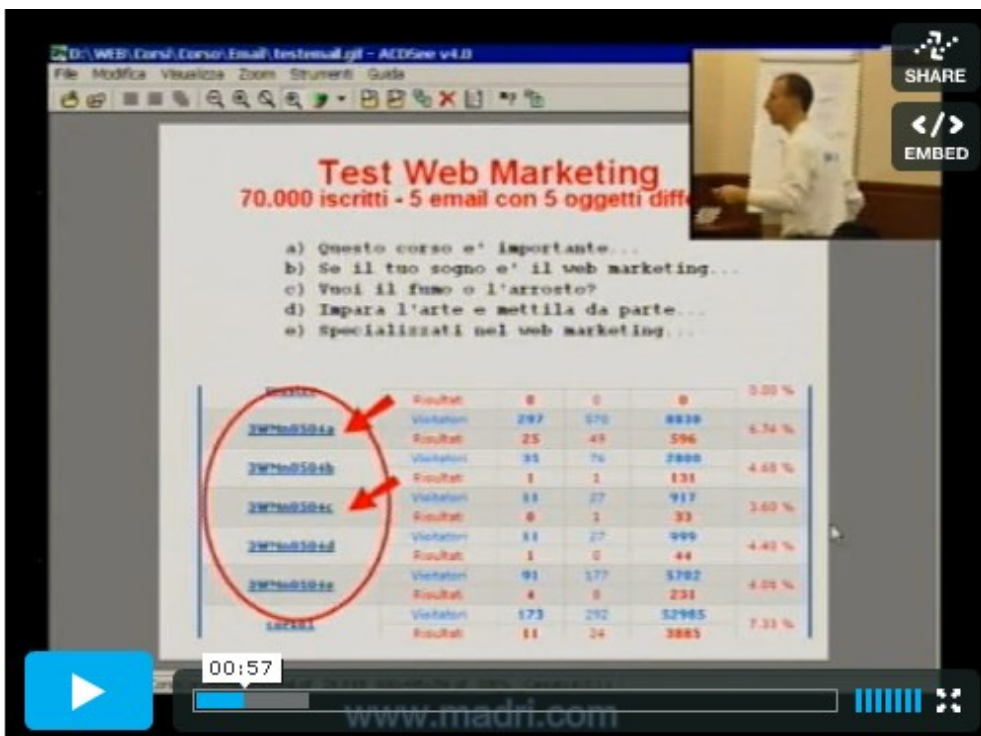


Test di E-mail Marketing

Come modificare il 2% dei contenuti delle tue Email & Newsletter puo' aumentare i risultati del 67%

n.b. questo documento e' tratto dall'ultimo [Corso Nazionale di Web Marketing Operativo](#) organizzato da [Madri Internet Marketing](#).

=> Per vedere il **Video** di questo intervento [clicca qui](#)



The video player shows a presentation slide titled "Test Web Marketing" with the subtitle "70.000 iscritti - 5 email con 5 oggetti diff". The slide lists five subject lines (a-e) and a table of results for each. A red circle highlights the first two subject lines, "2W7n0504a" and "2W7n0504b", with red arrows pointing to their respective rows in the table.

oggetto	Visualiz.	Apert.	Click	Conversione
2W7n0504a	297	570	8839	6.34 %
2W7n0504b	35	76	2888	4.68 %
2W7n0504c	81	27	917	3.60 %
2W7n0504d	81	27	999	4.42 %
2W7n0504e	91	177	3782	4.05 %
totale	486	1077	12985	7.33 %

1° Test – Oggetto dell'email

Cosa puo' succedere se mandi agli iscritti della tua newsletter un messaggio identico MA cambi solo l'oggetto? In questo incredibile test vedrai come e' bastato cambiare l'oggetto per aumentare del 67% i risultati !

Test Web Marketing 70.000 iscritti - 5 email con 5 oggetti differenti

- a) Questo corso e' importante...
- b) Se il tuo sogno e' il web marketing...
- c) Vuoi il fumo o l'arrosto?
- d) Impara l'arte e mettila da parte...
- e) Specializzati nel web marketing...

Master	Risultati	0	0	0	0.00 %
3WMn0504a	Visitatori	297	570	8838	6.74 %
	Risultati	25	49	596	
3WMn0504b	Visitatori	35	76	2800	4.68 %
	Risultati	1	1	131	
3WMn0504c	Visitatori	11	27	917	3.60 %
	Risultati	0	1	33	
3WMn0504d	Visitatori	11	27	999	4.40 %
	Risultati	1	0	44	
3WMn0504e	Visitatori	91	177	5702	4.05 %
	Risultati	4	8	231	
	Visitatori	173	292	52985	7.32 %

2° Test – Personalizzare con il NOME

Quanto e' importante mettere il nome del destinatario quando si invia un'email o una **newsletter**? In questa "strana case history" vedrai come e' bastato inserire il nome del destinatario nel messaggio per aumentare la percentuale di **apertura del 68,5%** e la percentuale di **click del 63,2%** !

Personalizzazione dell'OGGETTO con NOME

- 1° invio a 10.000 => **oggetto:** *questo corso e' importante...*
- 2° invio a 10.000 => **oggetto:** ***Enrico** questo corso e' importante...*

note: invio nello *stesso giorno e stessa ora* - tracking di *utenti unici* (cookies+ip) che potevano aprire l'immagine (solitamente il 30% circa dei lettori blocca il download delle immagini)

Risultati

- 1° invio (senza nome)
 - percentuale di **apertura = 17,32%**
 - percentuale di **click** (su aperti) = **10,05%**
- 2° invio (con nome)
 - percentuale di apertura = **18,10%**
 - percentuale di click (su aperti) = **10,23%**

Differenza

- solo **+4,5%** su apertura
- solo **+1,8%** su click

Quindi... c'e' qualcosa che non va !

Errore: i primi 40.000 iscritti di 3 Web Marketing sono senza nome !

Morale: porre sempre la massima attenzione nei test, una piccola svista/errore pregiudica il risultato dell'intero test + dimostrazione che i numeri non sbagliano (2 invii uguali portano risultati pressoché identici - se la differenza non e' di **almeno +-10%**, allora e' meglio "ignorare" il test).

=====

Nuovo test corretto

3° invio a 10.000 con nome => oggetto: ***Enrico** questo corso e' importante...*

Risultati:

- percentuale di apertura = **30,51%**
- percentuale di click (su aperti) = **16,7%**

Differenza (rispetto a "senza nome")

- + 68,5% di apertura !**
- + 63,2% di click !**

3° Test – DOVE mettere i LINKS in una newsletter?

Quanto e' importante la posizione in cui metti i links nelle tue email e newsletter? E' meglio mettere il link all'inizio, in fondo o a meta' pagina? E se metti il link in un'immagine cosa succede ? In quanti ordineranno? In questa case history reale vedrai come in una semplice email, sono cambiati gli ordini e i click in base a dove era posizionato il link !

Posizionamento dei Links: dove clicca & quanto influisce sui risultati? Questo messaggio e' stato inviato a oltre 70.000 persone per promuovere un corso di web marketing operativo.

Ecco il messaggio:

Oggetto: {FIRSTNAME} questo corso e' importante...

Ciao {FIRSTNAME},
tra poco si svolgera' **il piu' importante corso in Italia di [Web Marketing Operativo](#)**. **1**

In **3 giornate di full-immersion** imparerai le piu' recenti ed avanzate tecniche di *posizionamento nei motori di ricerca, pubblicità on-line, email marketing e web-tracking*. E, tra le numerose **novità** di questa quindicesima edizione nazionale, ce n'e' una in particolare che ti voglio segnalare...

Durante le 3 giornate del corso sara' presente con noi **un ospite speciale: Giorgio Taverniti**. Giorgio e' uno dei piu' grandi esperti italiani di posizionamento e, nella prima giornata del corso, ci portera' alcune "chicche" sulla creazione di Blog ottimizzati per il posizionamento e sul nuovo motore di ricerca italiano *Teeeno*.

Ovviamente si tratta di **tecniche e strategie molto pratiche e concrete**, che ti verranno spiegate nel dettaglio [in questo corso](#) **2** e che tu stesso potrai applicare subito per posizionare il tuo sito su Google, Yahoo e Msn.

Ma in [queste 3 giornate](#) **3** non parleremo solo di posizionamento:



Scoprirai le tecniche per fare **pubblicita' on-line, web-tracking e email marketing** attraverso molti **esempi ed esercitazioni pratiche**, e potrai (se lo vuoi) partecipare gratuitamente al **Private Session Forum** e agli esami di [Web Marketing Specialist](#) **5**, la prima e unica certificazione in Italia in questo settore.

E' da oltre **8 anni** che organizziamo questi corsi e fino ad oggi abbiamo solo ricevuto [feedback positivi](#). Un ultimo consiglio {FIRSTNAME}: se vuoi partecipare ti consiglio di prenotarti adesso perche', **in questo momento**, ci sono alcuni posti disponibili a [prezzo scontato](#) **6**

Buona giornata e buon web marketing :-)

Enrico Madrigrano
Madri Internet Marketing & 3 Web Marketing
<http://www.madri.com/>

Ed ecco qui sotto i **risultati...**

Ecco i Risultati:

Quanti click e quanti ordini ha portato ognuno di questi link?

Risultati:

Considerazioni:

Link n°	% di click	% di ordini
1	16,5%	1,61%
2	13,6%	1,46%
3	4,3%	1,53%
4	3,5%	0%
5	3,6%	0,18%
6	58,2%	0,45%

- il **Link n° 1** e' il secondo piu' performante in termini di click e il 1° in termini di cr% ordini (probabilmente clicca chi sa/conosce gia' di cosa parliamo e probabilmente e' + motivato all'acquisto)
- il **Link n° 6** e' quello che fa piu' traffico (invoglia di piu' al click) ma e' anche il 4° in termini di cr% (probabilmente navigatori attirati dallo sconto ma meno propensi all'acquisto).
- i **Link n° 3 e 4** (Certificazione logo e link) sono quelli che fanno il minor traffico e risultati (forse e' l'argomento che interessa e motiva di meno)
- i **Link n° 2 e 3** pur non eccellendo nei click hanno avuto un ottimo cr% (molto vicino al Link1) forse a causa delle buone motivazioni che li introducono (ospite speciale e "concretezza")

Vuoi saperne di piu'?

Vuoi vedere altre case history simili ?

Se vuoi vedere **altri test e case-history** simili allora **non mancare a [questo appuntamento](#) !**



COPYRIGHT: Questo documento e' realizzato da [Madri Internet Marketing](#) ed e' tratto dall'ultimo [Corso Nazionale di Web Marketing Operativo](#).

DISTRIBUZIONE del contenuto: Questo documento puo' essere **ripubblicato e distribuirlo gratuitamente** ovunque a patto che venga sempre **citata la fonte** (con relativo link al sitoa <http://www.madri.com/>) e che **non** venga in alcun modo alterato o modificato il suo **contenuto**.