



Mercoledì 4 dicembre 2019

MailUp presenta il numero speciale dell'Osservatorio Statistico: un'edizione interamente dedicata all'oggetto delle email

Grazie all'analisi di 9,6 miliardi di email, lo studio offre alle aziende numeri, trend e statistiche per comprendere in che modo lunghezza, campi dinamici ed emoji impattano sui risultati delle campagne.

MailUp presenta l'edizione speciale dell'Osservatorio Statistico (academy.mailup.it/osservatorio-oggetto), uno studio che illumina e analizza le dinamiche che determinano il successo dell'oggetto di una campagna di Email Marketing, grazie a numeri, andamenti e statistiche.

Attraverso un'analisi quantitativa su un campione di **400.000 campagne** email inviate nell'arco di otto mesi dalla piattaforma MailUp – per un volume complessivo di oltre 9 miliardi di messaggi –, lo studio permette di comprendere in che modo **lunghezza** dell'oggetto, **campi dinamici** ed **emoji** impattano sui risultati delle email.

Adottando due differenti criteri di misurazione della lunghezza (il **numero di caratteri** e il **numero di parole**), il report ha rilevato come gli oggetti più performanti siano quelli più contenuti (compresi tra 1 e 24 caratteri), in grado di trovare un equilibrio tra concisione, capacità di anticipare i contenuti e di produrre aspettativa nel destinatario, così da indurlo all'apertura.

Oltre al parametro della lunghezza, il focus ha analizzato anche l'incidenza nell'oggetto di campi dinamici ed emoji, per capire in che modo **personalizzazione** e **elementi iconografici** influiscono sui risultati.

Il numero speciale dell'Osservatorio Statistico è **gratuito**; per scaricarlo è sufficiente compilare il form all'indirizzo academy.mailup.it/osservatorio-oggetto.

Stefano Branduardi, Marketing Director di MailUp, commenta: *“Con il numero speciale dell’Osservatorio che presentiamo oggi abbiamo voluto mettere sotto la lente di ingrandimento il mondo dell’oggetto, un elemento dell’email ben definito e al tempo stesso sfuggente, problematico. Come e più che in ogni altro aspetto dell’Email Marketing, la sua efficacia si gioca in una manciata di parole, dove a fare la differenza sono i dettagli, più che regole e best practice universalmente valide. In questo contesto, con il nostro Osservatorio Statistico abbiamo condotto un’analisi a livello quantitativo, statistico, per comprendere quale lunghezza dell’oggetto porta con sé migliori e peggiori performance”*.



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, Buenos Aires e Copenhagen. 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 21.000 clienti in oltre 115 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.com | www.mailupgroup.com

MailUp Press Office

Andrea Serventi

+39 02 89603047

press@mailup.com

www.mailup.it/press