

Cosa ricorderemo dell'Email Marketing

2013



GMAIL: ARRIVANO LE TAB

Gli utenti Gmail hanno potuto sperimentare quest'anno una grande novità: l'introduzione della **classificazione dei messaggi in arrivo**, recapitati in automatico in cartelle (o "schede") differenti in base al loro contenuto e mittente. Una novità che ha portato molte domande (e altrettante risposte) ai marketer. Ecco **cosa è cambiato**.



IL ROI MIGLIORE? QUELLO DELL'EMAIL MARKETING

Secondo un interessante studio ad opera della **Direct Marketing Association**, l'email marketing ha un ritorno sull'investimento stimato in 40,56 \$ per 1 dollaro speso, rispetto ai 22,24 \$ dei motori di ricerca, i 12,71 \$ dei social network e i 10,51 \$ investiti sul mobile! A chi vi dice che l'email è morta, rispondete pure **con questi dati**.





FACEBOOK CUSTOM AUDIENCE

Mark Zuckerberg non si ferma mai e a dimostrarlo è l'introduzione nel 2013 dei **pubblici personalizzati** di Facebook. Grazie a questa nuova modalità di personalizzazione, è possibile oggi individuare univocamente i propri destinatari utilizzando indirizzi email, numeri di telefono o ID utente. Un salto avanti importante per gli **inserzionisti**.



LE ACQUISIZIONI DEL 2013

I capitali si muovono online: non è un caso che alcune tra le più rinomate aziende di web marketing siano state acquisite in questo 2013 da altrettanti colossi, né che una di queste si sia lanciata in borsa. In particolare **Exact Target** è stata acquisita da Salesforce, **Optivo** da Deutsche Post, **Neolane** da Adobe e **Eloqua e Responsys** da Oracle. Infine **Marketo** ha preso la strada della Borsa.





LEGGE SULLA PRIVACY

Nel corso dell'estate sono state varate nuove e importanti delibere relative alla normativa sulla privacy: due provvedimenti generali del Garante, un Decreto Legge e un Regolamento dell'Unione Europea. **Eccoli qui** presentati uno per uno, per non rischiare di restare indietro.



IL MOBILE? NON È PIÙ IGNORABILE

I dati più aggiornati lo confermano: quello degli smartphone è un fenomeno non più trascurabile, che coinvolge il **56% degli utenti di telefonia mobile**, con una penetrazione del +26% e un +22% di tempo medio di navigazione (rispetto al terzo trimestre 2011). L'**email**? Anche su mobile resta una delle **categorie Internet più popolari**, con un tasso di penetrazione del 67,4% sul totale e con il tempo per persona più alto.





PEC E IMPRESE INDIVIDUALI

La **Posta Elettronica Certificata** (PEC) è diventata obbligatoria a partire dal 30 giugno 2013. Ma cos'è la PEC? E' un sistema che consente di inviare e-mail con valore legale, equiparandole ad una raccomandata con ricevuta di ritorno, grazie ai protocolli di sicurezza che ne garantiscono il contenuto rendendo impossibile apportare modifiche al messaggio.



DMARC CI PROTEGGE DAL PHISHING

In un **comunicato stampa** del 6 febbraio 2013, DMARC.org ha annunciato che il suo standard *Domain-based Message Authentication Reporting & Conformance* è responsabile della protezione di **3,3 miliardi di caselle di posta elettronica nel mondo** – circa due terzi del totale. Tale protocollo di sicurezza contrasta fenomeni come “spam” e “phishing”, bloccando i messaggi di posta elettronica provenienti da domini potenzialmente dannosi per gli utenti.





OSSERVATORIO STATISTICHE 2013

Come utilizzano l'email marketing le aziende? Quali sono i settori più performanti? Funzionano meglio le DEM o le newsletter? Tutte queste domande trovano risposta nell'**Osservatorio Statistiche** di MailUp, un vero e proprio spaccato dello **scenario italiano** dell'email marketing, tra tassi di apertura e clic sulle email lette, divisi per tipologia di messaggio, settori di appartenenza e business dell'azienda. Tutti i dati aggiornati, **qui**.





MILANO Viale Francesco Restelli 1 | 20124 Milano, Italy | +39.02.71040485

CREMONA Via Minuti 7A | 26100 Cremona, Italy | +39.0372.24525 | Fax +39 0372 800725

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

CONTATTI mailup.com | email: commerciale@mailup.it | skype: commerciale1.mailup