

Scopri come l'email marketing può rendere più forte il tuo business

A cura di Giulio Marsala e Nicola Fiabane

Stiamo scrivendo questo report pochi giorni dopo il lancio di [Acquisizione Clienti Vincente](#) (ACV). Il lancio è andato molto bene, perché ne sono state vendute 194 copie in soli 7 giorni.

Molti amici e clienti ci hanno chiesto i segreti di questo lancio e se, tra le tante tecniche usate, ce ne sono alcune che possono tornare utili anche loro...

...per aumentare le vendite!

Vediamo qui alcuni dei punti...

Beh, a grandi linee il meccanismo di lancio di ACV è stato abbastanza semplice.

Partivamo da una mailing list, sviluppata nel tempo. Questa mailing list era composta da clienti e lettori interessati al marketing e al business su Internet, che si erano registrati di propria volontà alla newsletter.

Quando hai il vantaggio di avere un gruppo di persone qualificate a cui rivolgerti, che ti conoscono già, parti avvantaggiato fin da subito.

Un prodotto come ACV, che spiega una metodologia commerciale, non si vende con una sola email. Occorre una sequenza che educi il cliente sul valore del prodotto offerto. Una sequenza di email che sappia interessare sia le persone che desiderano fatti e risultati concreti, ma che sappia interessare anche chi desidera una comunicazione più calda, attenta agli aspetti umani e motivazionali.

Non tutte le persone hanno ricevuto le stesse email. Abbiamo cercato di profilare gli interessi della lista, inviando email differenti a gruppi di persone differenti.

Insomma, pochi punti ed accorgimenti chiave. E, come hanno dimostrato i risultati...

***...con un buon email marketing,
non è difficile ottenere buone vendite!***

Ovviamente, condizione necessaria affinché anche tu possa ripetere una campagna come quella di ACV, è partire da una lista, una tua mailing list.

E qui rispondiamo ad un'altra delle domande che ci è stata rivolta spesso: quanto deve essere grande questa mailing list? Beh, la lista che ha generato la maggior parte delle vendite di ACV era composta da sole 2mila persone.

Come puoi crearti una mailing list?

Se desideri anche tu una tua mailing list, hai vari modi per crearla. Ad esempio, e ne avevamo già parlato qualche tempo fa, puoi creare una pagina "cattura nomi" (name squeeze page), [come questa](#). Una pagina cioè dove offri qualcosa in cambio dell'indirizzo email del lettore.

Oppure puoi mettere un apposito modulo di registrazione nel blog. Vedi ad esempio come fa [Giulio](#) e come fa [Nicola](#) (vedi il modulo in alto a destra nel blog).

I vantaggi di una mailing list sono notevoli. A Giulio piace perché gli dà l'opportunità di mantenere una relazione con il proprio pubblico. Nicola invece include spesso una mailing list quando progetta un modello di business su web per i clienti.

Cosa puoi fare con l'email marketing?

In questo report desideriamo fornirti informazioni e tecniche che tu possa usare subito nella tua azienda. Nelle prossime pagine includeremo alcuni modelli pronti di email, dai quali puoi prendere spunto per le tue campagne di email marketing.

Ma vediamo subito 5 cose che puoi fare tramite le email:

- Puoi capire cosa desiderano i tuoi clienti
- Puoi offrire un prodotto
- Puoi offrire un servizio
- Puoi facilitare una trattativa commerciale
- Puoi "rivitalizzare" clienti che non acquistavano da un po'.

Ecco ora i dettagli...

Come capire cosa vogliono i clienti

Prima di lanciare un nuovo prodotto o una nuova offerta, puoi inviare un breve sondaggio dove i tuoi clienti possano scriverti quello che vogliono davvero.

Questo è un aspetto spesso sottovalutato da tante aziende online, ed è un peccato. Ma se chiedi ai tuoi clienti cosa desiderano – e glielo offri – la vendita diventa molto più semplice!

Anche il lancio di ACV è stato preceduto da un sondaggio.

Come fare? Eccoti un modello pronto di email, che puoi adattare ai tuoi scopi ed utilizzare oggi stesso.

Titolo: Abbiamo bisogno del tuo consiglio!

Egregio signor Rossi,

molti amici e clienti ci hanno chiesto se e quando uscirà il nuovo modello del nostro prodotto XYZ.

La buona notizia è che stiamo lavorando duramente affinché esca entro 4 mesi da oggi.

Tuttavia, prima di terminarne la progettazione, vogliamo essere sicuri che soddisfi tutte le sue esigenze.

Per questo motivo... abbiamo bisogno del suo aiuto!

Le chiediamo di rispondere al breve sondaggio presente alla pagina:

www.tuodominio.com/sondaggio.html

impiegherà solo 1 minuto e ci fornirà indicazioni preziose per rendere i nostri prodotti più adatti alle sue esigenze.

Grazie

Il link nell'email riporterà il lettore ad una pagina con le domande del sondaggio.

Puoi realizzare un sondaggio anche senza saper programmare, utilizzando servizi come www.surveymonkey.com o www.wufoo.com.

Vediamo ora come puoi utilizzare l'email marketing per...

...offrire un prodotto!

Questo è l'utilizzo più frequente. A noi personalmente non piacciono le email dove viene offerto un prodotto in modo freddo e puramente "commerciale".

Se stai offrendo un prodotto, è sempre utile spiegare le ragioni ed i benefici specifici che riceve il cliente.

Ad esempio:

Titolo: è pronto XYZ! Offerta speciale a 1.990 euro

Egregio sig. Rossi,

dopo settimane di duro lavoro, finalmente siamo pronti ad offrire il nuovo modello di XYZ.

Questo nuovo modello - completamente migliorato e potenziato - tiene conto di tutte le richieste che ci erano state fatte di recente dai clienti come lei.

Ed i risultati parlano da soli!

In particolare:

- (descrizione del beneficio 1)
- (descrizione del beneficio 2)
- (descrizione del beneficio 3)

Il nuovo XYZ è disponibile in offerta speciale a 1.990 euro solo fino al giorno xx/xx/08.

Successivamente, verrà proposto al prezzo di 2.300 euro.

Per richiedere maggiori informazioni o accedere oggi stesso all'offerta, può chiamarci al numero 12345678.

Se proponi un prodotto, abbiamo visto che i benefici per il cliente ed il prezzo sono elementi importanti nella tua comunicazione via email. E l'offerta deve essere chiara.

E se invece proponi un servizio?

Se invece proponi un servizio dove conta la relazione (come ad esempio una consulenza) allora un tono troppo commerciale può risultare dannoso.

Viceversa, è più importante dimostrare competenza e invitare al dialogo che poi porta alla richiesta di consulenza da parte del cliente.

Uno dei modi per ottenere questo risultato è inviare una email che rimandi il lettore ad un report informativo in formato pdf (come questo!).

Alla fine del report, inviterai il cliente a mettersi in contatto con te per ricevere maggiori informazioni.

Ad esempio:

Titolo: Come ridurre i costi telefonici

Egregio dott. Rossi,

in queste ultime settimane abbiamo analizzato a fondo le spese di telefonia fissa e mobile di molte aziende nostre clienti.

Su tutte abbiamo scoperto ampi margini per ridurre i costi, con percentuali che oscillano dal 20 fino al 70%. In una delle aziende che abbiamo visitato sono stati stimati risparmi potenziali per oltre 67mila euro all'anno.

Cosa ancor più interessante, siamo spesso riusciti ad associare alla riduzione dei costi anche un miglioramento del servizio ricevuto.

Tra le varie opportunità di risparmio, abbiamo notato che 5 strategie sono particolarmente ricorrenti. E potrebbero essere interessanti anche per aziende come la sua.

Per questo motivo abbiamo preparato un breve report informativo, dal titolo:

"5 opportunità per ridurre i costi di telefonia fissa e mobile, migliorando il servizio"

Può scaricare il report, gratuitamente e senza impegno, da questa pagina:

www.tuodominio.com/report.html

Per qualsiasi ulteriore informazione, siamo a sua disposizione al numero 12345678.

Un cordiale saluto

Email così possono essere inviate ad una lista di persone.

Se email come queste sono particolarmente utili quando inviate ad una lista, ci sono anche le email da inviare alla singola persona. Magari in risposta ad una richiesta di preventivo (ad esempio ricevuta utilizzando il metodo [ACV](#)).

A tale proposito, vediamo ora una...

Email per una trattativa commerciale

L'email da sola non basta a chiudere una trattativa commerciale. Tuttavia, una buona email può essere un utile strumento per chiarire le idee al cliente ed orientarlo verso il tuo servizio, facilitando il lavoro del personale commerciale.

L'email può contenere dei link ad altre risorse o documenti. Ad esempio, ad articoli informativi nel blog della tua azienda.

Vediamo ora un esempio di email, in risposta ad una richiesta commerciale:

Titolo: Informazioni XYZ

Egregio dott. Rossi,

la ringrazio per averci contattati.

Come anticipato telefonicamente, con questa email le segnalo alcune pagine del nostro blog dove troverà informazioni utili al suo caso specifico.

In particolare:

- casi studio di aziende meccaniche, come la sua, che hanno utilizzato XYZ per ridurre i costi ed aumentare la produttività:

www.tuoblog.com/articolol1.html

www.tuoblog.com/articolo2.html

www.tuoblog.com/articolo3.html

- cosa differenzia XYZ dai prodotti concorrenti:

www.tuoblog.com/articolo3.html

- come lavoriamo: il nostro approccio ai progetti

www.tuoblog.com/articolo3.html

Ci sentiamo domani pomeriggio, quando la ricontatterò al numero di telefono da lei indicatomi.

Un cordiale saluto

Come ultimo esempio, vediamo una email...

...per risvegliare i clienti che non acquistano da un po'!

Se hai un modello di business con clienti ad acquisto ripetuto, avere una base clienti viva e vitale è importante per valorizzare i tuoi investimenti di marketing.

Ogni tanto succede che alcuni clienti smettano di acquistare. E può esserti utile risvegliarli e cercare di riportarli all'acquisto, prima che sia troppo tardi.

A tale proposito, puoi individuare tutti i clienti che non acquistano da un po', ed inviare loro una email di questo tipo:

Titolo: Sig. Rossi, va tutto bene?

Egregio sig. Rossi,

abbiamo una buona notizia per lei.

Ad un numero limitato di clienti abbiamo riservato uno sconto del 10% sul nostro prodotto XYZ.

Il suo nominativo è stato selezionato tra quelli che hanno accesso a questa speciale promozione, valida solo fino al giorno xx/xx/xx.

Per accedere al suo sconto può chiamare oggi stesso il numero 12345678.

Se invece non fosse interessato alla promozione, ma avesse qualche richiesta o consiglio da darci, ci farebbe piacere sentirla. A tale proposito, può rispondermi a questa stessa email.

Un cordiale saluto e a presto

Come vedi, l'email marketing può tornare utile per più di un obiettivo di business. Ed una mailing list di lettori e clienti affezionati può diventare un patrimonio prezioso per la tua azienda.

Nei prossimi giorni vedremo insieme altre tecniche, idee e strumenti.

Potrai utilizzare queste tecniche di email marketing per aumentare le vendite della tua azienda. Ma anche per lanciare una nuova iniziativa imprenditoriale, oppure per fare consulenza di marketing alle aziende.

Nel frattempo, puoi restare aggiornato visitando i nostri blog:

Il blog di Marketing Vincente: www.MarketingVincente.com

Il blog di Giulio: www.GiulioMarsala.com

Il blog di Nicola: www.VeniceMarketingReport.com

Ciao e a presto

Giulio e Nicola