

Email Marketing con MailChimp

Indice dei contenuti del libro

Introduzione

- Quali sono i rischi nel mandare newsletter “fatte in casa”
- Quali i vantaggi di usare un buon mailer
- Non farsi scambiare per spam
- Cosa trovi in questo manuale
- Cosa invece non trovi

Capitolo 1 – Aprire e configurare bene l’account

- Fare in modo che le newsletter MailChimp arrivino da un indirizzo che dà fiducia
- Scegliere il piano giusto
- Il piano Forever Free: limiti e possibilità
- I piani a pagamento
 - Monthly Plan
 - Pay As You Go
 - Il passaggio dal piano gratuito a quello a pagamento
- MailChimp Pro
- Aumentare la sicurezza e pagare meno
 - Cos’è un sistema di autenticazione a due fattori
 - Come attivare l’autenticazione a due fattori su MailChimp
 - Perché MailChimp fa uno sconto a chi usa l’autenticazione a due fattori?
- Pagare meno con l’aiuto di un MailChimp Expert

Capitolo 2 – Gestire le liste

- La mailing list: cos’è e che regole deve rispettare
- Crea la tua prima mailing list
- Come è fatta una lista
 - I campi della lista
- Importare la tua prima lista
 - Importare per aggiornare i dati di una lista, non solo per inserire nuovi iscritti
 - Inserire a mano un iscritto
- Moduli di iscrizione e altri oggetti collegati alla lista
 - Come ci si iscrive a una mailing list gestita su Mail- Chimp
 - Personalizzare i moduli di iscrizione e gli altri oggetti della lista
 - Creare un form di iscrizione da inserire nel sito
 - Moduli popup

- Liste, gruppi e segmenti: gli iscritti non sono tutti uguali
 - Una o più liste?
 - Gruppi: cosa sono e a cosa servono
- Gestire gli iscritti singolarmente o in gruppo
- Segmenti: cosa sono e come funzionano
 - Criteri di segmentazione
- Il rating delle liste e degli iscritti
 - Gli iscritti VIP

Capitolo 3 – Creare e inviare una campagna email

- Cos'è una campagna MailChimp e quali sono le sue caratteristiche
 - Cosa sono i template e a cosa servono
 - Creare un template
 - Riutilizzare le campagne già inviate
 - Perché i template sono importanti
- Creare una campagna
 - Scegliere i destinatari della campagna
 - Configurare le informazioni generali sulla campagna
 - Scegliere il template della campagna
 - Progettare la campagna: la fase del Design
 - I test prima dell'invio
 - Far partire la campagna
- Gestione e archiviazione delle campagne

Capitolo 4 – usare i merge tag

- Dati degli iscritti
 - Impostare bene i formati di testi e date
- Istruzioni condizionali
 - Istruzioni condizionali basate sui gruppi
- Informazioni sulla campagna e sulla mailing list
- Sommario dei contenuti
- Sondaggi
 - In scala da 1 a 10, quanto?
 - Scelta fra alternative
- Video

Capitolo 5 – Analizzare i risultati

- I report di MailChimp
 - Bounce Rate e Delivery Rate
 - Open Rate
 - Click-through Rate
- Integrazione con Google Analytics

- Gli A/B test
 - Test e risultati validi dal punto di vista statistico
 - Impostare un A/B test

Capitolo 6 – Email marketing e mobile

- Dalla versione mobile alla responsiveness
 - Campagne responsive
- Usare MailChimp da smartphone e da tablet
 - Le app per usare MailChimp da smartphone e tablet
 - MailChimp Snap: creare campagne mobile dallo smartphone
- Raccogliere indirizzi in diretta con Subscribe

Capitolo 7 – Integrazione con blog e social network

- Distribuire i post di un blog con la newsletter
 - Perché ha senso distribuire i post via email
 - Creare una newsletter a partire dai feed RSS
 - I merge tag per le campagne RSS driven
 - Passiamo alla pratica
 - Inserire un feed RSS in una campagna normale
- Social merge tag
 - Merge tag per Facebook
 - Merge tag per Twitter
- Social Profiles
- Raccogliere iscritti su Facebook e Twitter

Capitolo 8 – Automatizzare in modo intelligente

- Alcuni esempi di messaggi automatici ben progettati
- Creare messaggi automatici con MailChimp
 - Welcome message
 - Educate subscribers
 - Email automatiche collegate a una data
 - Automatismi e vendita online
 - Giocare con l'automazione

Capitolo 9 – Lavorare in team: ruoli differenziati e collaborazione fra gli utenti

- I cinque diversi tipi di utente
 - Owner
 - Admin
 - Manager
 - Author

- Viewer
- Come funziona in concreto
 - Un utente, tanti account
- Lavorare insieme sulla stessa campagna

Capitolo 10 – Gli strumenti non sono tutto

- L'approccio strategico P.O.S.S.E.
 - Le persone, cioè la nostra mailing list
 - Gli obiettivi per cui scriviamo
 - La strategia: definire un piano editoriale
 - Strumenti: non c'è solo il mailer
 - Esecuzione: email che funzionano
- Per concludere