

Realizzare un piano contatti è semplice!

Di Valentina Santandrea

Martedì 01 Ottobre 2013 13:49 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 13:23



Il digital si muove in tempo reale: ogni giorno un'idea generata in qualche periferia planetaria può dare grattacapi agli specialisti di marketing di tutto il mondo. Eppure, buone pratiche consolidate, se applicate in maniera intelligente e declinata sulle esigenze del proprio mercato, possono dare buoni frutti.

Vi raccontiamo oggi una progetto di email marketing che stiamo portando avanti con buoni risultati, e che potreste mettere in pratica anche voi, con le varianti relative al vostro business.

Il cliente è la società per azioni Landi Renzo, leader mondiale nel settore dei componenti e dei sistemi di alimentazione alternativi a GPL e metano per autotrazione.

La campagna è destinata a tutti coloro che hanno richiesto un preventivo online per il montaggio di un impianto GPL o metano sulla propria auto ma che poi non hanno finalizzato l'acquisto.

Gli obiettivi sono:

- Sales: Far completare l'operazione di acquisto ai tanti contatti che, durante l'anno, hanno utilizzato il preventivatore online per l'acquisto di un impianto a GPL/ metano senza portare a termine l'operazione;
- Market knowledge: Capire quanti di coloro che hanno richiesto il preventivo online hanno poi finalizzato l'acquisto presso un'officina specializzata;
- Nurturing: Utilizzare i tanti contatti raccolti tramite il preventivatore online per avviare un servizio di newsletter, permettendo all'azienda di costruire un rapporto personalizzato e

Realizzare un piano contatti è semplice!

Di Valentina Santandrea

Martedì 01 Ottobre 2013 13:49 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 13:23

continuativo con potenziali clienti.

Il contact plan realizzato dal team MagNews prevede:

- A coloro che hanno utilizzato il preventivatore online viene inviata una comunicazione che ricordi la precedente richiesta di preventivo. C'è ancora interesse all'acquisto?
- Coloro che rinnovano l'interesse all'acquisto <https://pornmobile.online> vengono rediretti al form precompilato. Coloro che, nuovamente, non portano a termine l'operazione vengono raggiunti da una seconda comunicazione, che ricorda lo scadere dell'offerta;
- Per coloro che, utilizzando il preventivatore, hanno dato il consenso, viene attivato il servizio di newsletter, che prevede contenuto informativo e personalizzato. L'azienda può quindi avviare un rapporto continuativo e privato con il target. La newsletter consta di tre articoli: uno su ecologia, uno su risparmio e uno infine targettizzato e specifico su GPL o metano, a seconda del tipo di impianto selezionato nella richiesta di preventivo.

Da febbraio 2013 (messa online del preventivatore) ad oggi sono state inviate circa quindicimila DEM a seguito della richiesta di preventivo. La prima DEM ha registrato sempre ottimi open rate: oltre il 39%. Il 62% dei destinatari ha dichiarato di essere ancora interessato all'acquisto, il 4% ha portato a termine l'operazione (obiettivo sales). Il 15,3% dichiara di aver finalizzato l'acquisto direttamente in officina (obiettivo market knowledge).

Sul [nostro sito](#) potete trovare altre best case di email marketing. Enjoy!