



Osservatorio statistico 2014.

Tutti i numeri dell'email marketing.

MailUp webinar

Il nostro webinar è una finestra utile per crescere formarsi e domandare.



LIVE SESSION

Prima parte: 30 minuti



QUESTION TIME

Seconda parte: 30 minuti

GoToWebinar®

La società

MailUp è il servizio italiano con più clienti e più email inviate

7.000 + Clienti attivi in 20 paesi

600 + Rivenditori

25 + Miliardi di messaggi inviati / anno

3 + Sedi

80 + Dipendenti

Oggi parliamo di ...

- **I numeri dell'email marketing 2014
a confronto**
(Ramona Caselli, Team Marketing MailUp)
- **Question time**

Ebook «Osservatorio MailUp 2014»

Scaricalo qui: **bit.ly/osservatorio-mailup-2014**

The screenshot shows the MailUp website's landing page for the 2014 Statistical Observatory. At the top, the MailUp logo is displayed with the tagline "BE RELEVANT 10 anni". To the right, the text "La soluzione per l'invio di email e SMS" is visible. Below the header, the title "OSSERVATORIO STATISTICO" is prominently displayed in orange. A subtext below it reads "Tutti i numeri dell'email marketing. Edizione 2014." A paragraph explains that MailUp presents the 2014 edition of the "Osservatorio statistico", a tool that helps professionals and companies identify the best strategy to achieve their goals. It highlights a sample of nearly 14 billion messages and the ability to compare results with global and sectoral ones. Another paragraph discusses the importance of understanding reference percentages for one's own market, user habits, and trends to anticipate scenarios and make the most of the communication medium. On the left, there is an image of the "Osservatorio statistico 2014" report cover, which features a dark background with white and light blue graphics of wings and the text "Osservatorio statistico 2014" and "TOPIC MARKETING". To the right of the report image, a list of features found in the observatory is provided, each preceded by a checkmark. The features include: le percentuali di apertura per settori merceologici; la classifica dei clienti di posta più diffusi; l'incidenza della lunghezza dell'oggetto dell'email sui tassi di apertura; i risultati dell'indagine sui tempi di lettura dell'email; and i dati sulla reattività dell'email nel mondo. To the right of this list is a large, dark call-to-action form. The form has a title "Scarica l'osservatorio statistico 2014" and a question "Che ruolo hai?". It includes dropdown menus for "Selezione", "Azienda", and "Nome e cognome", and input fields for "Email aziendale" and "Telefono". There are also two checkboxes: "Accordo al trattamento dei dati" and "Hai una P. IVA? Prova MailUp gratis!". A large blue "PROSEGUI" button is at the bottom of the form.

OSSERVATORIO STATISTICO

Tutti i numeri dell'email marketing. Edizione 2014.

MailUp presenta l'edizione 2014 dell'**Osservatorio statistico**, lo strumento che aiuta professionisti e aziende a individuare la strategia migliore per raggiungere i propri obiettivi.

Forte di un campione di quasi 14 miliardi di messaggi, il report consente di confrontare i propri risultati con quelli globali e settoriali.

Conoscere le **percentuali di riferimento** del proprio mercato, le abitudini degli utenti e i trend ti permette di anticipare gli scenari e sfruttare al meglio il potenziale del mezzo di comunicazione.

Nell'Osservatorio statistico 2014 trovi:

- ✓ le **percentuali di apertura** per settori merceologici
- ✓ la classifica dei **clienti di posta** più diffusi
- ✓ l'incidenza della **lunghezza** dell'oggetto dell'email sui tassi di apertura
- ✓ i risultati dell'indagine sui **tempi di lettura** dell'email
- ✓ i dati sulla **reattività** dell'email nel mondo.

Scarica l'osservatorio statistico 2014

Che ruolo hai?

Selezione

Azienda

Nome e cognome

Email aziendale

Telefono

Accordo al trattamento dei dati

Hai una P. IVA? Prova MailUp gratis!

PROSEGUI



La soluzione per l'invio di email e SMS
www.mailup.it

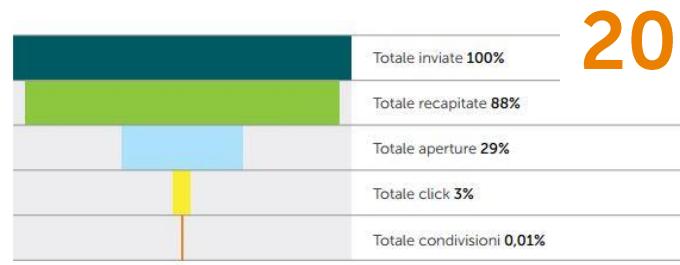
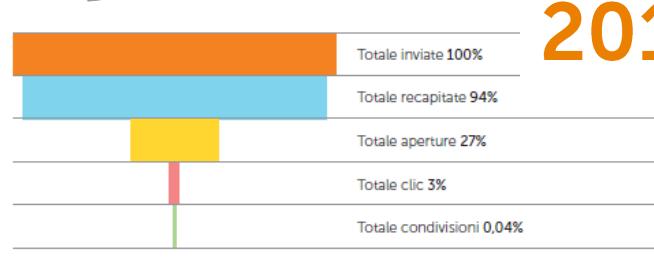
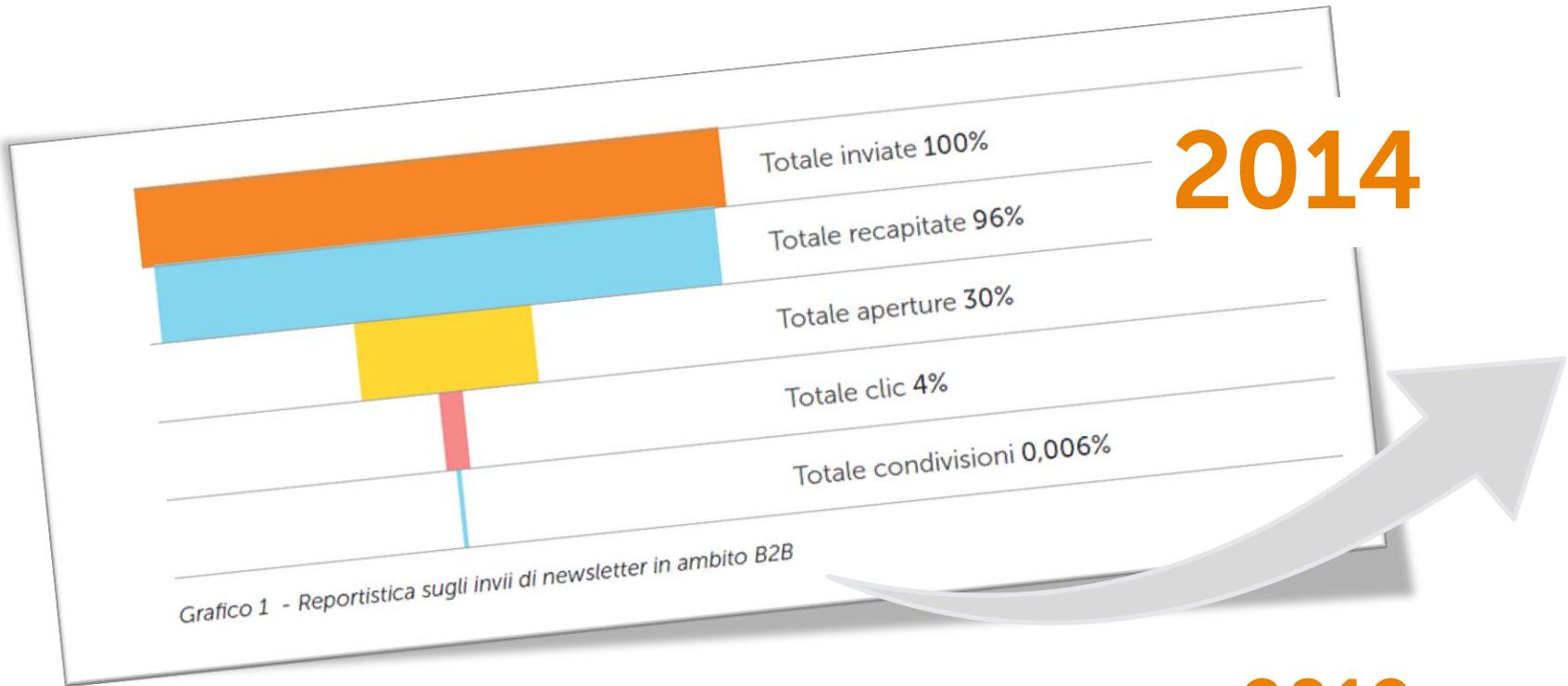
I numeri dell'email marketing 2014 a confronto

Ramona Caselli, Team Marketing MailUp

Un analisi di Benchmark perché? 1€ investito nell'email marketing vale 40\$



Un analisi di Benchmark perché? Cresce l'interesse verso l'email



Tipologie di Email

Newsletter

Se non leggi questo messaggio correttamente, [clicca qui](#)

mailup
BE RELEVANT 10 anni

Novembre 2014

Semplice e ricco di vantaggi. Arriva il listino a frequenza

Con il **listino a frequenza** MailUp è ancora più conveniente perché la **velocità di recapito**, e quindi il prezzo, lo decidi tu. Oltre ai **invii e destinatari illimitati**, hai inclusi **Marketing+** e **Message+**. Per assistenza e consulenza personalizzata in tema di deliverability, scegli **Supporto Premium e Delivery+**.

[Configura il tuo prezzo >](#)

ULTIME NEWS DA MAILUP

MailUp 8.6.4: a breve il nuovo rilascio

Tornano in primo piano **BEE** con nuovi modelli già pronti, la gestione migliorata dei permessi e la nuova **Contenuti Dinamici**. E ancora, chi cerca una soluzione troverà nell'etichetta **Auto** un campo di ricerca per avere subito gli articoli di supporto.

[Approfondisci le novità >](#)

PadiAct moltiplica gli iscritti

Con i moduli pop-up PadiAct incrementi da 5 a 7 volte gli iscritti al tuo database. Per questo MailUp ha lanciato la partnership con il potente tool online: così invi i **nuovi iscritti**, raccolti tramite pop-up personalizzati, direttamente alla console.

[Scopri tutto su PadiAct >](#)

È nato il Cobox, la nuova casa per startup

Annunciando a giovedì 27 novembre a Cremona per presentare il suo nuovo prodotto.

Ecco il Cobox

Per saperne di più [clicca qui](#)

DEM

MediaWorld

Buongiorno RAMONA il tuo saldo CREDIT al 23/11/14 è 15

Hi-FRIENDS Il club digitale ad alto valore

COMPLIMENTI! Aprendo la newsletter hai già guadagnato 2 PLAY CREDIT! [Entra in Hi-FRIENDS >](#)

Registrati sul sito e partecipa alle missioni digitali per ottenere altri PLAY CREDIT!

dal 25 novembre al 28 dicembre

Accessori Hi-Tech

LG Smartwatch G Watch R **269'99** **NOVITÀ**

WACOM Touch pad USB Bamboo Pad **39'99** **Dal 25 novembre al 28 dicembre**

MIP Friendly Robot **99'99** **Dal 25 novembre al 28 dicembre**

CHISI INFORMA È PREMIATO! CLICCA E SFOLGLIA IL VOLANTINO, SUBITO PER TE

Transazionale



Inizia a usare il tuo conto PayPal

Benvenuto Ramona Caselli,

grazie per avere scelto PayPal. Il metodo rapido, affidabile e innovativo per pagare e farsi pagare.

Acquista online

Scopri la rapidità e la comodità di fare acquisti con il tuo nuovo conto. Come? Puoi ricaricare il tuo conto PayPal con un bonifico bancario: accedi a PayPal e clicca Ricarica conto. Oppure, per maggiore libertà negli acquisti, aggiungi la tua carta di credito o prepagata: vai al tuo Profilo e clicca **Portafoglio**.

Pagare sarà questione di secondi su [eBay](#) e su migliaia di negozi online che trovi su [www.paypal-shopping.it](#). Inoltre, se paghi con PayPal su eBay, puoi usufruire della protezione acquisti su tantissimi articoli. Consulta le condizioni.

Ricevi pagamenti

Puoi usare il tuo conto PayPal anche per accettare pagamenti. Quando ricevi denaro con PayPal, viene depositato automaticamente sul tuo saldo PayPal. In seguito, puoi trasferirlo sulla tua carta o sul conto bancario o lasciarlo sul tuo conto PayPal per i tuoi acquisti online.

Desideri maggiori informazioni? Visita la pagina [www.paypal.it/benvenuto](#).

Cordiali saluti,
PayPal

PayPal. Il metodo sicuro per pagare e farsi pagare

- Usa la tua carta senza comunicare i dati ai venditori.
- Paga in modo rapido con email e password.
- Fai acquisti in tutto il mondo in pochi clic.

Diffidati dalle email contraffatte

- Mantieni segreta la tua password PayPal e non rivelarla mai a nessuno.
- Non rispondere alle email che ti richiedono i dati del tuo conto PayPal.



La soluzione per l'invio di email e SMS
[www.mailup.it](#)

Metriche

OR

Il tasso di apertura delle email.

Cosa fa la differenza?

- Qualità dell'oggetto
- Timing d'invii
- Fidelizzazione dei destinatari

Clic

Il tasso di clic in rapporto alle email recapitate.

Cosa fa la differenza?

- Interesse per i contenuti
- Qualità della call to action
- Qualità del flusso (micro sì)

CTOR

La % degli utenti che ha cliccato sul messaggio rispetto agli utenti che hanno aperto almeno una volta il messaggio.

Cosa fa la differenza?

- Design layout
- Chiarezza call to action
- Compatibilità del messaggio

Qual è l'email più performante?

Cresce l'apertura delle email consumer informative

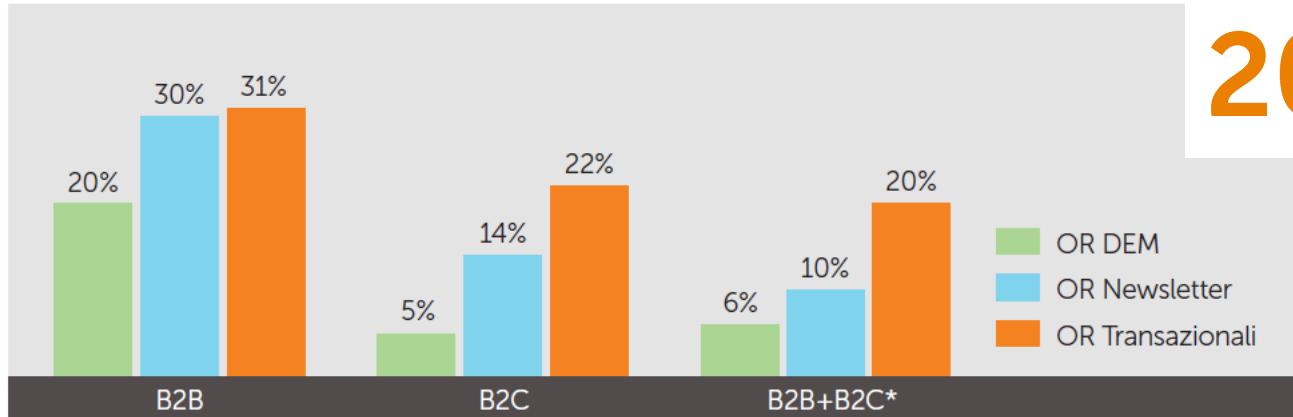


Grafico 2 - OR - *Per B2B + B2C si intende l'invio di comunicazioni a entrambe le tipologie di destinatari

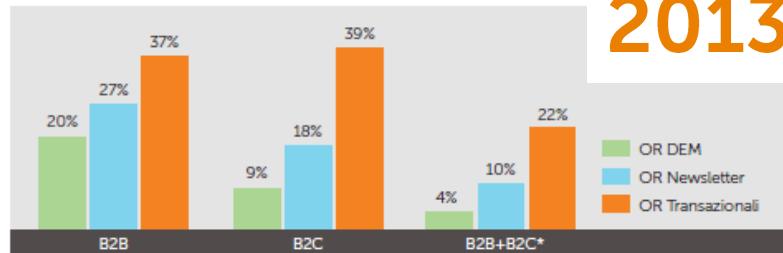


Grafico 2 - OR - *Per B2B + B2C si intende l'invio di comunicazioni ad entrambe le tipologie di destinatari

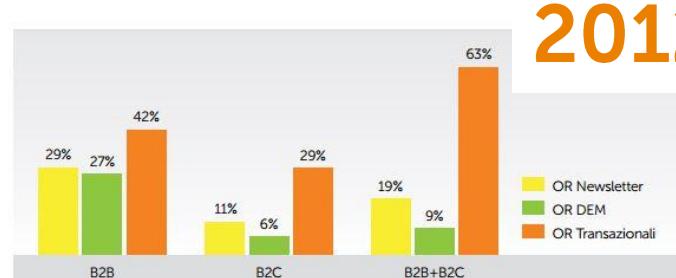


Grafico 2 - Tasso di apertura (OR - Open Rate)

Qual è l'email più performante?

Il btoB mantiene il primato di CLIC

2014

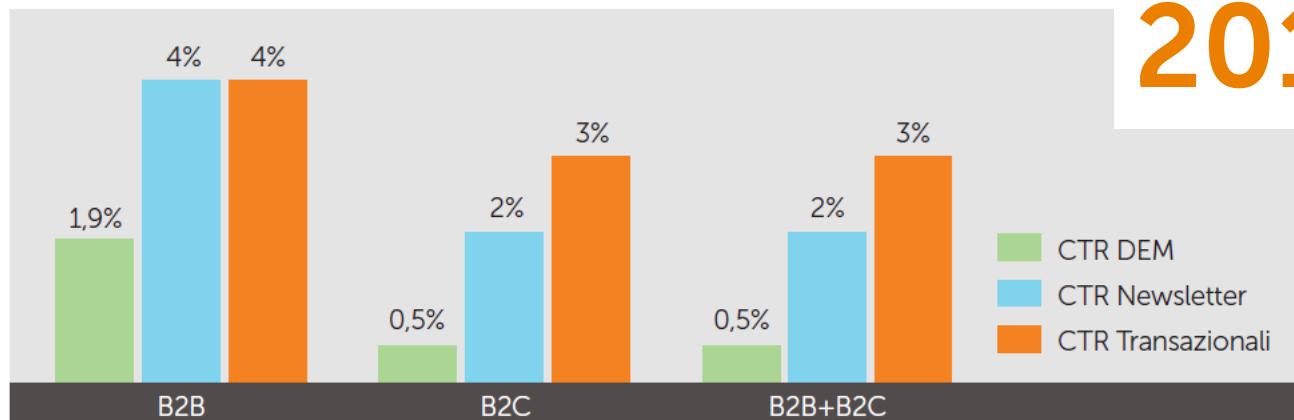


Grafico 3 - CTR

2013

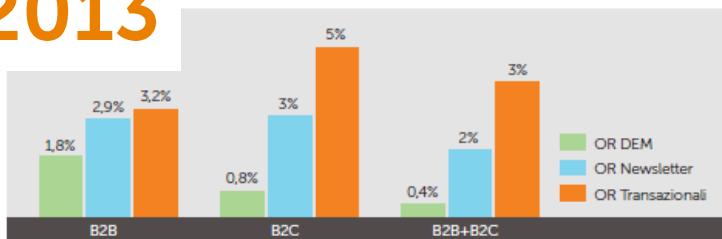


Grafico 3 - CTR

2012

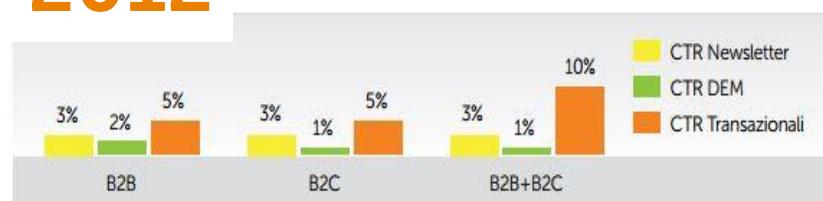


Grafico 3 - Tasso di clic (Clic through rate - CTR)

Il destinatario si aspetta contenuti interessanti

Ricorda ...

NELLE EMAIL NON DIMENTICARE DI INSERIRE...



Pulsante con
una call-to-action
invitante



Pulsante per
permettere telefonata
immediata



Accesso facile
e visibile al
mondo social



Visualizzazione
di video, tutorial o
promozionali

Quale settore è più attivo?

La personalizzazione premia ancora una volta le Newsletter

	B2B			B2B+B2C			B2C		
	OR	CTR	CTOR	OR	CTR	CTOR	OR	CTR	CTOR
Agenzie Pubblicità/Marketing	22%	2%	9%	4%	1%	9%	4%	1%	16%
Agricoltura/Alimentare	38%	11%	15%	32%	5%	18%	34%	3%	11%
Assicurazioni / Finanza / Banche	59%	7%	16%	36%	5%	19%	16%	2%	17%
Associazioni / Organizzazioni politiche	55%	4%	10%	44%	6%	19%	37%	5%	18%
Automotive	36%	6%	13%	46%	7%	17%	31%	8%	27%
Casa / Giardino /Edilizia	32%	4%	10%	30%	5%	14%	19%	3%	14%
Commercio al dettaglio / Retail	35%	9%	13%	25%	5%	22%	22%	3%	16%
Commercio all'Ingrosso	36%	7%	9%	25%	2%	7%	45%	6%	20%
Consulenza / Professionisti	41%	4%	13%	40%	9%	24%	27%	3%	12%
Editoria / Media / Social	29%	10%	11%	25%	4%	16%	22%	8%	26%
Enti pubblici	38%	6%	19%	37%	4%	13%	47%	8%	20%
Fiere ed Eventi	34%	3%	9%	36%	3%	11%	24%	3%	13%
Formazione / Lavoro	22%	1%	8%	18%	3%	17%	14%	3%	18%
Gambling/Giochi	25%	5%	23%	8%	1%	11%	4%	0,3%	8%
Grande distribuzione	43%	5%	14%	56%	24%	16%	27%	3%	14%
Hobby e Tempo libero	21%	1%	10%	29%	8%	14%	11%	2%	17%
Industria	33%	4%	11%	30%	6%	12%	69%	12%	26%
Medicina/Educazione	20%	6%	10%	26%	6%	10%	77%	6%	11%

Quale settore è più attivo?

DEM: l'interesse ricade sull'alimentare

	B2B			B2B+B2C			B2C		
	OR	CTR	CTOR	OR	CTR	CTOR	OR	CTR	CTOR
Agenzie Pubblicità/Marketing	24%	1%	9%	3%	0%	6%	4%	0%	6%
Agricoltura/Alimentare	39%	8%	29%	19%	3%	17%	38%	11%	30%
Assicurazioni / Finanza / Banche	54%	7%	10%	16%	1%	10%	8%	1%	10%
Associazioni / Organizzazioni politiche	54%	23%	13%	54%	3%	7%	10%	1%	15%
Automotive	31%	4%	15%	21%	4%	18%	30%	4%	12%
Casa / Giardino / Edilizia	22%	5%	8%	26%	3%	16%	21%	2%	11%
Commercio al dettaglio / Retail	25%	2%	10%	16%	2%	15%	19%	4%	20%
Commercio all'Ingrosso	34%	23%	11%	21%	2%	10%	28%	6%	21%
Consulenza / Professionisti	23%	2%	8%	18%	2%	11%	21%	2%	14%
Editoria / Media / Social	18%	2%	11%	12%	2%	10%	21%	2%	7%
Enti pubblici	27%	2%	10%	33%	4%	12%	55%	1%	5%
Fiere ed Eventi	39%	6%	9%	33%	3%	10%	24%	2%	9%
Formazione / Lavoro	23%	2%	10%	10%	1%	7%	2%	0%	8%
Gambling/Giochi	-	-	-	16%	3%	22%	16%	2%	12%
Grande distribuzione	30%	2%	8%	36%	6%	15%	24%	5%	22%
Hobby e Tempo libero	49%	7%	19%	36%	6%	17%	1%	0,1%	12%
Industria	26%	7%	12%	40%	8%	13%	24%	3%	12%
Medicina/Farmaceutica	33%	5%	14%	29%	2%	8%	15%	1%	13%
Moda, Abbigliamento, Calzature	47%	7%	20%	24%	6%	25%	18%	4%	22%
Musica / Arte / spettacolo	28%	1%	5%	9%	1%	8%	13%	2%	12%

E la reattività?

A Marzo il picco maggiore di aperture

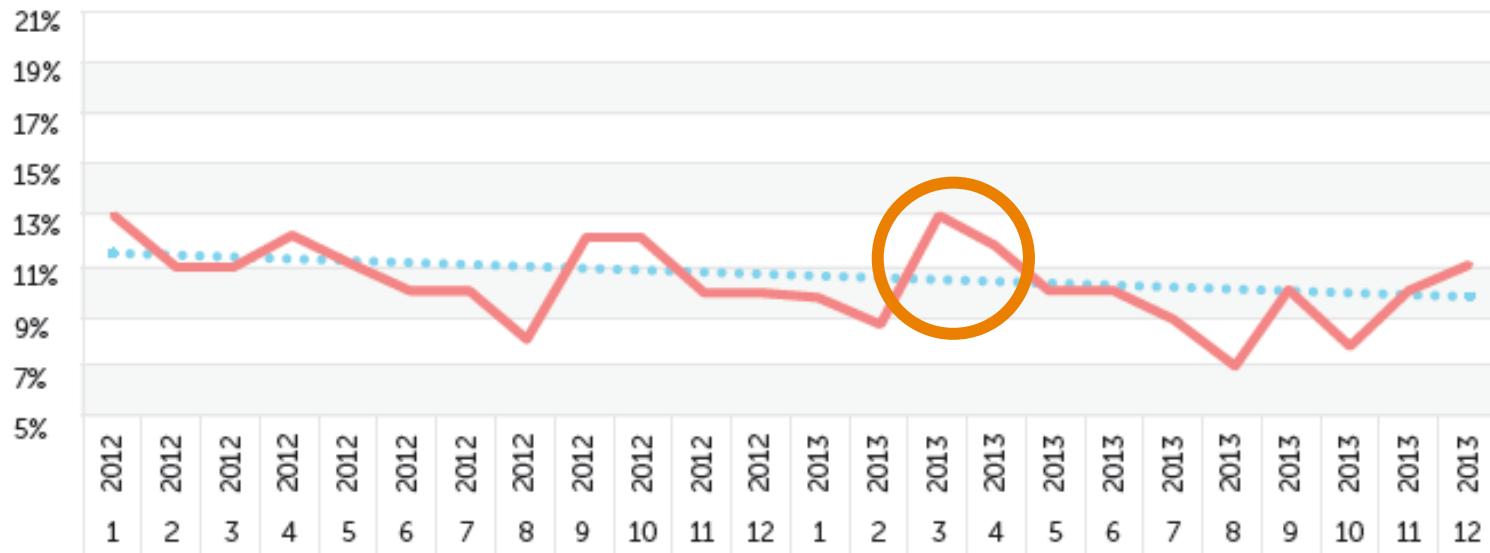


Grafico 4 - Andamento OR

E la reattività nel mondo?

CTOR sopra il 60%, in Portogallo, Svezia e la Finlandia, Brasile e Argentina.
Italia nella media.

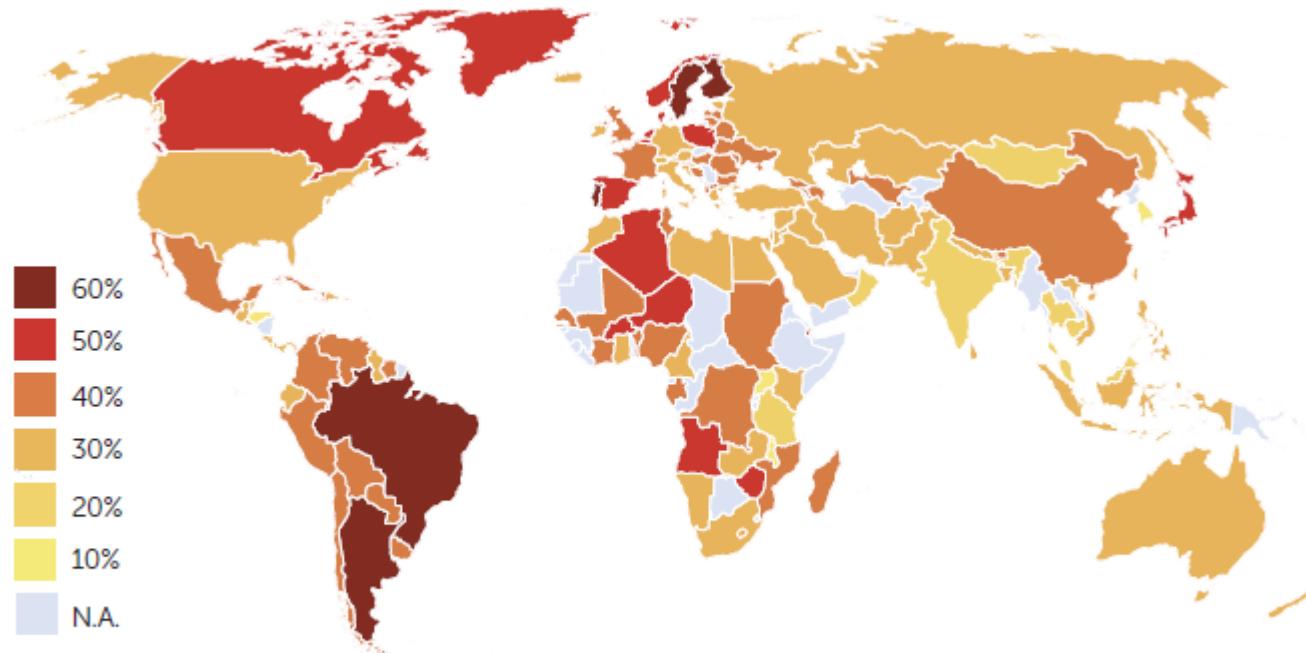


Grafico 6 - Reattività per ogni singolo paese

Attiriamo l'attenzione prima dell'apertura!

Oggetto di 20 battute e keyword precise

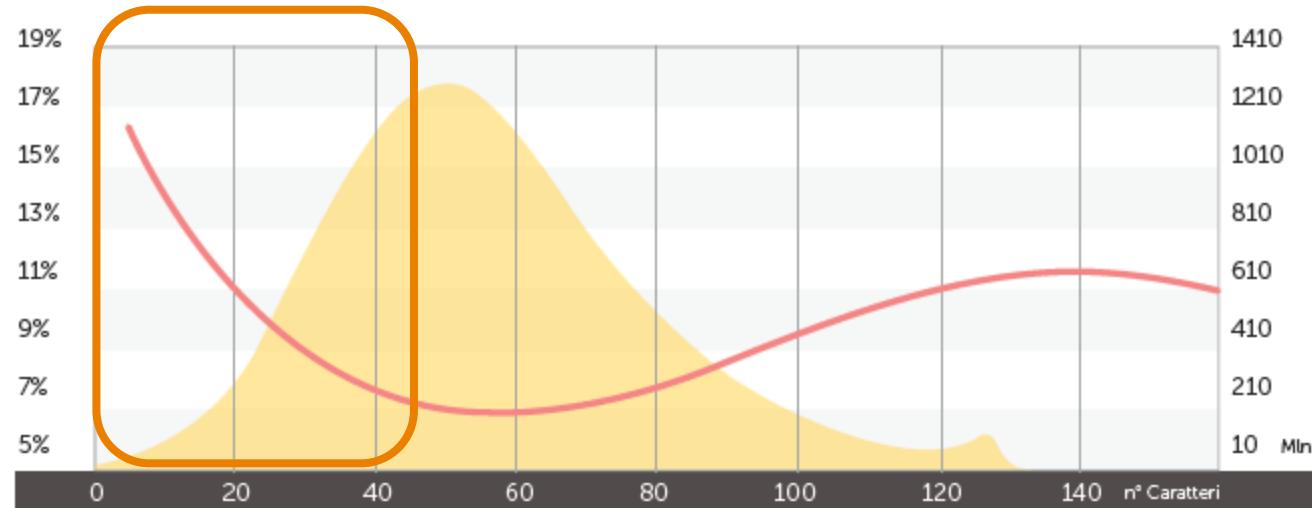


Grafico 5 - Le percentuali di apertura sugli invii in base alla lunghezza dell'oggetto

Usa il preheader come anteprima del messaggio

Rendi efficace il tuo messaggio anche su dispositivi mobile



Fai condividere per aumentare l'engagement

Twitter prende piede su Facebook.

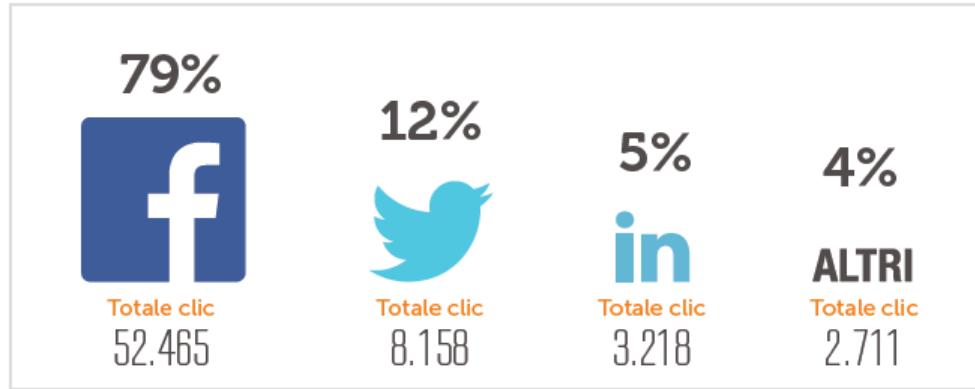
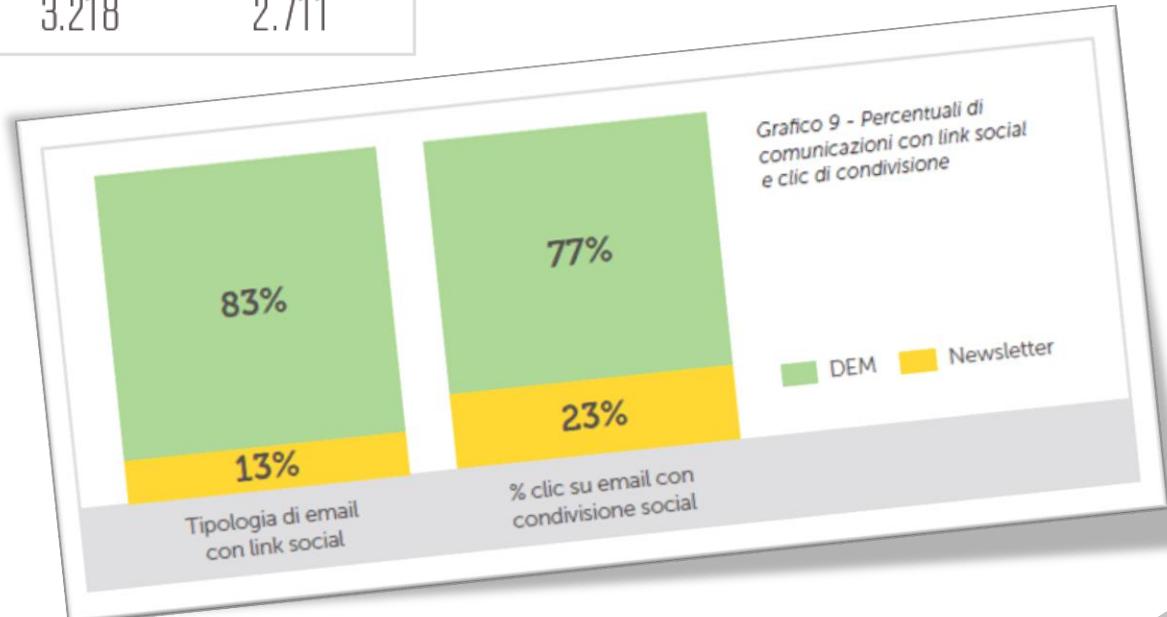


Grafico 8 - Condivisioni sui diversi social network



Parola d'ordine: ottimizzare

Su quali client?

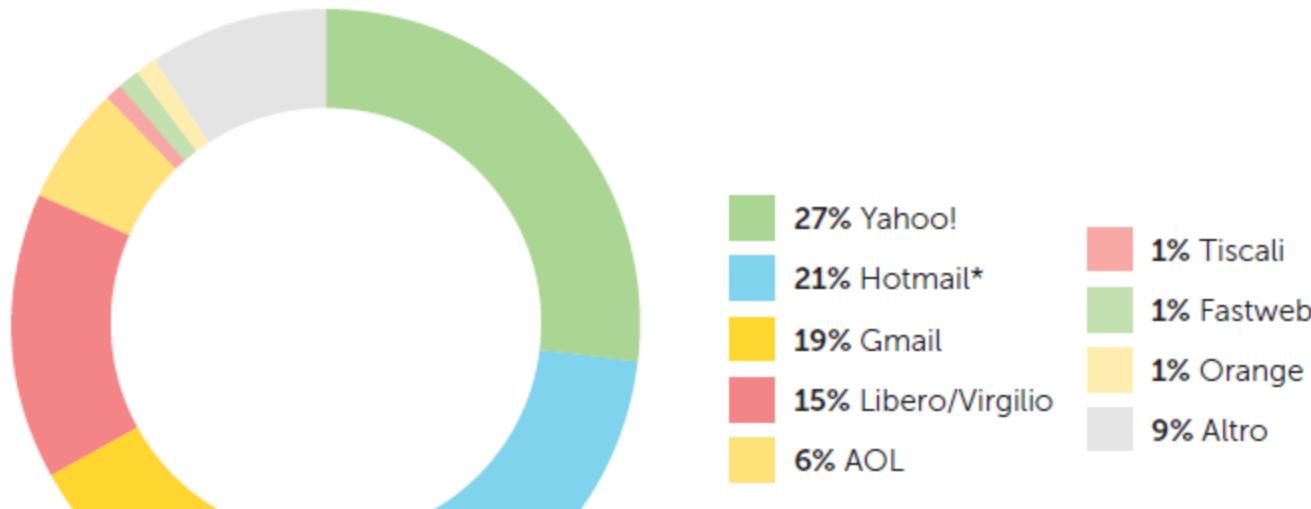
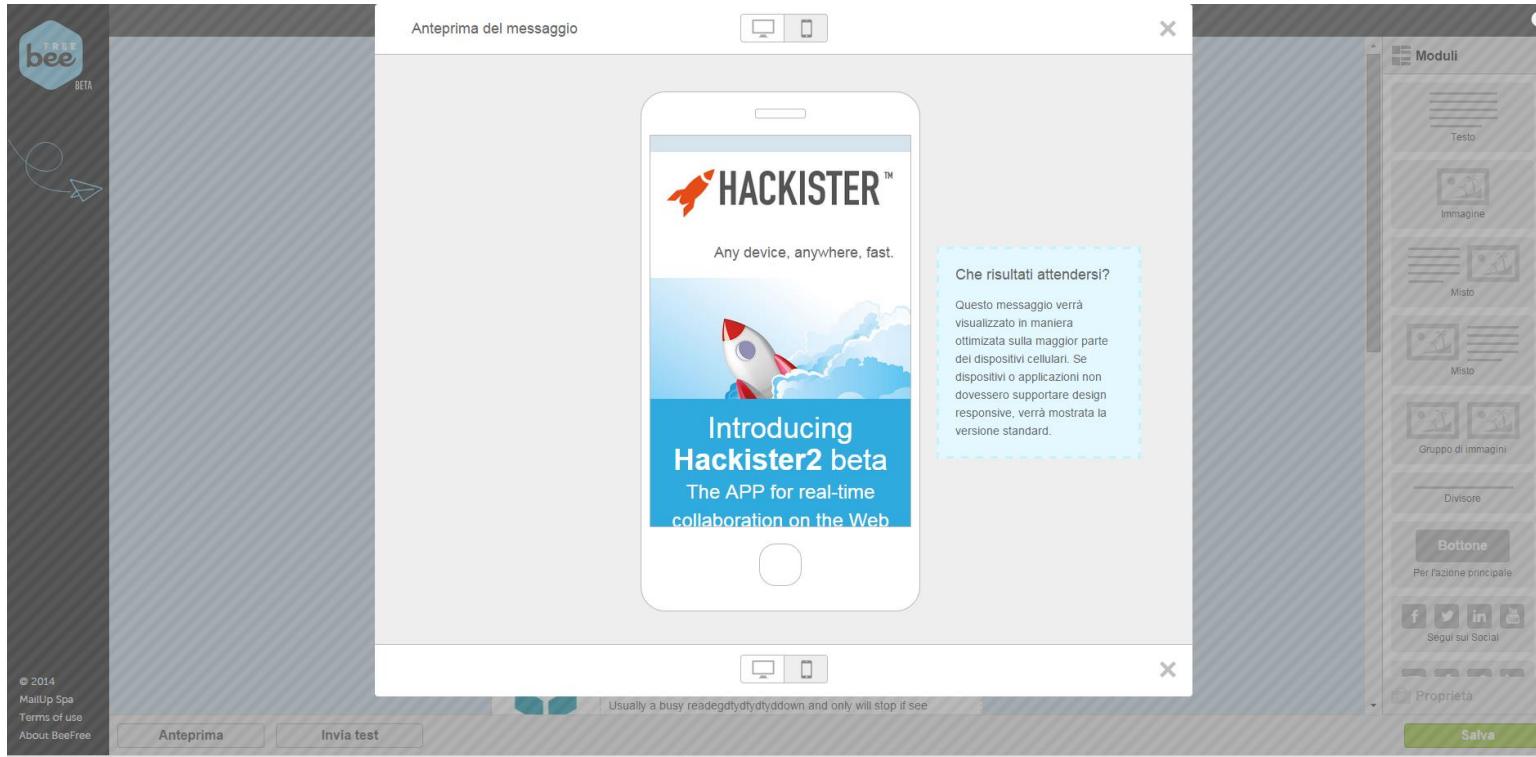


Grafico 12 - Provider email

Adatta le tue email ai vari devices



Fonte:
BeeFree.io

Editor
Drag&Drop
disponibile
online
gratuitamente.

Hai testato sui vari client, browser e device la tua email?
È importante che la tua email sia leggibile e adatta ai diversi device,
verifica sempre prima di inviare.

In quanto tempo leggono le mie email?

Entro 1 ora!

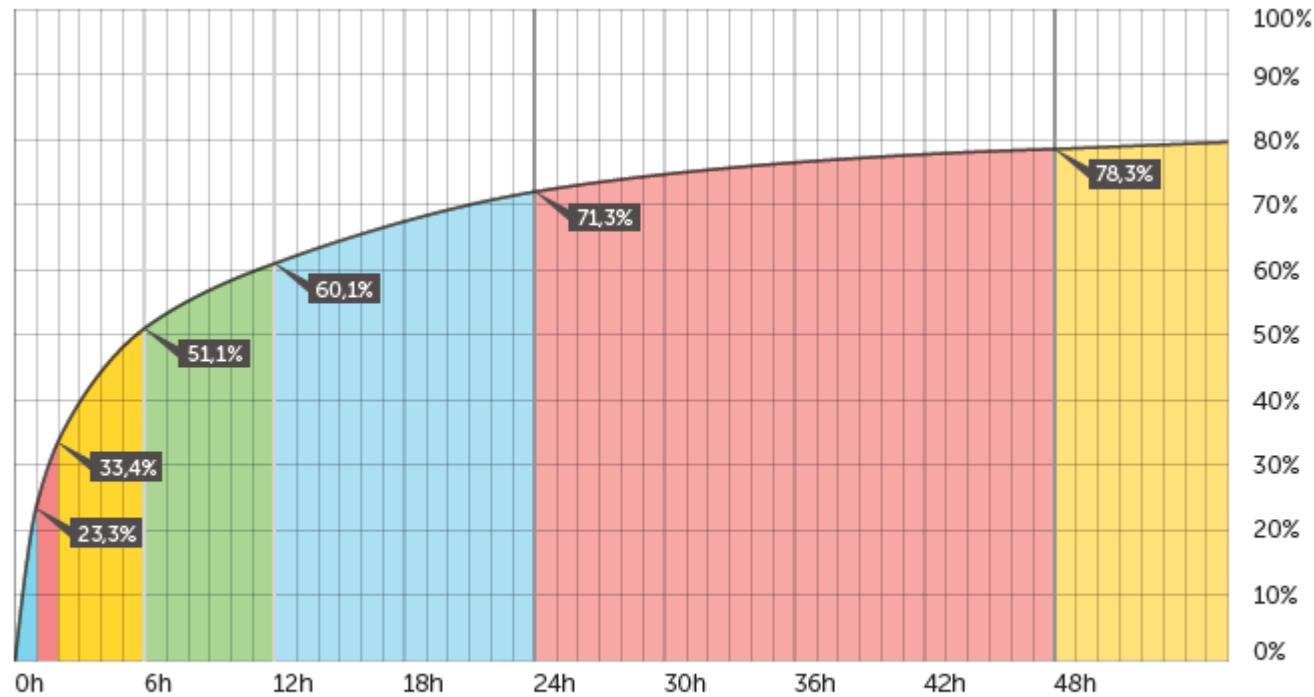
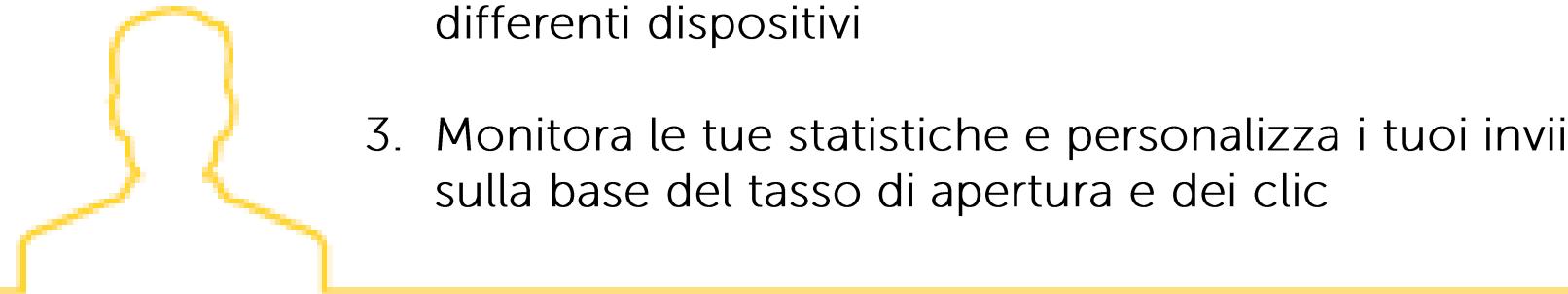


Grafico 13 - Tempi di apertura dell'email

Cosa posso fare per migliorare i miei «numeri»?

- 
1. Crea messaggi pertinenti e rilevanti per il tuo destinatario
 2. Ottimizza la tua email sui diversi client di posta e sui differenti dispositivi
 3. Monitora le tue statistiche e personalizza i tuoi invii sulla base del tasso di apertura e dei clic

QUESTION TIME – 30'



Provalo Gratis 30 giorni!

Vai su **www.mailup.it**



Documentazione

Scarica da domani la documentazione relativa al webinar sul nostro sito:
www.mailup.it/email-marketing-webinar.htm



MILANO Viale Francesco Restelli 1 - 20124 Italy / Telefono +39 02 7104 0485 - Fax +39 0372 800725

CREMONA Via dei Comizi Agrari 10 - 26100 Italy / Telefono +39 0372 24525 - Fax +39 0372 800725

SAN FRANCISCO 560 Mission Street Suite 1300 - San Francisco, CA 94105 / Tel. +1 888 962 4587



La soluzione per l'invio di email e SMS www.mailup.it