



4 Febbraio 2021

Il tema delivery al centro delle campagne di Email Marketing 2020: 21 milioni di invii per colmare le distanze durante il lockdown

MailUp ha condotto uno studio sulla ricorrenza delle parole chiave a tema Covid e delivery nelle campagne email del 2020, rivelando una frequenza di invio e tassi di apertura più elevati per le aziende del Beauty, Retail e No Profit.

MailUp presenta i risultati di un'analisi finalizzata a rilevare la frequenza di utilizzo e il grado di attenzione degli utenti verso le **tematiche Covid e delivery nelle campagne email 2020.**

Basandosi su un campione di circa 14 miliardi di invii di email massive, la prima parte dello studio è stata focalizzata sulla frequenza di invio di comunicazioni relative all'emergenza sanitaria. Su un miliardo di email inviate a marzo 2020, **103 milioni** hanno utilizzato nell'oggetto parole chiave come **Covid-19, lockdown, quarantena e pandemia**, quasi il 9% sul totale. Tra i settori che hanno effettuato il maggior numero di invii, emergono **Medicina, No Profit ed Enti pubblici**, con volumi intensificati nei mesi di maggiore allerta sanitaria, mentre la Formazione ha garantito una copertura di invii costante per tutto il 2020.

La seconda parte dello studio è stata dedicata alla frequenza di utilizzo nell'oggetto di parole chiave legate ai servizi di delivery: **spedizione, domicilio, consegna a casa**. I risultati dell'analisi hanno mostrato un picco di invii che **nel mese di aprile ha raggiunto i 21 milioni**, segno del fatto che le aziende siano **corse prontamente ai ripari**, dopo un mese di marzo che è servito per riorganizzare e ottimizzare la gestione dei servizi di delivery. In questa seconda parte, l'analisi ha fornito uno spaccato sui settori che evidenzia tendenze interessanti: primo posto per numero di invii a tema delivery figurano le **aziende del mondo beauty, seguite da Retail e No profit.**

Oltre al numero di invii, lo studio ha analizzato anche il livello di interesse del pubblico verso queste tematiche, rilevando **tassi di apertura più elevati (tra il 15% e il 10%)** rispetto alla media delle email inviate. Tra i messaggi che hanno destato maggiore interesse, sono

emersi in particolare quelli legati alla cura di sé e della casa, con **picchi di open rate che hanno raggiunto il 25%** nei primi mesi di lockdown se si considerano solo gli invii DEM. I dati, quindi, confermano il rinnovato interesse e valore per la cura della persona e il ritorno al valore della dimensione domestica, soprattutto nei mesi in cui, date le restrizioni alla mobilità, le persone hanno avuto più tempo a disposizione per prendersi cura di sé e per la manutenzione della propria casa.

A livello generale, lo studio evidenzia **un andamento nei volumi di invio e nei tassi di apertura che ha seguito la stessa evoluzione del virus**: dopo i picchi iniziali dei primi mesi di lockdown, uno stazionamento dei valori a livelli più bassi nel periodo estivo, in concomitanza con l'allentamento delle restrizioni e, infine, un secondo aumento nei mesi autunnali con la ripresa dei contagi.

I risultati dello studio sono **consultabili integralmente** sul [blog ufficiale di MailUp](#).

*“I dati raccolti confermano l’evoluzione che le campagne di email marketing hanno subito nel corso dell’ultimo anno – commenta **Giuseppe Vadalà**, Customer Value Manager di MailUp – Molte aziende di settori diversi si sono trovate costrette ad adeguare in corsa le rispettive strategie di comunicazione e vendita per far fronte al nuovo scenario. In un contesto inedito di difficoltà collettiva, l’email si è confermata un canale versatile ed efficace per mantenere viva la relazione con i propri clienti.”*



MailUp S.p.A. è la società tecnologica che ha sviluppato una piattaforma digitale di cloud computing scelta da PMI e grandi imprese per comunicare con le proprie basi di dati via Email, SMS e Messaging Apps. MailUp è la soluzione leader in Italia nel settore ESP e conta oltre 10.000 clienti e 800 rivenditori in più di 50 paesi. Fondata nel 2003, MailUp è una realtà internazionale con uffici a Milano, Cremona, San Francisco, Buenos Aires, Tokyo, Copenhagen, Santiago del Cile e Città del Messico. Dopo la quotazione nel 2014 sul mercato AIM di Borsa Italiana (MAIL.MI) (ISIN IT0005040354), MailUp ha intrapreso un percorso di crescita per linee esterne che – attraverso l’acquisizione di realtà affermate ed emergenti – ha portato alla nascita di MailUp Group, uno dei principali player in Europa nel campo delle Marketing Technologies, con oltre 20.000 clienti in oltre 100 paesi. MailUp Group è un ecosistema di cinque realtà indipendenti, ma sinergiche: MailUp (mercato

global), Acumbamail (mercato spagnolo e Latam), Agile Telecom (mercato global per gli SMS wholesale), Datatrics (predictive marketing) e BEE, l'email editor lanciato nel 2017 come linea di business complementare.

www.mailup.com | <http://www.mailupgroup.com/>www.mailupgroup.com

Press Office

Laura Calevo

+39 3355641177

laura@whiteladypr.it

www.mailup.it/press