



Per chi si occupa di comunicazione digitale il 2013 ha avuto un nome: mobile. E il trend è in crescita. Secondo i dati del white paper [Email Marketing Mobile e User Experience](#), che abbiamo realizzato in collaborazione con l'Istituto di Ricerca Nielsen, se nel 2011, il 29% degli intervistati riferiva di leggere la posta elettronica via email, questi erano saliti al 40% nel 2012 e sono diventati, nel 2013, il 55%.

La lettura da mobile comporta una fruizione e un'esperienza utente ben diversa rispetto alla lettura da desktop: un'esperienza in... formato ridotto, un'esperienza in movimento, quasi sempre touch e interattiva

La lettura da mobile comporta anche un'aumentata competizione sul mercato dell'attenzione. Non siamo più gli interlocutori su desktop, letti la sera in relax, ma messaggi che compaiono tra gli sms, l'instant messaging, le chiamate e tutte le altre notifiche, all day long.

Ma siamo anche la risorsa da tirar fuori nei momenti morti, gli interlocutori che sono sempre in tasca. Il 57% dei "lettori da mobile" dichiara di controllare la posta frequentemente: in tempo reale, <https://pornmobile.online> al massimo ogni ora.

Dobbiamo comunicare dunque in maniera dedicata.

Sulla base dei dati di Email Marketing Mobile e User Experience, abbiamo realizzato una cluster analysis e cercato di visualizzare i "tipi umani" di utilizzatori della rete.

Ecco i tipi emersi.

- I Vintage (24%) anagraficamente più "maturi", utilizzano internet per necessità, ma non risultano "engaged" quanto gli altri gruppi. Non sembrano stravedere per i social network, non controllano spasmodicamente lo smartphone;

- I Mainstream (44%): la maggior parte del campione, a maggioranza femminile, non è ancora del tutto confident con lo strumento, ma ne vede chiaramente le potenzialità. Controlla le email in tempo reale anche sul lavoro, utilizza internet soprattutto per navigare sui social network e per cercare info su prodotti;

La comunicazione in movimento.

Di Valentina Santandrea

Mercoledì 30 Ottobre 2013 17:26 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 13:21

- I Pragmatici (14%): utilizzano internet per moltissime operazioni: dall'home banking, alla ricerca di informazioni. Si connettono quotidianamente e fanno abitualmente acquisti online;
- I Fan (18%): amano la rete e sognano in un futuro non lontano un ulteriore ampliamento dei loro orizzonti digitali. Utilizzano sistemi di Instant messaging, ricevono più email rispetto alla media e si connettono più spesso e più a lungo, pensano che la posta elettronica ha già sostituito la posta tradizionale.

Trovi questi dati e molti altri scaricando gratuitamente la ricerca [Email Marketing Mobile e User Experience](#)