



Millennial e mondo digital: email e SMS per amplificare la comunicazione con le nuove generazioni.

Dimensione Cliente – 7 aprile 2016

La soluzione per l'invio di email e SMS
www.mailup.com



NAZZARENO GORNI

CEO

MailUp

 <https://www.linkedin.com/in/nazzarenogorni>

 @nazzareno



ELENA SCALABRINI

Comunicazione Digitale

BPER Banca

 <https://www.linkedin.com/in/elenascalabrini>

Tre slide su...



Che cosa fa

MailUp è il servizio più usato dalle aziende italiane per inviare newsletter, email e SMS, sia massive che transazionali (omnichannel automation)



MailUp non vende né affitta indirizzi email

Il gruppo MailUp



€20 M

Ricavi pro forma 2015



59%

Tasso di crescita cumulate (5y CAGR)



10,000+

B2B Clienti in 50 paesi



800

Agenzie e rivenditori



20 billion



Messaggi inviati all'anno



135

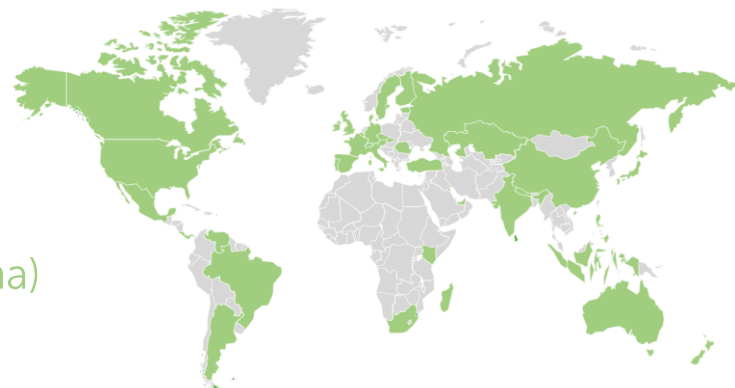
Dipendenti



Uffici a:

Milano
Cremona
Carpi

San Francisco
Buenos Aires
Copenhagen
Ciudad Real (Spagna)



MailUp in Borsa

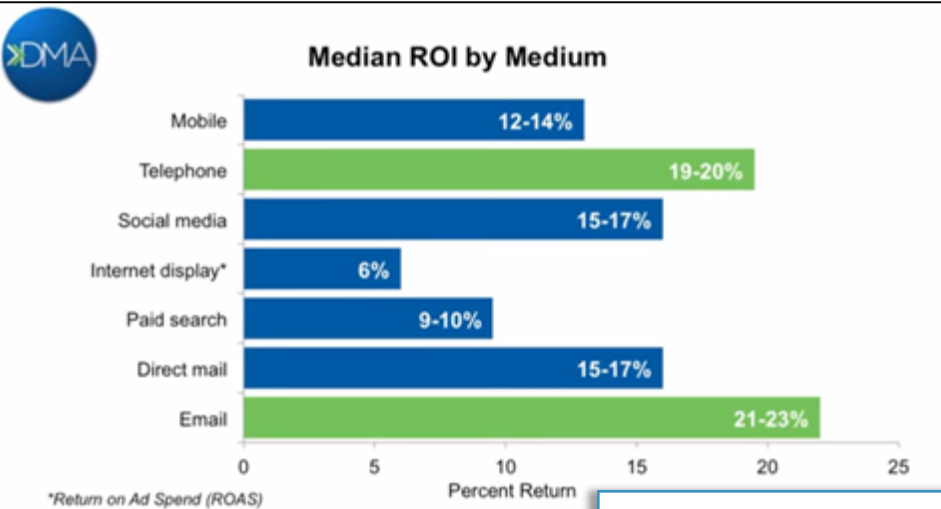


ISIN: IT0005040354
Bloomberg: MAIL.IM
Reuters: MAIL.MI



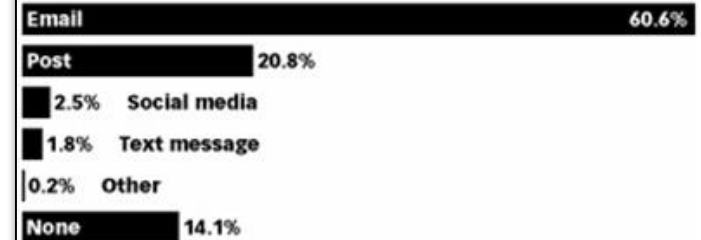
- Prezzo di IPO = **€ 2,50** (Luglio 2014)
- Market Cap = **€ 26,3 milioni** (1/4/2016)
- Azioni scambiate nel 2015 = **1.291.000** (superiore al flottante)
- «PMI Innovativa»: deduzione fiscale **19-20%** per chi investe

Perché fare email marketing



Preferred Method of Communication When Receiving Marketing From Retailers According to UK Internet Users, June 2013

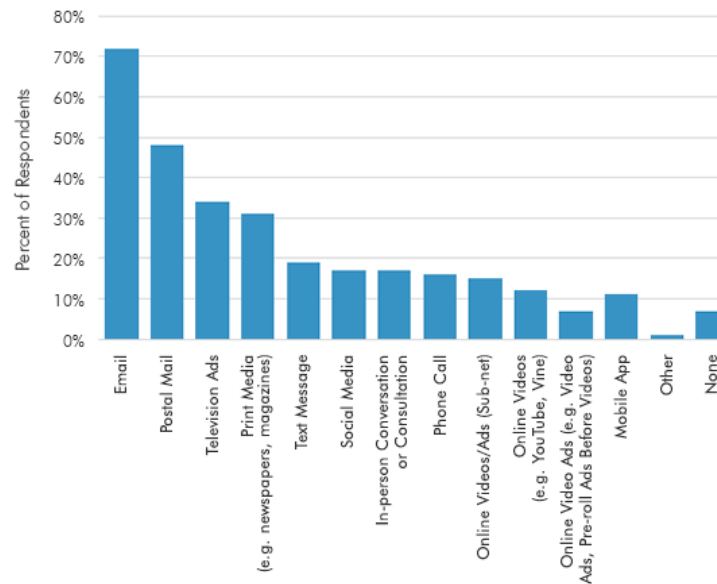
% of respondents



Note: n=2,109

Source: SAS, "Retail Loyalty and the Consumer" conducted by Conlumino, Sep 13, 2013

www.eMarketer.com



N=2,057

Source: MarketingSherpa

Perché fare email marketing

Quali saranno i canali di comunicazione più usati tra 10 anni?



Email - 70.0%



Facebook - 67.6%



Cable TV - 67.4%



Twitter - 60.2%



Snapchat - 57.1%



Postal Mail - 56.2%



Pinterest - 55.5%



Print Media - 51.5%



Landline Phone - 46.6%

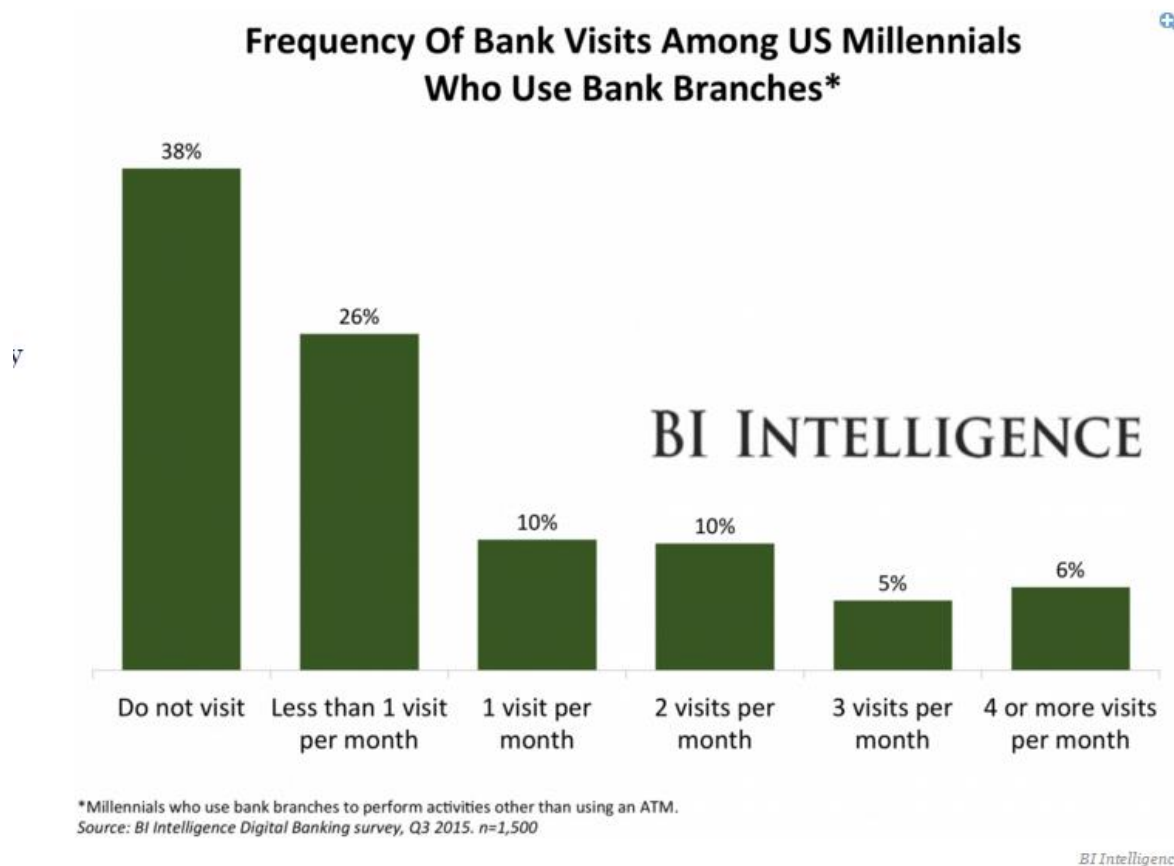
Fluout  Utrius

Source: This survey was commissioned by Utrius and conducted online within the U.S. by Reser, Inc. on Nov. 4, 2015 among 1,225 American adults. Respondents were randomly selected, and the findings are at a 99% confidence level with a margin of error of +/- 3.5%. Reser's proprietary ad serving technology includes a real-time survey module that was used to facilitate the data collection for this study.

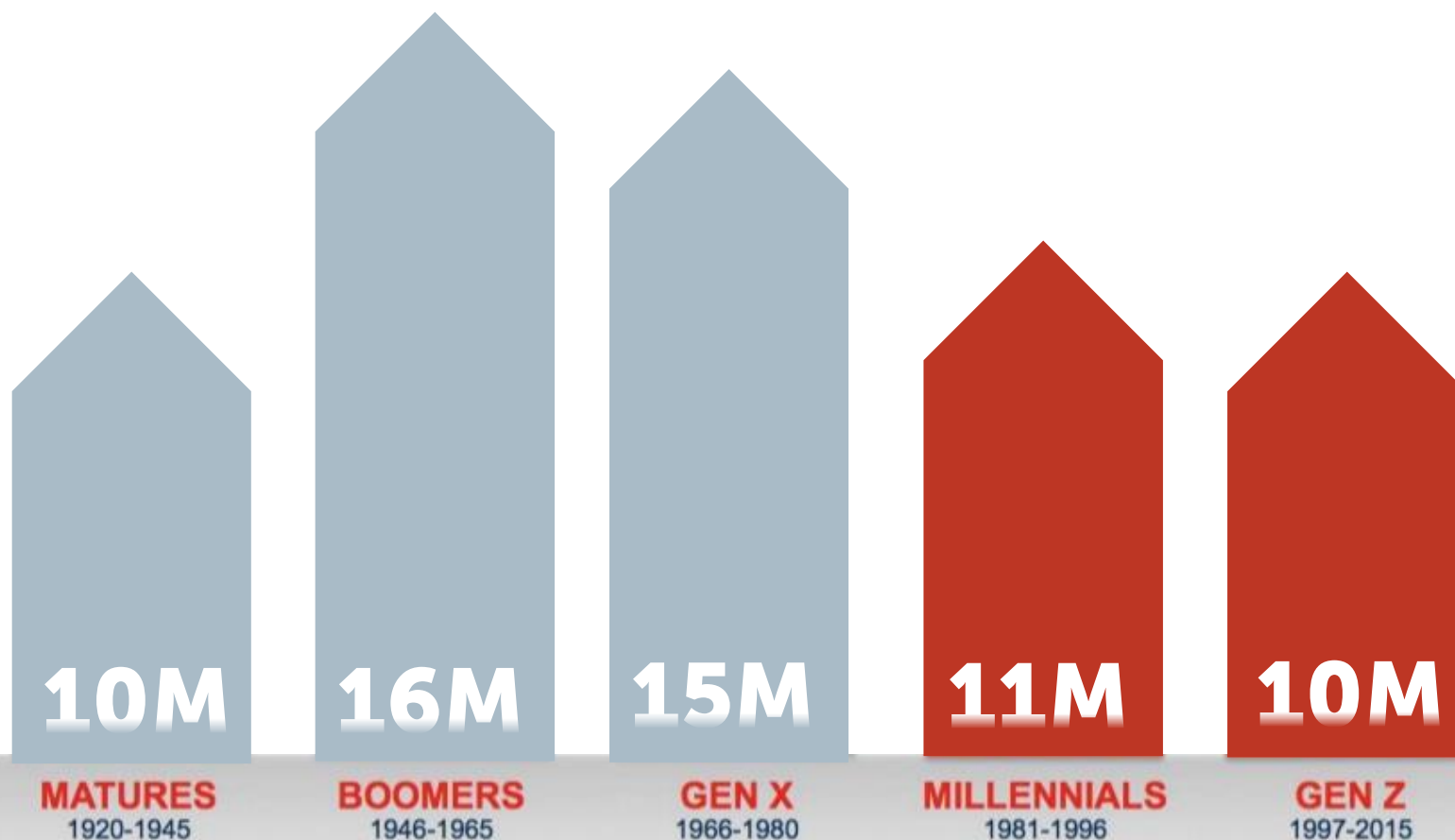
Fonte: *The Generation Game: Savings for the New Millennial*, BNY Mellon / Saïd Business School dell'Università di Oxford

L'email per parlare con i giovani «Millennials»

I clienti tra 18 e 34 anni abbandonano filiali e bancomat per appoggiarsi completamente all'online



Le Generazioni



MILLENIALS

OTTIMISTI
CREDONO DI ESSERE SPECIALI
MULTICULTURALI
PIONIERI TECNOLOGICI

Cresciuti dagli idealistici Boomers

«Il mondo è nelle tue mani»

GEN Z

REALISTI
AUTONOMI
MESCOLATI
NATIVI DIGITALI

Cresciuti dai pragmatici GenX

«Costruisci il tuo mondo»

*No al marketing, sì alla conversazione
Non comprano un brand, credono in un brand.*

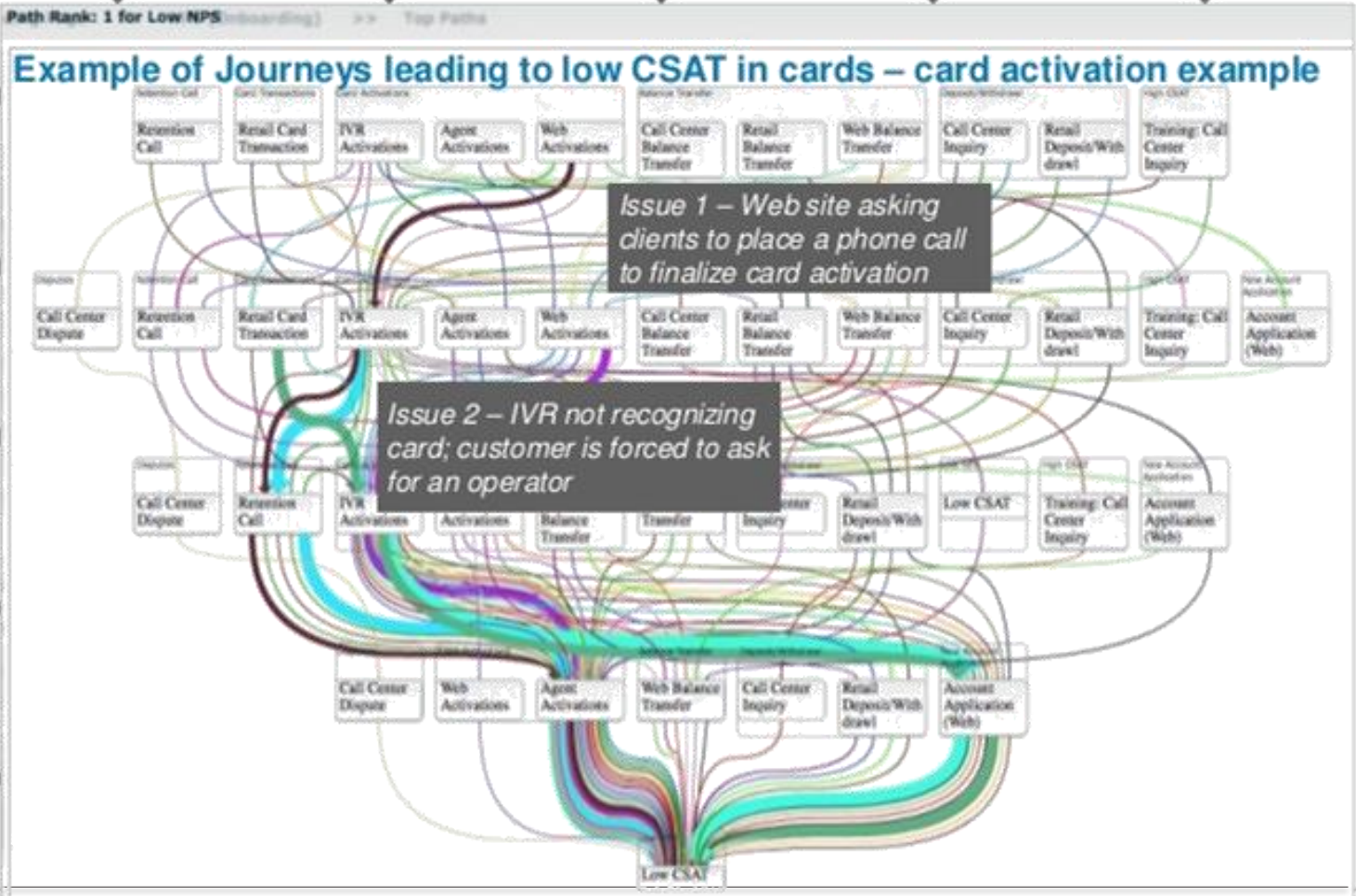
Cosa cercano?

Convenienza

Velocità

Personalizzazione

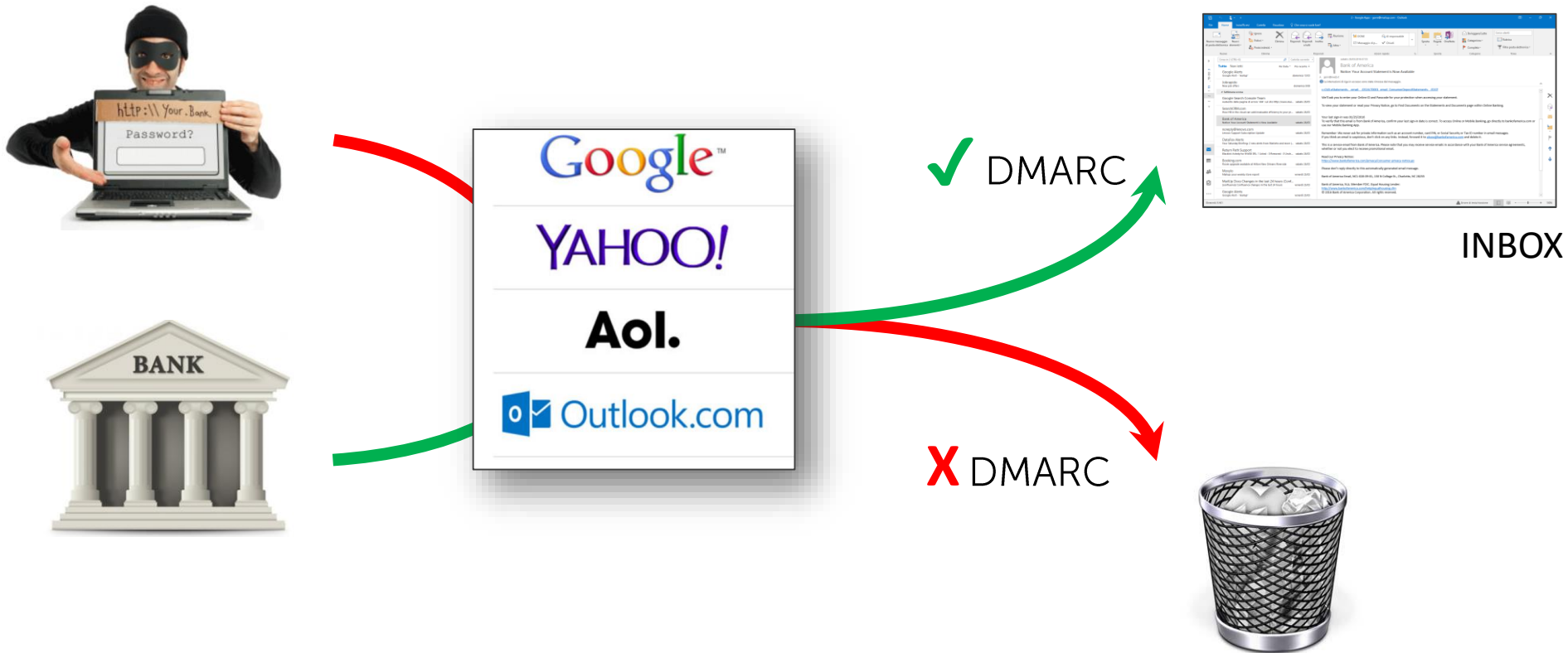
Sicurezza



Migliora le tue campagne in 4 passaggi con MailUp

1. **Campagne e landing page «mobile»:** la metà dei messaggi viene aperta su cellulare, ottimizza la comunicazione per i piccoli schermi.
2. **Contenuti personalizzati:** invia in base alle preferenze degli utenti, profila per comportamento, dati socio-demografici...
3. **Prova più varianti della stessa comunicazione:** MailUp confronta e sceglie la variante migliore in automatico(A/B testing)
4. **Messaggi personalizzati:** contenuti dinamici, ma anche workflow personalizzati a seconda delle diverse customer journey.
5. **Usa il canale migliore a seconda del destinatario:** Email o SMS, a seconda dell'efficacia e della preferenza del destinatario

Novità: DMARC per la Sicurezza dell'Email



Inventato da Bank of America, Facebook, Google, JP Morgan, PayPal e altri.
Diventerà standard IETF nel 2016. L'85% delle caselle negli USA è già protetta da DMARC.

Cosa cercano?

Convenienza

Velocità

Personalizzazione

Sicurezza

CASO STUDIO

BPER:
Banca

Caso studio **BPER:** Banca

L'email marketing nell'ecosistema digitale

ESPERIENZA OLISTICA DI MARCA
La repository di tutte le attività della marca.

AMPLIFICAZIONE

Digital adv targetizzato per intercettare l'audience in modo rilevante e puntuale

ATTIVAZIONE

Il luogo di adesione e interazione

AGGIORNAMENTO

Dem per comunicare novità di prodotto e divulgazione delle iniziative dal mondo BPER Banca

GRUPPO LINKEDIN VERTICALE

Luogo dedicato allo sviluppo di conversazioni sul tema internazionalizzazione

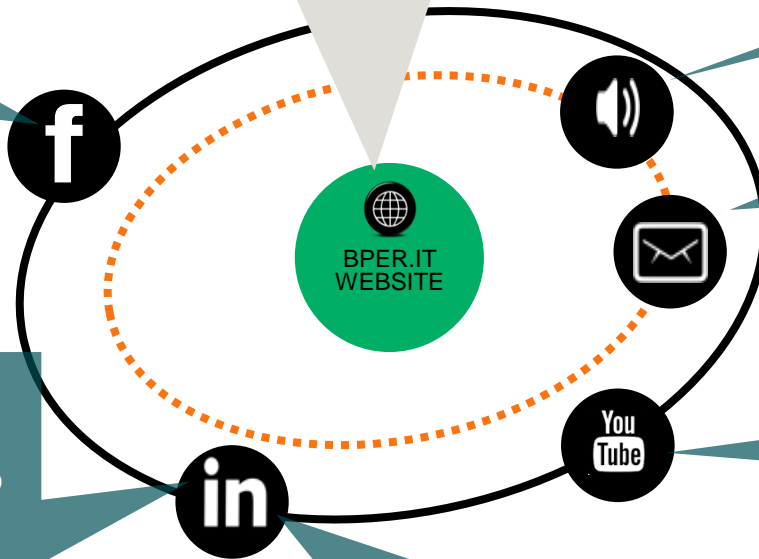
STORYTELLING ED EDUCAZIONE

Contenuti video per condividere la competenza

BPER ESTERO

SUPPORTO E LEAD GENERATION

Pagina Ufficiale BPER Banca e luogo dedicato alle community verticali di conversazione.



Caso studio **BPER:** Banca

Il prestito giovani

Data invio: 30 novembre 2015

Obiettivo

Aumentare il cross selling attraverso la sottoscrizione di un prestito. La DEM è stata mandata ad un target selezionato di Clienti BPER Banca «giovani» under 35, il clic sul bottone «Apri la tua busta» portava ad un video personalizzato per ogni utente, che aveva come obiettivo principale fare andare il Cliente nella propria Filiale di riferimento per approfondire l'offerta.

Risultati DEM

OR (Tasso di apertura): **39,5%**

CTOR (Tasso di clic su email aperte): **51,1%**

BPER:
Banca



Cosa può fare una busta per te?
C'è un modo per trasformare
in realtà i tuoi desideri.

Apri la tua busta >

Numero Verde: 800 20 50 40

Per informazioni: prestito.bper.it

CANCELLA ISCRIZIONE

Caso studio **BPER:** Banca

Gli strumenti utilizzati

Email inviate tramite l'impostazione di:

- **filtri di profilazione:** in base al nome del Cliente e all'indirizzo della sua filiale di riferimento, al click sulla CTA "Apri la tua busta", l'utente veniva rimandato ad un video personalizzato, generato di volta in volta e diverso per ogni singolo destinatario.
- È stato introdotto l'uso dei **video personalizzati**, testati con **A/B test** sull'oggetto e il contenuto.

Caso studio **BPER:** Banca

Risultati rispetto al settore

Tasso di apertura



Incremento rispetto alla media di settore*

Tasso di clic su email aperte

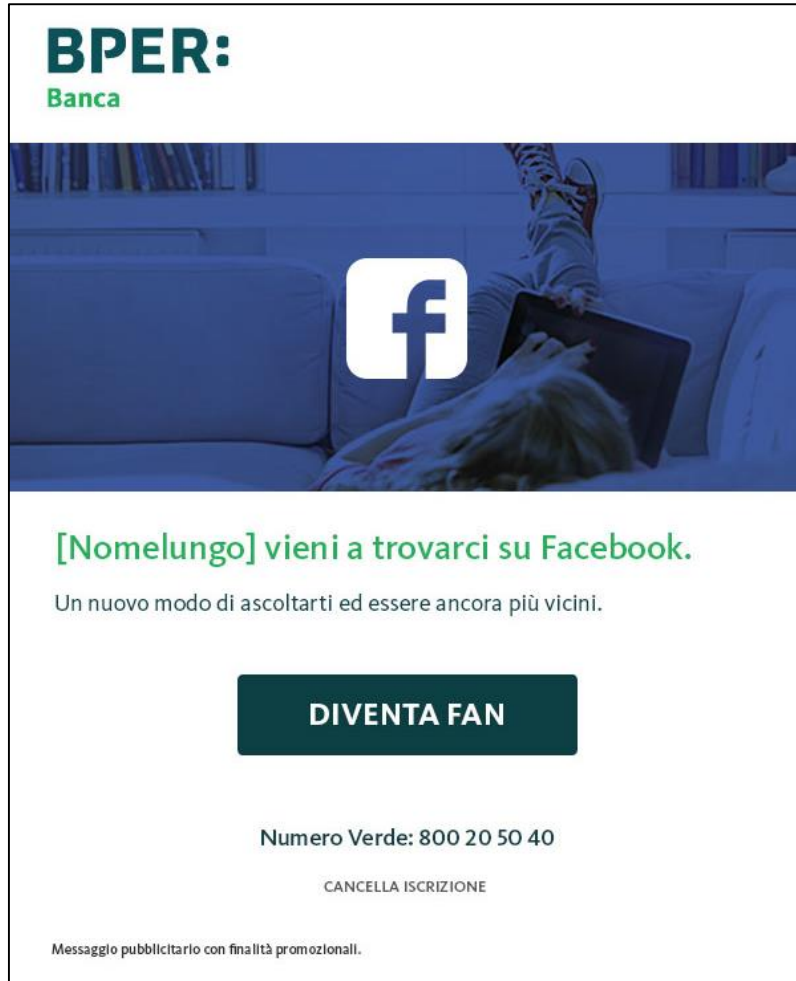


Incremento rispetto alla media di settore *

* Osservatorio 2014 MailUp: il benchmark del settore banking B2C è OR 8% - CTOR 10%

Caso studio **BPER:** Banca

L'email per amplificare il coinvolgimento su social



Data invio: 15 dicembre 2015

Obiettivo

Obiettivo è comunicare a Clienti BPER Banca «contenti» l'apertura della pagina Facebook ufficiale e spingerli a diventarne fan (per aumentare i fan «di qualità» della pagina stessa).

Risultati DEM

OR (Tasso di apertura): **40,6%**

CTOR (Tasso di clic su email aperte): **17,4%**

Gli strumenti utilizzati

Email inviate tramite l'impostazione di:

- **filtri di profilazione:** invio della comunicazione a clienti fidelizzati con alto cross selling ed elevato punteggio di customer satisfaction;
- **A/B test** sull'oggetto e il contenuto con recall la settimana successiva.

Risultati rispetto al settore

Tasso di apertura



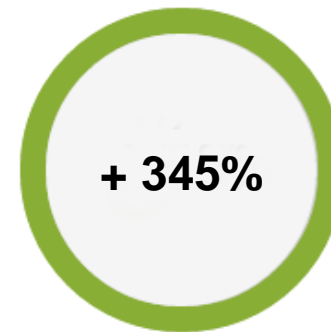
Incremento rispetto alla media di settore*

Tasso di clic su email aperte



Incremento rispetto alla media di settore*

FAN Facebook



Rispetto alla media giornaliera della pagina BPER Banca

* Osservatorio 2014 MailUp: il benchmark del settore banking B2C è OR 8% - CTOR 10%

Se non visualizzi correttamente questo messaggio [clicca qui](#)

BPER:
Banca

Vicina. Oltre le attese.

Entra in SMART WEB, è già tuo.



Sei a un passo da SMART WEB, l'Internet banking pronto per te che ti permette di entrare in banca quando vuoi. È già tuo, hai scelto la versione informativa che ti permette di visualizzare la tua situazione finanziaria in pochi clic. Ti manca solo il primo accesso, ti spieghiamo come farlo in questa infografica.

SMART WEB INFORMATIVO: cosa puoi fare in pochi clic

- SITUAZIONE CONTI
- SITUAZIONE CARTE
- SITUAZIONE INVESTIMENTI
- SITUAZIONE INVESTIMENTI
- POSTA ONLINE
- RICHIESTA CONTATTO

[VAI AL SITO](#)

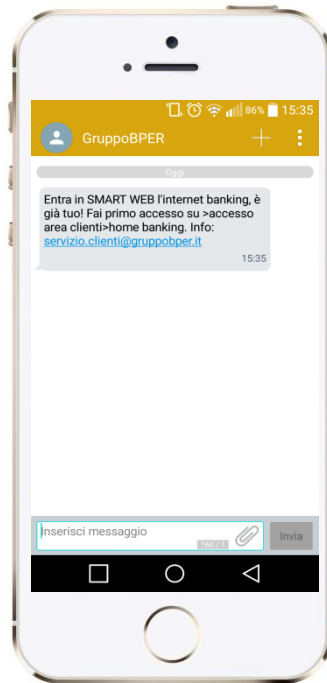
Numero Verde: 800 20 50 40

[f](#) [v](#) [in](#)

[Cancella iscrizione](#) | [Unsubscribe](#)

Caso studio **BPER:** Banca

Gli SMS a supporto dell'email



Obiettivo:

Incentivare gli utenti “pigri” che non si erano mai collegati alla piattaforma di Internet Banking, nonostante avessero sottoscritto il contratto in Filiale.

Risultati DEM

OR (Tasso di apertura): **50,1%**

CTOR (Tasso di click su email aperte): **22,7%**

Risultati DEM rispetto al settore

Tasso di apertura



Incremento rispetto alla media di settore*

Tasso di clic su email aperte



Incremento rispetto alla media di settore*

Utenti IB riattivati



Rispetto allo stesso periodo 2014

* Osservatorio 2014 MailUp: il benchmark del settore banking B2C è OR 8% - CTOR 10%

BUONE PRATICHE

5 strategie per ottimizzare le campagne rivolte al target Millennials

1. **Utilizza contenuti condivisibili su social.** Fornisci contenuti interessanti all'interno della email (non solo nell'oggetto) e invoglia alla condivisione sui social network.
2. **Sii rilevante.** I Millennials si iscriveranno alle tue campagne email se fornirai loro informazioni interessanti e in linea con i propri interessi.
3. **Mantieni una lista di contatti aggiornata.** Verifica i canali preferiti dai tuoi contatti (email o SMS), e usali per interagire con loro.
4. **Ricordati dei dispositivi mobili.** Ottimizza le tue email per la visualizzazione da smartphone e assicurativi che le tue comunicazioni abbiano un design responsive.
5. **Crea una conversazione.** Segmenta i contatti in liste basate su dati demografici, desideri e comportamenti ritagliando i contenuti delle tue campagne sulle esigenze della tua audience.



ITALY | SPAIN | DENMARK | USA | ARGENTINA | JAPAN | INDONESIA



La soluzione per l'invio di email & SMS www.mailup.com