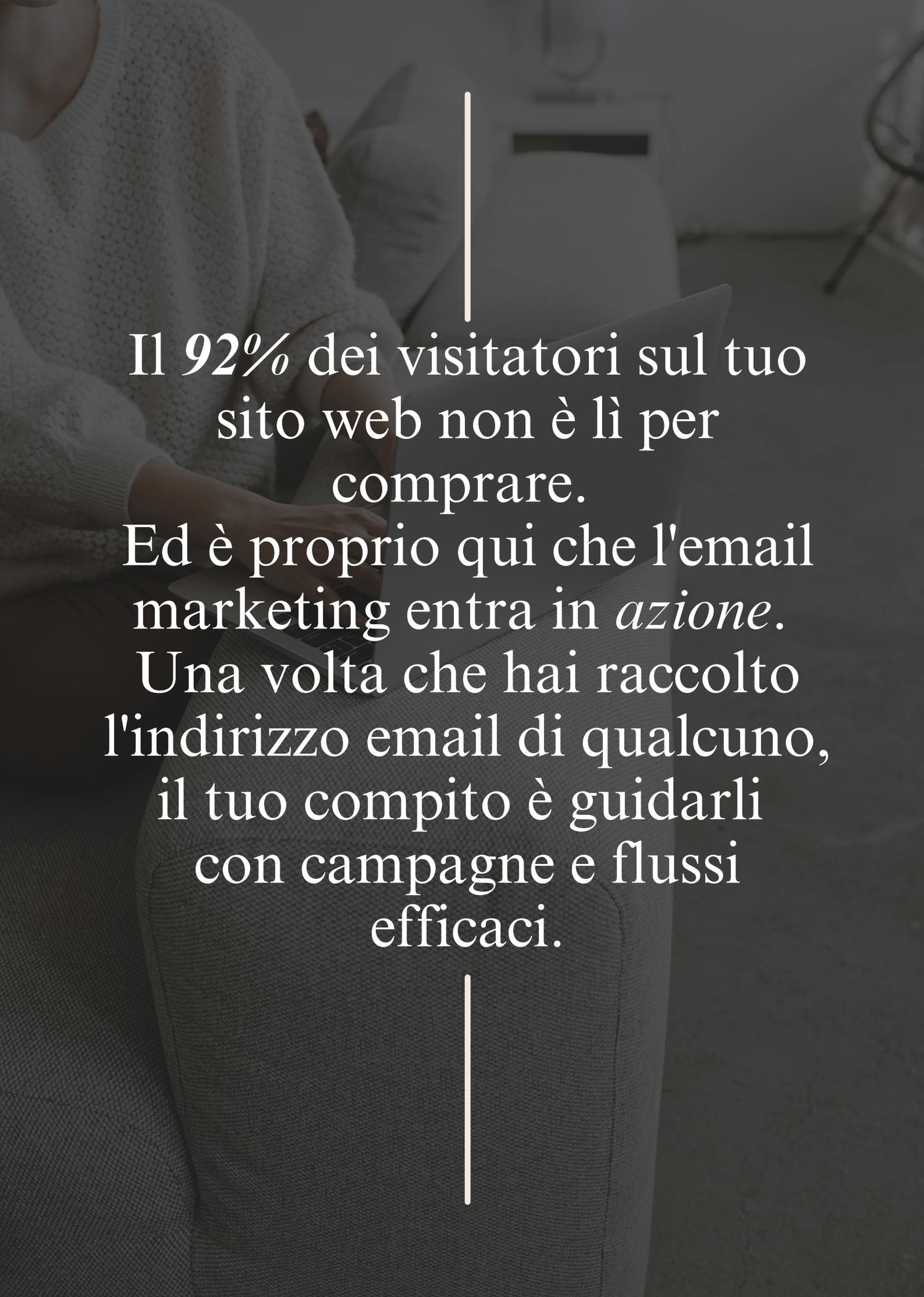




Boost *immediato* per  
il tuo e-commerce:  
2 flussi email +  
1 campagna  
[con esempi]

*Elena MM*



Il *92%* dei visitatori sul tuo sito web non è lì per comprare.

Ed è proprio qui che l'email marketing entra in *azione*.

Una volta che hai raccolto l'indirizzo email di qualcuno, il tuo compito è guidarli con campagne e flussi efficaci.

---

# Prima di tutto, definisci il tuo *perché*

**L'email marketing** è una strategia che usa le email per comunicare con i clienti. Il suo vantaggio principale è di essere un "*owned media*", cioè un canale controllato completamente da te per lo scopo del tuo business.

A differenza dei social media, ***qui tu possiedi la lista dei tuoi contatti***. Questo permette di creare relazioni più forti con i clienti, personalizzare i messaggi e misurare meglio i risultati delle campagne.

L'**81%** delle aziende italiane usa l'email come strategia di marketing, e con buona ragione: l'email marketing è tra gli strumenti più efficaci, con un ritorno sull'investimento (ROI) medio di oltre 36 dollari per ogni dollaro speso. 🤯

---

# Attenzione alle strane promesse: Quanto dovrebbero rendere davvero le tue email?

Molti si chiedono quanto fatturato dovrebbe derivare dalle email. Alcuni esperti promettono il 50-60% delle vendite 😊, ma un risultato simile potrebbe indicare problemi di acquisizione e rappresentare un rischio per il tuo business. È meglio non dipendere troppo da una sola fonte di vendite.

20% - 30%

**Puntare a un fatturato del 20-35% dalle email è un obiettivo realistico e sostenibile nel lungo termine.**

Questo permette di avere una base solida di vendite dalle email, ma anche di diversificare le fonti di entrate attraverso altri canali, come SEO, social media e ads.

## Business performance summary

Aug 25, 2024 - Sep 24, 2024

[View dashboard](#)

€

Total revenue

↑ 29% vs. previous period

€

Attributed revenue (29.26% of total)

↑ 58% vs. previous period

---

# Le due forze dell'email marketing: *Campagne e Flussi*

**NELL'EMAIL MARKETING CI SONO DUE TIPI PRINCIPALI DI EMAIL: CAMPAGNE E FLUSSI.**

**Campagne:** Sono email mandate una volta sola a tante persone insieme. Di solito contengono notizie, annunci o offerte speciali.

**Flussi:** Sono una serie di email che partono in automatico quando qualcuno fa qualcosa o in certi momenti.

---

I flussi (automated marketing) sono diventati *molto, molto, molto* importanti per i negozi online. Sono una parte fondamentale per avere successo nell'e-commerce oggi. Programmi come [Klaviyo](#) hanno reso più facile automatizzare molte parti del percorso del cliente.

Durante questo viaggio, che inizia con l'iscrizione e si conclude con una cancellazione, ci sono almeno 20 flussi email, suddivisi in diverse fasi, come ad esempio:

- I flussi email pre-acquisto
- I flussi email post-acquisto
- I flussi email di riconquista
- I flussi email di fidelizzazione
- I flussi email di iscrizione
- I flussi email per clienti inattivi, ecc.

**No, non devi** creare tutti questi flussi **subito**.



2 flussi email e 1  
campagna  
[con esempi  
da copiare]

# Il Famoso e Importantissimo Email di Benvenuto



## COME FUNZIONA

Il messaggio (o meglio, il flusso) di benvenuto serve a trasformare i nuovi iscritti in clienti. Il suo successo dipende da:

- L'80% dipende da quanto il tuo traffico è caldo e interessato / quanto bene il tuo *sito web* è *ottimizzato per vendere* il tuo prodotto.
- Il 19% dall'appeal della tua offerta di benvenuto.
- L'1% dal design dell'email. (Ah, sì.)



## AREE CHIAVE

- **Ottimizza il tuo Popup:** Concentrati sul miglioramento del tuo tasso di iscrizione e del tasso di conversione da iscrizione dei tuoi abbonati.

💡 Dai accesso all'offerta agli iscritti subito.

Non farli cercare il codice nel flusso di benvenuto.

- **Strategia:** I nuovi abbonati sono più coinvolti con la prima email che ricevono.

💡 Cerca di vendere subito. Fai questa prima email aggressiva.

- **Email di Follow-Up:** Invia almeno 2 email entro le prime 24 ore se il nuovo abbonato non ha convertito.

💡 Invia un'email 2-3 giorni dopo come promemoria dell'offerta.



**Ricorda:** Se qualcuno non compra nei primi 1-2 giorni, probabilmente perderà interesse.

**Altre email:** Puoi mandare email su "Chi Siamo" e "I Nostri Prodotti Migliori", ma non aiutano molto a vendere.

esempio

moops®

HEY, BENVENUT@!  
NICOLETTA

Siamo felicissimi di averti qui nella nostra community.

Ora fai ufficialmente parte del mondo Moops, e non potremo essere più entusiasti di averti con noi!

COSA SIGNIFICA FAR PARTE DELLA COMMUNITY MOOPS ?

Iniziamo col dirti che non ti sommergeremo di email, quindi puoi stare tranquilla!  
Ma quando riceverai una nostra newsletter, saprai che sarà piena di contenuti esclusivi e interessanti.

I PRIVILEGI DI ESSERE MOOPSER

Aggiornamenti Esclusivi

Riceverai tutte le novità sui nostri prodotti, direttamente nella tua casella di posta.

Anticipazioni su Lanci e Restock

Sarai tra i primi a sapere dei futuri lanci e restock dei nostri orecchini e accessori preferiti!

Come ringraziamento per essere entrata a far parte della nostra community, ti vogliamo regalare un **BUONO DI 5€** da applicare sul tuo prossimo ordine!

**Codice sconto: MOOP55**

(su una spesa minima di 50€)

(Il codice è applicabile solo sul prossimo acquisto ed è valido per 30 giorni)

USA IL TUO SCONTO

TI RICORDIAMO

che con una spesa di 60€, non solo avrai la **consegna gratuita**, ma riceverai anche il nostro fantastico **portagioielli Moops da viaggio!**

Preparati a brillare ovunque tu vada!

SIAMO SUPER FELICI DI AVERTI CON NOI!

Resta sintonizzata per tante novità in arrivo!

@ d f

Vuoi aggiornare le tue preferenze? [Gestisci l'abbonazione](#)  
Non vuoi più ricevere queste email? [Clicca qui](#)  
Ernegi srls via Aquino 4 Roma, RM 00189

Mantieni il tono di voce del tuo brand.

Spiega cosa avranno da te.

Non aspettare, vendi subito!

Il disegno deve presentare i colori e le grafiche del brand.



Last 7 days | Hide analytics | Manage flow | Exit | Update action statuses

Welcome email (coupon)

Sei ufficialmente un Moopser !!

Open rate	84.4%
Click rate	12.5%
Ordered product	25%
Waiting	0
Review	0
Delivered	0
Skipped	0

Live

100%

# Carello Abbandonato



## COME FUNZIONA

Il Flusso di Abbandono del carrello è progettato per ri-engaggiare i clienti che hanno aggiunto articoli al carrello ma hanno lasciato il sito senza completare l'acquisto.

Mirare a questi potenziali clienti può aumentare significativamente i tassi di conversione e recuperare il fatturato perso.



## AREE CHIAVE

- Assicurati di aggiungere i filtri appropriati tra il flusso di abbandono del carrello e il flusso di abbandono del checkout. Molti clienti attraversano entrambe le fasi in una sessione, attivando possibilmente entrambi i flussi.
- Assicurati che ricevano solo uno dei due: quello con un'intenzione d'acquisto maggiore, che in questo caso è il Flusso di Abbandono del Checkout.
- Mantieni le cose semplici con un massimo di 2-3 email. Evita di complicarle eccessivamente. Considera di suddividere i messaggi tra potenziali clienti ed clienti esistenti, mantenendo le email come semplici promemoria.

### **Ricorda:**

💡 Il flusso di abbandono del checkout non è lo stesso del flusso di abbandono del carrello. Il flusso di abbandono del checkout si attiva quando qualcuno inizia il processo di checkout mentre il flusso di abbandono del carrello si attiva un passo prima, quando qualcuno aggiunge un prodotto al carrello.



esempio

Tieni il messaggio semplice, breve e chiaro.

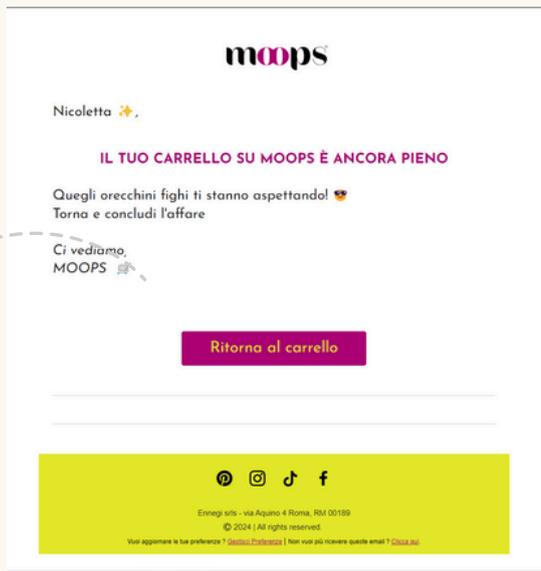
10 minuti dopo l'abbandono.

Browse Abandonment: Email #1

I tuoi orecchini ti stanno chiamando!

Open rate	48.6%
Click rate	6.7%
Ordered product	1.9%

risultati

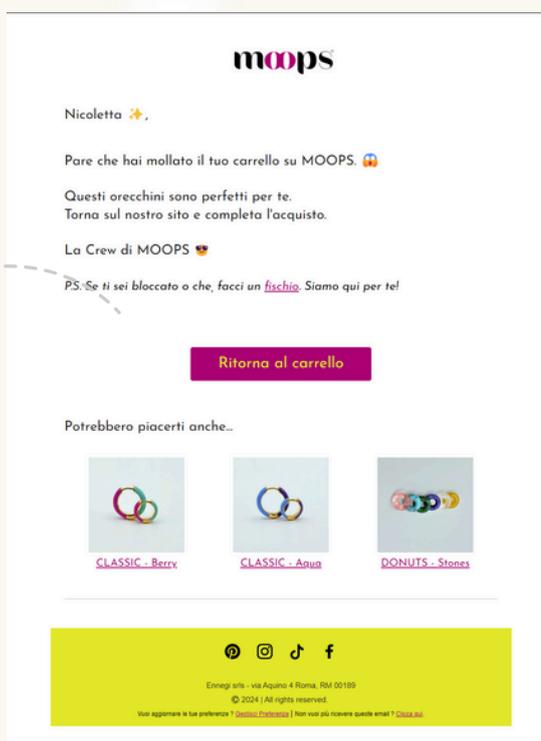


Messaggio semplice e diretto.  
Prodotti alternativi disponibili  
2-3 ore dopo abbandono

Ehi, ti sei dimenticato qualcosa di figo nel ...

Open rate	48.2%
Click rate	11.8%
Ordered product	5.9%

risultati

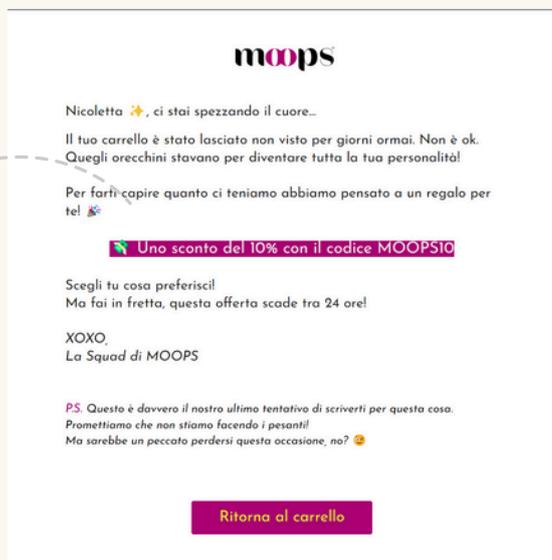


Ultimo tentativo.  
1-2 giorni dopo l'abbandono.

Il tuo regalo scade tra 24h !! 🧡

Open rate	45.1%
Click rate	4.2%
Ordered product	2.8%

risultati



# La Newsletter: Il Cuore del Tuo E-commerce

## LA NEWSLETTER NON È SOLO UN'EMAIL. È IL MOTORE SEGRETO DEL TUO E-COMMERCE. ECCO PERCHÉ:

1. Crea una lista di contatti: La tua risorsa più preziosa.
2. Parla direttamente ai clienti: Senza intermediari o algoritmi.
3. Vendi di più: Manda offerte e novità a chi è già interessato.
4. Costa poco: Rispetto alla pubblicità, è quasi gratis.

Fidelizza: Tieni i clienti vicini e li fai tornare

## VUOI UNA NEWSLETTER EFFICACE? INIZIA CON UN BLOG

### Come si collega a blog, traffico e SEO:

- Il Blog attira visitatori: Scrivi articoli utili su argomenti che interessano i tuoi clienti.
- SEO porta traffico: Usa le parole giuste e Google ti premia con più visite.
- Più traffico = Più iscritti: Offri contenuti esclusivi in cambio dell'email.

**Newsletter promuove il blog: Manda le novità del blog agli iscritti.**

**Ciclo virtuoso: Blog → Traffico → Iscritti → Vendite → Più contenuti → Più traffico**

💡 Scrivi contenuti utili, attira visitatori, convertili in iscritti, vendi di più.

risultati



# *Grazie*

CONGRATULAZIONI! HAI APPENA GETTATO LA  
BASE SOLIDA DEL TUO SUCCESSO NELL'EMAIL  
MARKETING!

**MA C'E ANCORA *TANTO!***

Non lasciare i soldi sul tavolo. Il tuo e-commerce merita successo.  
Fatti aiutare da Marketing Girlz 😊

**GIUSY GUIDA**  
ECOMMERCE  
EXPERT/PROJECT  
MANAGER



**ELENA MILANOVA**  
EMAIL MARKETING  
& SEO COPYWRITING  
EXPERT



**GRETA PETTAZZONI**  
PINTEREST EXPERT

