



Lunedì 30 ottobre 2017

## **MailUp lancia la guida *Black Friday & Cyber Monday*: 8 idee per ottimizzare le email in vista del weekend di shopping scontato**

**Un percorso tra consigli e strumenti utili a preparare il terreno ai quattro giorni dal 24 al 27 novembre, con l'obiettivo di ottimizzare le conversioni, recuperare i carrelli abbandonati e aprire la stagione dello shopping pre-natalizio.**

**MailUp** presenta *Black Friday & Cyber Monday* ([lp.mailup.com/it/guida-black-friday](http://lp.mailup.com/it/guida-black-friday)), la guida di Email Marketing dedicata al weekend lungo di shopping scontato.

Un appuntamento che si estende per quattro giorni – dal **24 novembre** (Black Friday) al **27 novembre** (Cyber Monday) –, per il quale si stimano numeri superiori a quelli registrati nel 2016, l'anno dei record, in termini di realtà coinvolte e di vendite di prodotti: secondo l'Osservatorio Netcomm B2C il valore previsto degli acquisti sul web in Italia si aggira intorno ai 23,6 milioni di euro, in crescita del +17% rispetto a dodici mesi fa.

Con l'obiettivo di ottimizzare il piano di comunicazione delle imprese, la guida *Black Friday & Cyber Monday* si sviluppa lungo **otto elementi strategici**: dall'opportunità di **database building**, diversificando gli entry point, alle tempistiche per organizzare il **calendario di invii**; dalle **drip campaign** alle **creatività** (immagini, video e GIF animate), attraverso cui sottolineare l'eccellenza dell'occasione; dalle modalità di utilizzo dei **timer** di conto alla rovescia agli strumenti di **personalizzazione** delle campagne; fino all'**automation**, uno strumento imprescindibile per convertire i quattro giorni in opportunità di recupero dei carrelli abbandonati e aprire la stagione dello shopping pre-natalizio.

La guida *Black Friday & Cyber Monday* è gratuita; per **scaricarla** è sufficiente compilare il form all'indirizzo ([lp.mailup.com/it/guida-black-friday](http://lp.mailup.com/it/guida-black-friday)).

**Stefano Branduardi**, Marketing Director di MailUp, commenta: *“Il Black Friday nasce come la giornata di grandi sconti per dare il via alle spese natalizie. Oggi rappresenta, insieme alle vendite di fine anno, dal 30% al 50% dei ricavi annuali del commercio al dettaglio. Per l’incidenza che ha sui bilanci, è sempre più importante saper valorizzare il week end lungo che va dal Black Friday al Cyber Monday: con la guida vogliamo dare il nostro contributo, concentrandoci su quegli aspetti pratici in grado di donare alle campagne email dedicate il maggior potenziale di conversione possibile”*.

---



**MailUp S.p.A.** (MAIL.MI) (ISIN IT0005040354) è una società tecnologica che ha sviluppato una piattaforma digitale di cloud computing scelta da PMI e grandi imprese per creare, inviare e monitorare newsletter, email e SMS. MailUp è la soluzione leader in Italia nel settore ESP e conta oltre 10.500 clienti e 800 rivenditori in più di 50 paesi. Fondata nel 2003 a Cremona, MailUp ha sede anche a Milano, San Francisco e Buenos Aires, con partnership consolidata a Tokyo. Dopo la quotazione in Borsa nel 2014 sul mercato AIM gestito da Borsa Italiana, MailUp ha intrapreso un percorso di crescita per linee esterne acquisendo realtà affermate ed emergenti, appartenenti allo stesso segmento di mercato o dal business complementare: Acumbamail (mercato spagnolo e Latam), Globase (mercato Nordics) e Agile Telecom (mercato degli SMS wholesale).  
[www.mailup.com](http://www.mailup.com) | [www.beefree.io](http://www.beefree.io)

**MailUp Press Office**

Andrea Serventi

+39 02 89603047

[press@mailup.com](mailto:press@mailup.com)

[www.mailup.it/press](http://www.mailup.it/press)