



17 febbraio 2021

MailUp presenta *Email Marketing Audit*, una mini guida dedicata all'analisi delle campagne

Un nuovo ebook con le best practice per monitorare le performance e comprendere i punti deboli da migliorare, attraverso una verifica delle modalità di lavoro, dei processi e delle strategie di Email Marketing.

MailUp lancia [Email Marketing Audit](#), una **mini guida per testare le performance delle campagne email**. Questa guida fornisce suggerimenti utili per individuare problematiche ed errori da risolvere, per capire quali sono i punti deboli delle strategie e correggerli, per migliorare le scelte future sulla base di quanto emerge dall'audit, garantendo un check-up periodico delle campagne.

La guida raccoglie **6 tipologie di audit principali** che consentono un **monitoraggio completo ed esaustivo delle campagne email** e definisce le attività finali da svolgere per garantire l'efficacia e il completamento del processo di audit.

Audit 1: processo di acquisizione

Un audit di acquisizione permette di verificare che all'interno delle email siano presenti tutti gli elementi che consentano a un nuovo potenziale contatto di **isciversi facilmente** ed evitare intoppi o processi di iscrizione troppo lunghi e complessi.

Audit 2: processo di disiscrizione

Questo audit è finalizzato a verificare che **sia agevole il processo di disiscrizione**, una best practice i cui vantaggi si misurano in trasparenza, reputazione e deliverability. Se un utente non trova facilmente il pulsante di disiscrizione, infatti, marcherà il messaggio come spam/posta indesiderata, dando il via a conseguenze spiacevoli per la recapitabilità delle email e per la reputazione del mittente.

Audit 3: email template

Un'altra tipologia di audit da non trascurare è quella finalizzata a controllare che tutto, all'interno del **template** utilizzato per le campagne, **funzioni correttamente** e che siano presenti tutti gli elementi fondamentali come, ad esempio, il nome del mittente indicato chiaramente, l'oggetto della lunghezza corretta, titolo e corpo della mail adeguati.

Audit 4: deliverability

Secondo un recente studio di Return Path, a livello mondiale circa un quinto delle email inviate non raggiunge la casella inbox. Per questo motivo controllare periodicamente che **la deliverability delle tue campagne sia ottimale** è una best practice essenziale per ogni strategia di Email Marketing di successo.

Audit 5: engagement

L'engagement misura il successo di un messaggio email condiviso con i propri destinatari e il coinvolgimento che suscita. Si tratta di un dato che misura il grado in cui le persone interagiscono con una campagna email. Capire qual è questo tasso è molto utile per **stabilire se le tue comunicazioni suscitano un reale interesse e stimolano un'interazione** da parte dei tuoi contatti, risultando efficaci e favorendo una conversione.

Audit 6: privacy

I regolamenti sulla privacy possono subire cambiamenti molto frequenti. Verificare che le campagne email siano **in linea con le normative** è fondamentale: non si tratta, infatti, di una semplice best practice ma di una tematica che va trattata con estrema delicatezza e serietà.

La guida **Email Marketing Audit** è gratuita: per scaricarla è sufficiente compilare il form all'indirizzo <https://academy.mailup.it/quida-email-audit/>

“Il canale email ha riconfermato, anche nei mesi colpiti dalla pandemia, la sua importanza e rilevanza all'interno di una corretta strategia di comunicazione aziendale” dichiara Luca Azzali, General Manager di MailUp. “Per questa ragione è fondamentale assicurarsi su base periodica che il canale stesso e le campagne email attivate siano sempre in buona salute: i consigli che abbiamo raccolto in questa guida pratica servono proprio a svolgere un'attività di manutenzione continuata al fine di garantire anche nel lungo periodo performance stabili ed eccellenti.”



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.it | www.mailupgroup.com

Press Office

Laura Calevo

+39 3355641177

laura@whiteladypr.it

www.mailup.it/press