

# Email Marketing: cosa ci riserva il

# 2014



## A UN PASSO DAL FUTURO

Il 2013 è stato un anno importante per l'email marketing: tante cose sono cambiate (pensiamo solo all'introduzione delle TAB di Gmail) ma il terreno di sfida è rimasto pressoché lo stesso. Per questo abbiamo colto la palla al balzo e ci siamo divertiti a provare a immaginare come sarà il futuro. Perché? Perché guardare avanti ci costringe inesorabilmente ad analizzare il presente. Ecco cosa **ci aspettiamo** per il 2014 e oltre!





## IL FUTURO? L'EMAIL PER DOVE SEI: IN UFFICIO, A CASA O IN VACANZA



Se è vero che **sempre più email vengono lette in mobilità**, da smartphones e tablet, lontano dalle postazioni fisse di casa e ufficio, al momento il mezzo email rimane piuttosto "statico", considerando che i clienti di posta non sfruttano ancora le informazioni relative alla geolocalizzazione. Ad ogni modo, è altrettanto vero che la **geolocalizzazione** sta attualmente divenendo uno standard de facto: per questo il futuro non potrà che prevedere, da parte dei marketers, un pieno utilizzo delle possibilità che tale nuova tecnologia mobile mette sul piatto.





## IMMAGINA UN FUTURO CON LE INBOX "TROPPO PULITE"

Col passare degli anni i filtri anti SPAM vengono sempre più perfezionati, tanto che dal 2010 **lo SPAM è in netta diminuzione** (dall'89% di 3 anni fa, al 70% del 2013). E se, di questo passo, lo SPAM venisse pressoché debellato nell'arco di un decennio (ciao-ciao cartella di "Posta indesiderata")? Magari qualcuno ne avrà nostalgia. Una "pulizia" di tale portata nel mondo dello SPAM non può che essere una buona notizia per i marketers: col tempo, infatti, gli utenti finali riceveranno nelle loro inbox solo informazioni utili e presteranno potenzialmente **più attenzione** alle comunicazioni in arrivo, personalizzate, di qualità e altamente su misura. In tal modo verrà rinsaldato il rapporto di fiducia tra imprese e consumatori e cresceranno, quasi certamente, i **tassi di conversione**. Intanto, se vuoi tenere "pulita" la tua inbox, puoi utilizzare alcuni semplici (ed economici) tool come **Fantoo**, **Getboxer**, **Triage** e **Cannonball**.





## EMAIL CHE CANTANO, PARLANO E SALUTANO?



Da “domani” le email potrebbero parlare e.. cantare. Pensateci bene, è da un po’ che si parla di audio e video direttamente nelle email grazie all’HTML5: infatti, se l’**HTML** (Hypertext Markup Language) ha fatto la storia nella definizione della struttura delle pagine web, l’HTML5 promette di cambiare nuovamente le regole del gioco, introducendo uno standard nativo per la gestione della multimedialità propria del mondo di internet. Nonostante l’**HTML5** abbia già spento la sua quinta candelina, non è ancora comunemente utilizzato: ma attenzione perché i client di posta si stanno attrezzando e ciò permetterà a breve di inglobare nelle email nuovi elementi media come **video e audio**.

Se i marketers vogliono colmare il divario tra design web e design email, l’HTML5 potrebbe essere proprio quello che stanno cercando.





## MONETIZZAZIONE E ADVERTISING DINAMICO

La crescita di sistemi come **LiveIntent** mostra il potenziale di semplici strumenti di monetizzazione dell'email tramite inserimento di advertising dinamico. E se un domani, magari proprio in questo 2014, anche Google, Yahoo! e altri grandi dell'advertising digitale dovessero muoversi in questa direzione acquisendo LiveIntent o sviluppando soluzioni proprie?



