



FACILE, PROFESSIONALE, IN ITALIANO

Sommario

1. GUIDA RAPIDA	5
1.1. Creare una lista.....	5
1.2. Creare campi personalizzati	6
1.3. Preparare il file per importazione contatti	6
1.4. Importare gli iscritti.....	7
1.5. Creare una campagna email.....	8
1.6. Analizzare le statistiche	9
1.7. Perché creare una landing page.....	10
1.8. Modificare i dati dell'account.....	11
2. BEST PRACTICE PER GESTIRE LE LISTE	12
2.1. Limitare il numero delle liste.....	12
2.2. Utilizzare i campi personalizzati e le profilazioni	12
2.3. Esplorare le impostazioni di lista.....	12
2.4. Tenere pulita e in ordine la tua console.....	13
2.5. Riassumendo	13
3. CREARE E PIANIFICARE UNA CAMPAGNA	14
3.1. Creare una nuova campagna.....	14
3.2. Scegliere i destinatari e preparare la campagna da un modello o da zero.....	16
3.3. Impostare mittente, oggetto e verificare il contenuto	19
3.4. Pianificare e inviare la campagna.....	21
3.5. Riassumendo	21
4. CREARE E TAGGARE UN MODELLO	22
4.1. Creare un modello.....	22
4.2. Creare un modello durante la creazione di una campagna	24
4.3. Creare un modello da una campagna inviata o in bozze	25
4.4. Creare un modello dalla mail di un flusso automatico	26
4.5. Creare e gestire un Tag.....	27
4.6. Riassumendo	29
5. INSERIRE UN ALLEGATO NELLA CAMPAGNA EMAIL	30
5.1. Premessa	30
5.2. Usare un server esterno	30

5.3.	Inserire l'allegato nella console.....	31
5.4.	Riassumendo	32
6.	PERSONALIZZARE IL CONTENUTO DELLE EMAIL.....	33
6.1.	Differenze tra campi globali e locali.....	33
6.2.	Cosa sono le liste e i campi personalizzati	33
6.3.	Globale o Locale?	33
6.4.	Inserire un tag sull'editor Drag&Drop.....	34
6.5.	Riassumendo	35
7.	CREARE UNA LISTA	36
7.1.	Creare una nuova lista.....	36
7.2.	Visibilità della lista.....	37
7.3.	Il double opt-in	37
7.4.	Impostazioni di lista.....	38
7.5.	Riassumendo	40
8.	GESTIRE LA LISTA DI SOPPRESSIONE	41
8.1.	Cos'è la lista di soppressione globale	41
8.2.	Sopprimere un contatto	41
8.3.	Sopprimere più contatti	43
8.4.	Ripristinare un contatto	44
8.5.	Riassumendo	45
9.	CREARE CAMPI PERSONALIZZATI	46
9.1.	Creare campi personalizzati	46
9.2.	Globale o locale: cosa significa e quale scegliere?.....	46
9.3.	Visibilità area iscritti	48
9.4.	Tipologie di campi personalizzati	48
9.5.	Il codice: cos'è e a cosa serve?	49
9.6.	Validazione e valori di default	50
9.7.	Riassumendo	51
10.	CREARE E MODIFICARE UNA PROFILAZIONE	52
10.1.	Lavorare con segmenti e profilazioni	52
10.2.	Creare o modificare una profilazione.....	53
10.3.	Utilizzare gli operatori logici	55

10.4.	Utilizzare delle sotto regole	56
10.5.	Riassumendo.....	57
11.	DOUBLE OPT-IN, THANK YOU PAGE E PAGINA CONFERMA ISCRIZIONE	58
11.1.	Impostare il double opt-in e una mail di conferma iscrizione.....	58
11.2.	Impostare una pagina di richiesta conferma iscrizione.....	60
11.3.	Impostare una “thank you page”	61
11.4.	Riassumendo:.....	62
12.	LEGGERE LE ATTIVITÀ DI UN SINGOLO ISCRITTO	63
12.1.	Accedere alle attività dell’iscritto	63
12.2.	Le attività dell’iscritto	64
12.3.	Preferenze iscritto (Tag Comportamentali).....	65
12.4.	Riassumendo.....	65
13.	LEGGERE LE STATISTICHE DI UNA CAMPAGNA EMAIL	66
13.1.	Email inviate /recapitate	66
13.2.	Bounces.....	66
13.3.	Segnalazioni di spam e disiscrizioni	67
13.4.	Aperture e click.....	68
13.5.	Entrare più nel dettaglio	68
13.6.	Riassumendo.....	70
14.	LEGGERE LE STATISTICHE DI UNA LISTA	71
14.1.	Accedere alla dashboard di una lista	71
14.2.	Trend su iscrizioni e cancellazioni.....	71
14.3.	Statistiche di apertura e click.....	72
14.4.	Bounce, iscritti e distribuzione domini	73
14.5.	Reputazione	74
14.6.	Statistiche geografiche	75
14.7.	Riassumendo.....	75

Rev.01 - 04/2020

1. GUIDA RAPIDA

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 4 minuti

1.1. Creare una lista

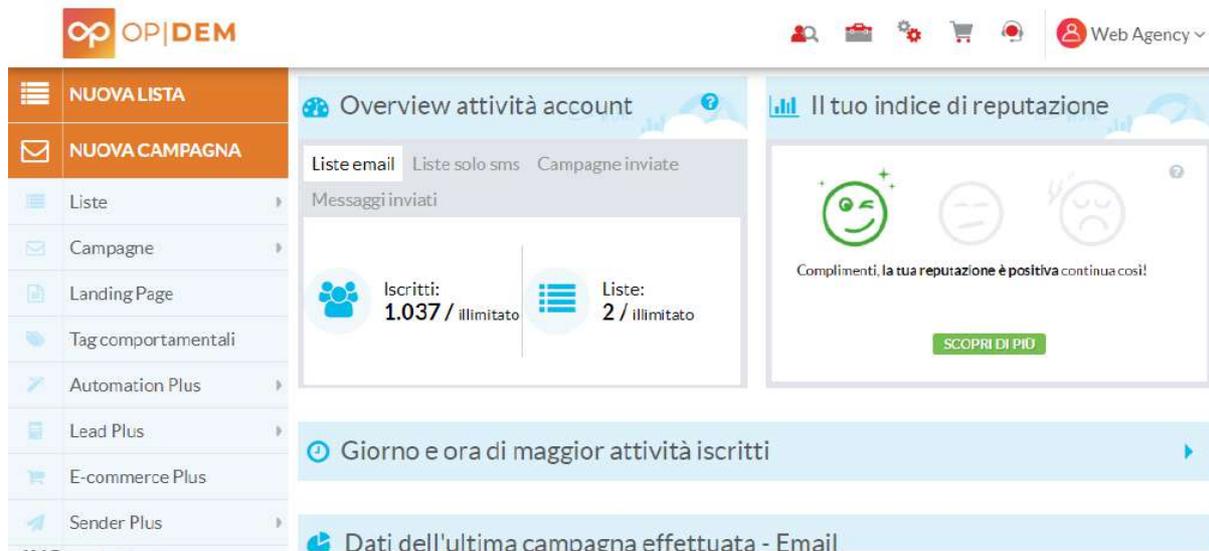
Per poter inviare una campagna email è necessario prima di tutto di creare una lista che possa contenere i tuoi destinatari. Una lista è un contenitore all'interno del quale andrai a inserire i tuoi iscritti e le informazioni a loro associate (Indirizzo email, Telefono cellulare, Nome, Cognome, Azienda, ecc.) è quindi l'elemento che sta alla base delle tue attività.

Per creare una nuova lista basta cliccare sulla prima voce del menu verticale **NUOVA LISTA**, quindi seguire gli step successivi di creazione.

Presta attenzione alla tipologia di lista che stai per creare, questa non potrà essere più cambiata dopo la creazione. Vediamo insieme i tre tipi di lista che puoi creare:

- **STANDARD**: è una lista utilizzata solo per campagne email e l'indirizzo email è il dato minimo e obbligatorio per importare e identificare un contatto.
- **SMS**: è una lista dedicata solo alle campagne sms e il campo telefono cellulare principale è il dato minimo e obbligatorio per importare e identificare un contatto.
- **SMS+ EMAIL**: è una lista ibrida che consente di effettuare entrambe le attività, il campo telefono cellulare principale rimane comunque il dato minimo e obbligatorio per importare e identificare un contatto

Per un approfondimento su questo argomento rimandiamo all'apposito capitolo **7. Creare una lista** e ti consigliamo di leggere anche il capitolo **2. Best practice per gestire le liste**.



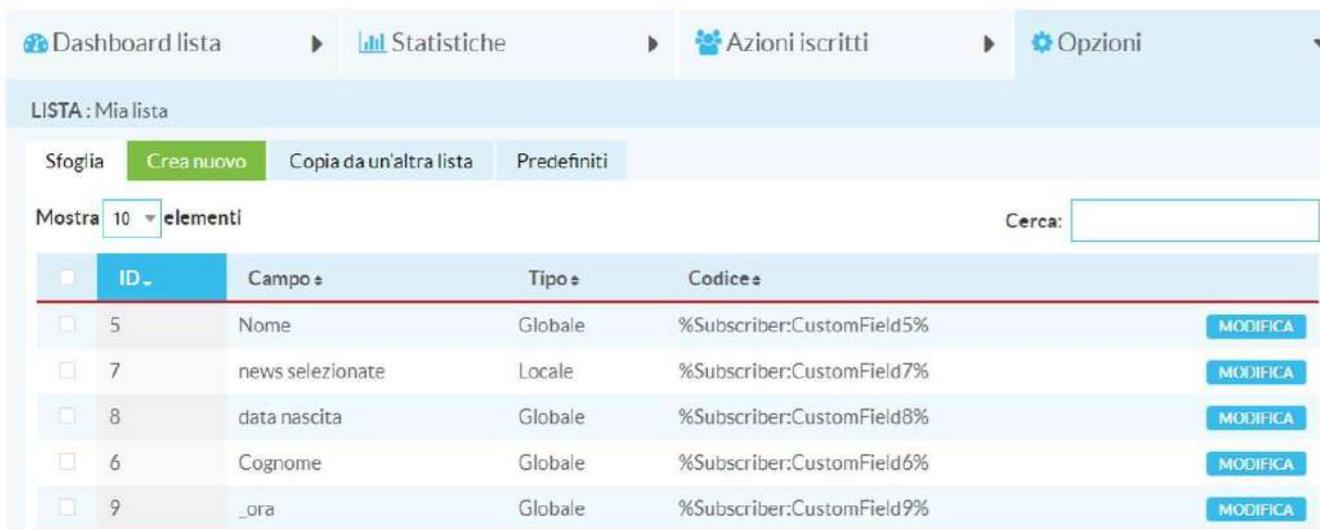
The screenshot shows the OPIDEM dashboard interface. On the left is a vertical navigation menu with options like 'NUOVA LISTA', 'NUOVA CAMPAGNA', 'Liste', 'Campagne', 'Landing Page', 'Tag comportamentali', 'Automation Plus', 'Lead Plus', 'E-commerce Plus', and 'Sender Plus'. The main content area is titled 'Overview attività account' and includes a sub-section for 'Liste email' with tabs for 'Liste email', 'Liste solo sms', and 'Campagne inviate'. It displays 'Messaggi inviati' and two statistics: 'Iscritti: 1.037 / illimitato' and 'Liste: 2 / illimitato'. To the right, there's a 'Il tuo indice di reputazione' section with three smiley icons and the text 'Complimenti, la tua reputazione è positiva continua così!' and a 'SCOPRI DI PIU'' button. At the bottom, there are sections for 'Giorno e ora di maggior attività iscritti' and 'Dati dell'ultima campagna effettuata - Email'.

1.2. Creare campi personalizzati

Una lista al momento della creazione dispone di due soli campi ovvero "Indirizzo e-mail" e "Telefono cellulare principale", questi sono infatti i campi minimi indispensabili, oltre che obbligatori in base al tipo della lista creata. Se vuoi importare informazioni aggiuntive devi prima creare i campi personalizzati destinati ad accogliere tali dati.

Per creare i campi personalizzati accedi alla lista e seleziona **CAMPI PERSONALIZZATI** dal menù **OPZIONI**, apri la tab **CREA NUOVO** quindi scegli quale nome dare al campo personalizzato (es. NOME) e clicca **CREA CAMPO PERSONALIZZATO**.

I campi personalizzati possono essere di diversi tipi (testo, data, radio button, select, ecc.) e possono essere creati "Globalmente" o "Localmente". Per approfondire questo argomento ti invitiamo a consultare il relativo capitolo [9. Creare campi personalizzati](#).



The screenshot shows the 'Opzioni' (Options) menu for a list named 'Mia lista'. The interface includes navigation tabs: 'Dashboard lista', 'Statistiche', 'Azioni iscritti', and 'Opzioni'. Below the tabs, there are buttons for 'Sfoggia', 'Crea nuovo', 'Copia da un'altra lista', and 'Predefiniti'. A 'Mostra' dropdown is set to '10 elementi', and there is a 'Cerca:' search box. The main content is a table of custom fields:

ID	Campo	Tipo	Codice	
5	Nome	Globale	%Subscriber:CustomField5%	MODIFICA
7	news selezionate	Locale	%Subscriber:CustomField7%	MODIFICA
8	data nascita	Globale	%Subscriber:CustomField8%	MODIFICA
6	Cognome	Globale	%Subscriber:CustomField6%	MODIFICA
9	_ora	Globale	%Subscriber:CustomField9%	MODIFICA

1.3. Preparare il file per importazione contatti

Una delle modalità più utilizzate per importare o gestire una lista di contatti fuori dalla piattaforma è sicuramente Excel. Se hai già un database di contatti o devi crearlo da zero è utile vedere quali criteri questo deve rispettare per poter successivamente importarlo in piattaforma.

Disponi i dati in colonne

Le colonne vanno nominate con il dato che vuoi che contengano, per esempio puoi chiamare la prima colonna "Indirizzo email", la seconda "Telefono cellulare", la terza "Nome". Successivamente potrai procedere ad inserire per ogni riga i relativi dati dei tuoi iscritti.

	A	B	C	D
1	Indirizzo email	Telefono cellulare	Nome	
2	nome.cognome@dominio.it	+393283221236	Carlo	
3	nome.cognome@dominio.it	+393943311706	Anna	
4	nome.cognome@dominio.it	+393388541282	Erika	
5	nome.cognome@dominio.it	+393289375645	Vittorio	
6	nome.cognome@dominio.it	+393381230945	Raffaella	
7	nome.cognome@dominio.it	+393472993412	Andrea	
8				

Crea file corretto

Un file utilizzato per importare i contatti deve essere privo di formule, filtri o formattazioni particolari per evitare problemi di lettura da parte della console durante l'importazione.

- **Prefisso internazionale**

Quando inserisci dei numeri di telefono cellulare da importare nel campo "Telefono cellulare principale" assicurati che siano preceduti dal prefisso internazionale seguito (senza spazi) dal numero di telefono (es. +393934330912).

- **Formato data**

Se devi importare delle date il formato corretto da utilizzare è quello americano, ovvero anno-mese-giorno (aaaa-mm-gg). Ti consigliamo di importare le date in campo personalizzato di tipo data e non testo.

Nota: se nel tuo file è presente un campo data ti consigliamo di salvare e importare il tuo file in console con Nota il formato csv.

1.4. Importare gli iscritti



ID	Nome	Iscritti	Aperture	Click	Importa
26971	Fornitori Data di creazione: 24 gennaio 2018 - 11:24 Email	6	0,0% Media account: 0%	0% Media account: 0%	+ (highlighted)
26909	mia prima lista Data di creazione: 12 ottobre 2017 - 11:24 Email	26	0,0% Media account: 0%	0% Media account: 0%	+ (highlighted)

La console ti mette a disposizione le seguenti tipologie di import:

- **COPIA E INCOLLA**
Con piccoli accorgimenti puoi aggiornare fino a 100 indirizzi per volta in modo rapido e veloce.
- **IMPORTA DA EXCEL**
Carica fino a 50.000 contatti direttamente da foglio Excel o CSV.
- **INSERIMENTO SINGOLI**
Per inserire un indirizzo per volta, azione molto utile quando ci si trova a dover aggiungere un singolo contatto.
- **CONNETTI UN DATABASE**
Se hai un database esterno e vuoi caricarlo questa opzione ti permette di sincronizzare facilmente la tua lista dal tuo database (solo MySQL).

Durante l'import, una delle fasi più importanti è la mappatura dei campi personalizzati, in questa operazione andrai ad associare le colonne della prima riga del tuo file con i campi personalizzati creati precedentemente, se hai per esempio inserito oltre all' indirizzo email, anche dei campi NOME e COGNOME dovrai avere analoghi campi presenti sulla lista.

Per approfondire l'argomento ti invitiamo a consultare l'apposito capitolo [7. Creare una lista](#).

1.5. Creare una campagna email

Ora sei pronto a creare la tua prima campagna email!

Per creare una campagna clicca sulla voce di menù principale a sinistra **NUOVA CAMPAGNA** e seleziona **CAMPAGNA EMAIL** e successivamente il tipo di campagna che vuoi creare.



Puoi scegliere fra le seguenti tipologie di campagne email:



CAMPAGNA STANDARD

Una campagna con funzionalità standard che consente di creare newsletter, inviti, annunci, business letter, dem ed email pubblicitarie, promozione ecc.

CAMPAGNA PLUS

questa tipologia consente di creare campagne con due diverse funzionalità.

- **Smart Coupon** - genera e invia coupon e Qr code personalizzati.
- **A/B Test** - confronta una o più campagne in uscita verificando su un campione ridotto di iscritti quella migliore da inviare al resto dei contatti in lista.

Scelta la tipologia dovrai selezionare la lista, o una sua profilazione, a cui inviare la campagna e scegliere il metodo di creazione. Puoi creare le tue campagne grazie all'editor **Drag&Drop** oppure html, partire da campagne già create, importarla da un file zip o tramite contenuti RSS.

Per approfondire l'argomento puoi consultare il relativo capitolo **3. Creare e pianificare una campagna email**.

1.6. Analizzare le statistiche

Una delle attività più importanti è quella di lettura delle statistiche, non basta infatti inviare solamente campagne email ma bisogna sapere anche quanto queste siano performanti o se ci sono problemi con la lista su cui hai inviato. Le statistiche ti consentono di capire se stai percorrendo la strada giusta e possono darti informazioni su come migliorare i tuoi prossimi invii. Le statistiche sono consultabili nelle relative dashboard della lista o della campagna.

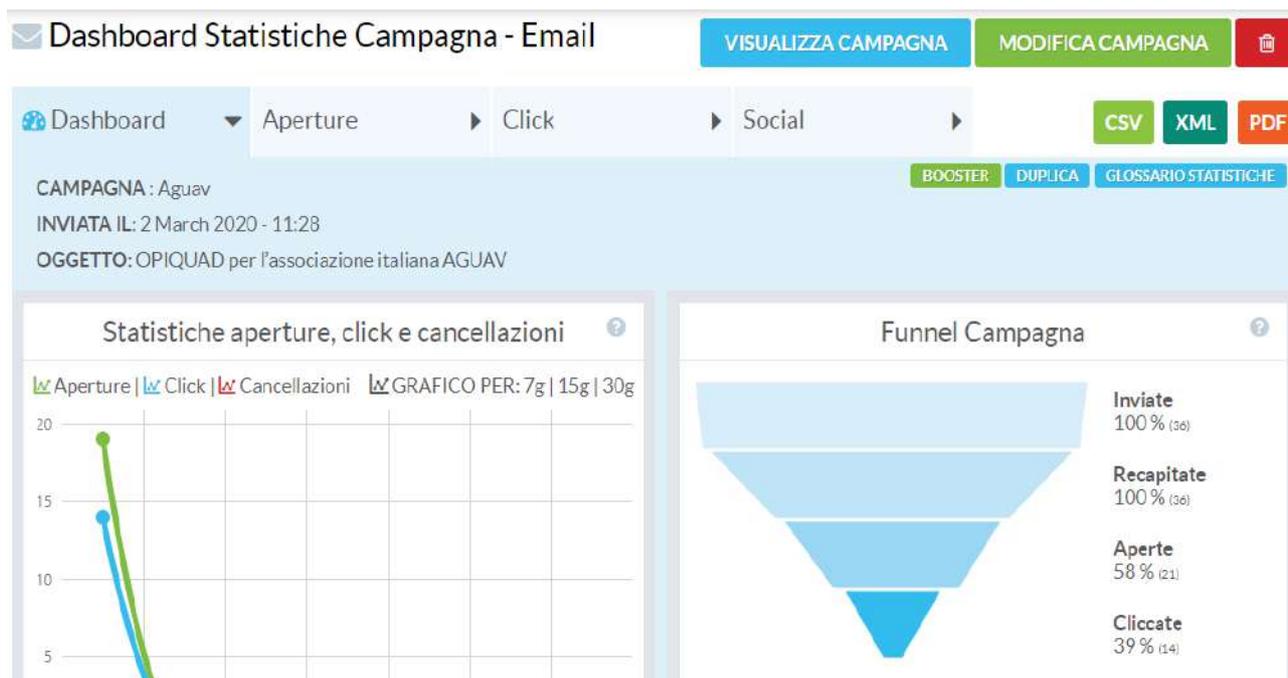
Hai a disposizione due tipologie di statistiche:

Statistiche di lista

Ti consentono di monitorare lo stato di salute e la reattività delle tue liste attraverso le iscrizioni e le disiscrizioni, le aperture e i click, distribuzione dei bounces (rimbalzi), sapere gli orari e i giorni in cui la lista è più attiva e le preferenze dei tuoi iscritti (solo se usi i tag comportamentali).

Statistiche di campagna

Sono le statistiche legate alla singola campagna e ti forniscono un feedback sulla sua efficacia. Potrai vedere quanto la singola campagna è stata aperta o cliccata, quanti si sono disiscritti o ti hanno segnalato come spam ed i bounces (rimbalzi) registrati.



Sulle statistiche trovi due capitoli di approfondimento [13. Leggere le statistiche di una campagna email](#) e [14 leggere le statistiche di una lista](#).

1.7. Perché creare una landing page

La **LANDING PAGE** è una pagina web di atterraggio che può avere contenuti testuali o di immagini. Può essere facilmente creata dall'utente sfruttando alcuni modelli già pronti che sono messi a disposizione della piattaforma e che possono essere modificati con l'**editor Drag and Drop**.

La **landing page** può essere usata per promuovere un prodotto, un invito in Fiera, una comunicazione aziendale articolata oppure, quando si ha la necessità di creare un contenuto in poco tempo ed in maniera semplice con l'obiettivo di trasformare utenti anonimi in utenti registrati o per profilare maggiormente gli utenti già acquisiti.



Consiglio

Questo tipo di **landing page** però **non è adatta a Campagna di Digital Adv** a pagamento perché viene ospitata su un dominio web non appartenente al cliente, ma alla piattaforma. Per la costruzione di **landing page** maggiormente strutturate per Campagne di Digital Adv è meglio rivolgersi alla nostra **Web Agency** che saprà consigliare la soluzione più adatta.

Funzionalità come **LEAD PLUS** ti consentono invece di creare campagne di conversione pubblicando form altamente personalizzabili, sia nel layout che nel comportamento, direttamente sulle pagine del tuo sito e catturare così quella parte di traffico anonimo che gravita intorno al tuo sito web.

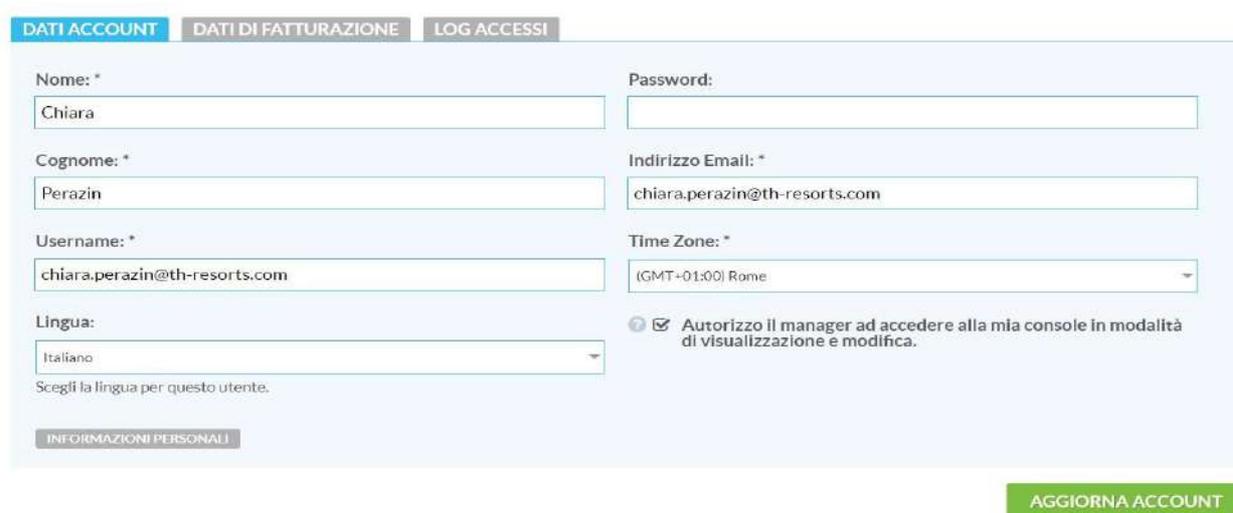
1.8. Modificare i dati dell'account

Questa sezione permette di conoscere come modificare i dati dell'account. È importante modificare la password ogni 6 mesi, come richiesto la GDPR in vigore.

La prima cosa da sapere è dove puoi inserire o modificare i dati relativi al tuo account. Effettuato il primo accesso vai nella tua area account con **un click sull' icona UTENTE in alto destra, quindi seleziona INFORMAZIONI ACCOUNT.**



La tua area account è composta da 3 voci:



Dati account

In questa sezione puoi inserire o modificare i tuoi dati personali e aziendali.

Dati fatturazione

Questa sezione ti consente di indicare o modificare i tuoi dati. Tieni presente che se devi modificare i dati di fatturazione, devi comunicarli direttamente a noi.

Log accessi

Da qui puoi monitorare i login fatti sulla tua console in modo da verificare eventuali incongruenze.

*Nota: i campi contrassegnati con l'asterisco sono obbligatori, non posso quindi non essere compilati. Quando effettui delle modifiche ricordati di salvarle cliccando sul bottone **AGGIORNA ACCOUNT***

2. BEST PRACTICE PER GESTIRE LE LISTE

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 2 minuti

2.1. Limitare il numero delle liste

Molto spesso si tende a prediligere la creazione di nuove liste piuttosto che gestire quelle attualmente in uso, questo può dar origine a diverse problematiche che impattano potenzialmente su più aree del tuo lavoro.

Velocità della tua console - avere tante liste contenenti dati può portare alla lunga a rallentamenti in alcune sezioni della tua piattaforma.

Statistiche meno affidabili - Creare tante liste contenenti gli stessi iscritti frammenta le statistiche rendendo difficile stabilire una strategia efficace per aumentare le performance.

Difficoltà ad aggiornare i dati e trovare un iscritto - La piattaforma ti mette a disposizione diverse modalità per trovare un iscritto o modificare uno o più dati dei tuoi iscritti, tuttavia ogni lista esiste come un contenitore a sé stante e se uno o più contatti sono presenti su più liste, reperire la giusta lista e aggiornare i dati potrà comportare di dover effettuare più volte le medesime procedure di aggiornamento.

2.2. Utilizzare i campi personalizzati e le profilazioni

Affrontati i problemi legati alla creazione di tante liste vediamo una possibile soluzione.

Utilizza i campi personalizzati - I campi personalizzati sono utili non solo per ospitare i dati dei tuoi contatti, ma sono anche utili per gestirli tramite le profilazioni.

Se per esempio invii 3 tipi di comunicazioni (es. prodotto A - prodotto B - prodotto C) la prima reazione sarebbe quella di creare 3 liste separate il che da un punto di vista meramente pratico significa triplicare il lavoro di gestione iscritti, flussi d'ingresso, aggiornamento ecc.

Dedicare in una lista un campo personalizzato al campo "prodotto" invece, ti consente di gestire i tipi d'invio da una medesima lista tramite la **profilazione**. Potrai in questo modo far confluire i tuoi iscritti in una sola lista.

2.3. Esplorare le impostazioni di lista

Dalle impostazioni è possibile impostare diversi automatismi per gestire in maniera efficace l'iscrizione dei tuoi contatti, come per esempio iscriverlo in un'ulteriore lista al momento dell'iscrizione, oppure cancellarlo da una determinata lista. Potrai gestire dalle impostazioni anche le azioni al momento della disiscrizione e le tipologie di soppressione per quella specifica lista. È importante in questi casi avere bene in mente il flusso che si vuol far seguire al contatto.

Prima di modificare i comportamenti di soppressione analizza attentamente le conseguenze, per qualsiasi dubbio ti invitiamo a contattarci. La nostra divisione Digital Marketing ti saprà consigliare al meglio per ottimizzare la tua comunicazione.

2.4. Tenere pulita e in ordine la tua console

Non sempre si riesce a gestire tutto tramite una sola lista e le profilazioni create possono diventare inutilizzate dopo alcuni invii mirati per i quali sono state create.

Pianifica almeno 3 momenti nel corso dell'anno in cui effettuare un'attività di pulizia, cancella le liste e le profilazioni non più utilizzate ed i contatti che non effettuano attività (aperture) da almeno un anno.

2.5. Riassumendo

Le best practice per gestire le liste:

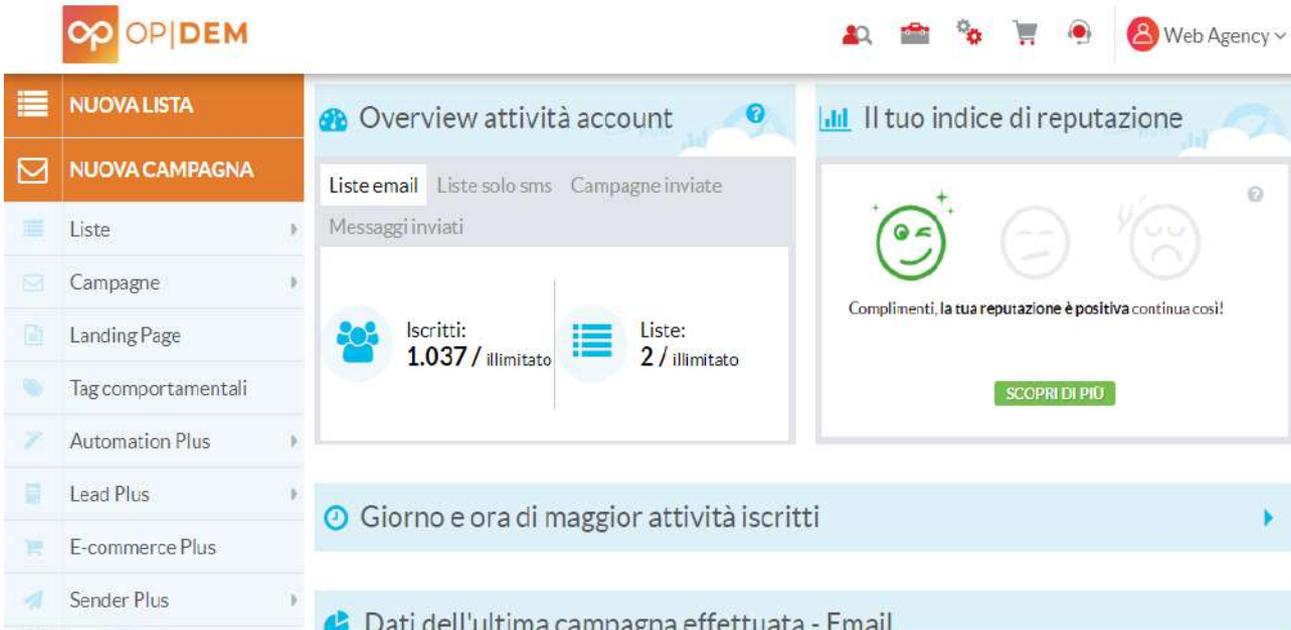
- ✓ Prima di creare una nuova lista pensa se puoi farne a meno.
- ✓ Utilizza i **campi personalizzati** per contenere le informazioni dei tuoi iscritti.
- ✓ Con i **campi personalizzati e le profilazioni** puoi organizzare le liste senza bisogno di crearne di nuove.
- ✓ Utilizza le **impostazioni di lista** per gestire i comportamenti post iscrizione / disiscrizione.
- ✓ **Pianifica attività di pulizia** della tua console per rimuovere liste, iscritti, profilazioni o campi personalizzati non più utilizzati.

3. CREARE E PIANIFICARE UNA CAMPAGNA

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 5 minuti

3.1. Creare una nuova campagna

Dopo aver creato una lista e importato il tuo database è il momento di creare la tua prima campagna. Una campagna email o sms che invierai ai tuoi iscritti, è caratterizzata da un obiettivo di marketing ben preciso ed è finita nel tempo ovvero ha un inizio e una fine.



The screenshot shows the OPIDEM dashboard. On the left, there is a sidebar menu with the following items: NUOVA LISTA, NUOVA CAMPAGNA (highlighted), Liste, Campagne, Landing Page, Tag comportamentali, Automation Plus, Lead Plus, E-commerce Plus, and Sender Plus. The main content area is divided into several sections: 'Overview attività account' with sub-sections for 'Liste email', 'Liste solo sms', and 'Campagne inviate', showing 'Messaggi inviati', 'Iscritti: 1.037 / illimitato', and 'Liste: 2 / illimitato'; 'Il tuo indice di reputazione' with a positive feedback message and a 'SCOPRI DI PIU'' button; 'Giorno e ora di maggior attività iscritti'; and 'Dati dell'ultima campagna effettuata - Email'.

La creazione della campagna avviene cliccando sul bottone **NUOVA CAMPAGNA** presente nella parte in alto a sinistra del menù, quindi dal popup selezionando **CAMPAGNA EMAIL**.



The screenshot shows a wizard for creating a campaign. At the top, there is a rocket icon and the text 'Benvenuto nel processo di creazione di una campagna'. Below this, the question 'Cosa vuoi creare?' is displayed. A light blue button labeled 'Campagna email' is shown, with a sub-description: 'Crea campagne email standard, fai A/B Test mirati o coupon per le tue promozioni'.

Puoi scegliere fra le seguenti tipologie di campagne email:

Campagna Standard

Campagna Plus



Crea una campagna con funzionalità standard come newsletter di aggiornamento, inviti e annunci. Creala da zero o usa un modello già pronto.

CAMPAGNA STANDARD

Una campagna con funzionalità standard che consente di creare newsletter, inviti, annunci, business letter, dem ed email pubblicitarie, promozione ecc.

CAMPAGNA PLUS

questa tipologia consente di creare campagne con due diverse funzionalità:

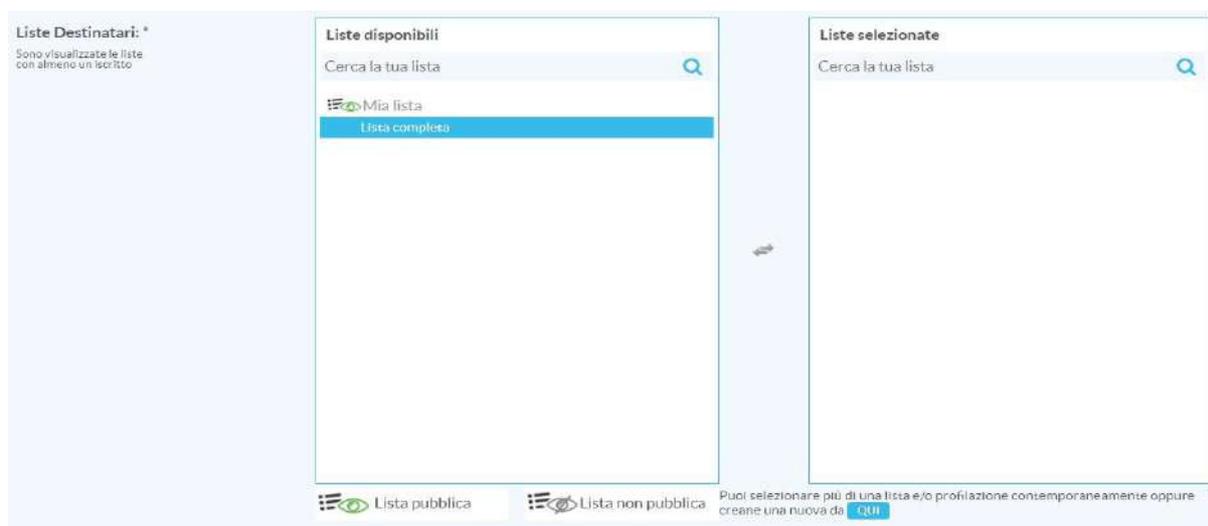
- **Smart Coupon** - genera e invia coupon e Qr code personalizzati.
- **A/B Test** - confronta una o più campagne in uscita verificando su un campione ridotto di iscritti quella migliore da inviare al resto dei contatti in lista.

Dopo aver assegnato un nome proseguiamo con alla creazione tramite il bottone **CREA**.

Ti consigliamo, per operare in una piattaforma ordinata e per facilitare anche eventuali richieste al centro di supporto di dare sempre nomi identificativi e facilmente riconoscibili a ogni campagna, come già segnalato anche per le liste. Questo piccolo accorgimento ci tornerà anche molto utile nella selezione dei destinatari. Per selezionare i destinatari basta fare un click su una lista, o profilazione, presente nella colonna di sinistra per portarla nella colonna di destra degli ELEMENTI SELEZIONATI

3.2. Scegliere i destinatari e preparare la campagna da un modello o da zero

Per prima cosa seleziona la lista o le profilazioni a cui vuoi inviare assicurandoti che le liste siano pubbliche o private, quindi decidi in fase di creazione di campagna se inserire o meno il link all'Area Iscritti. Ricorda solo che se una lista NON è pubblica e inserisci il link all'area iscritti questo non funzionerà. Se disponi di tante liste o profilazioni puoi utilizzare la barra di ricerca liste.



Proseguiamo e scegliamo fra ben 6 modi diversi come preparare la campagna, vediamo!

DA ZERO

Una pagina completamente vuota dove attraverso un editor testuale puoi creare il modello della tua campagna scrivendo l'HTML o copia/incollandolo (soluzione non adatta ai principianti e che richiede conoscenze di linguaggi di programmazione).

DA CAMPAGNA PRECEDENTE

Utilizza un modello già usato in una precedente campagna.

DA PAGNA WEB

Preleva il contenuto da una URL.

DA FILE ZIP

Importando un file zip contenente l'email strutturata in cartelle html e immagini.

DA RSS

Tramite i feed RSS crea un contenuto da zero, oppure da una campagna già creata.

DRAG&DROP

Il potente editor **Drag&Drop** che consente di creare modelli da zero, o di modificare in maniera facile e intuitiva uno dei tanti template che la piattaforma mette già a disposizione.



MODELLI BASIC - se vogliamo partire ad inserire il contenuto e le immagini da una struttura preimpostata.

MODELLI A TEMA - visualizzati di default, questi modelli offrono un layout grafico e la struttura preimpostati, basterà quindi aggiungere solo il contenuto della email.

I MIEI MODELLI - per selezionare un modello precedentemente creato da noi.

MODELLI BASIC
MODELLI A TEMA
I MIEI MODELLI

Categorie:

Sottocategorie:

Layout:

Colore:

RESET



Da zero con l'editor classico
Crea una email da zero

USA QUESTO MODELLO



Estate - 1
modello estivo giugno 2015

USA QUESTO MODELLO



Estate - 2
modello estivo giugno 2015

USA QUESTO MODELLO



Estate - 3
modello estate giugno 2015

USA QUESTO MODELLO



Estate - 4
modello estivo giugno 2015

USA QUESTO MODELLO



LOREM IPSUM



LOREM IPSUM



LOREM IPSUM



LOREM IPSUM



LOREM IPSUM

1 / GALLERIA MODELLI

2 / CONTENUTO

3 / IMPOSTAZIONI

4 / REVIEW

SUCCESSIVO

Possiamo tuttavia creare anche una mail totalmente nuova selezionando il primo modello DA ZERO in alto a sinistra e facendo click su **USA QUESTO MODELLO** per aprire l'editor **Drag&Drop**.

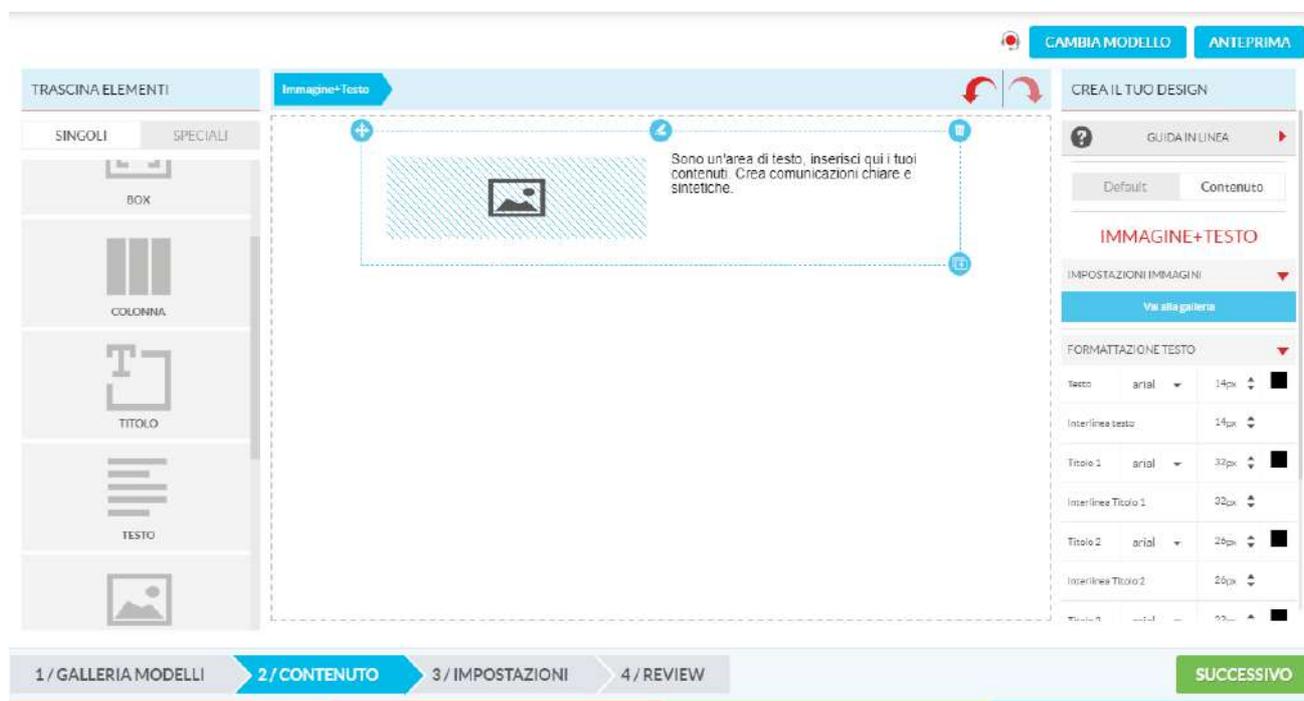
Scegliamo di creare un modello da zero.



Ci basterà selezionare dalla colonna di sinistra gli elementi che vogliamo inserire e trascinarli dentro il corpo centrale dell'editor. Dalla colonna di destra possiamo gestire tutte le formattazioni di testo e di immagini.

Inseriamo dei campi e successivamente modifichiamone il contenuto facendo un click per evidenziarlo, con un secondo click sull'icona "matita" potremo modificarne il contenuto.

Inseriamo eventuali immagini seguendo il medesimo procedimento nei box predisposti per le immagini e personalizziamo in base alle nostre esigenze eventuali link legati ai bottini.



Possiamo visualizzare rapidamente il risultato del nostro lavoro con un click sul bottone azzurro in alto a destra **ANTEPRIMA** e scegliere **"Sul browser"** per visualizzare un'anteprima sia su mobile (colonna sinistra) che desktop (colonna destra). Se vogliamo ricevere una email dell'anteprima scegliamo invece **ANTEPRIMA TRAMITE EMAIL**.

Una volta conclusa la fase di creazione del contenuto facciamo click su **SUCCESSIVO** in basso a destra, per procedere al prossimo step.

3.3. Impostare mittente, oggetto e verificare il contenuto

Stabilita la lista dei destinatari, il modello e il contenuto non ti rimane altro che settare alcune informazioni molto importanti:

- **l'indirizzo registrato da cui vuoi far partire la campagna**, ovvero l'indirizzo del mittente che i destinatari vedranno nella propria casella email;
- **l'oggetto della mail**, visualizzato dai destinatari.

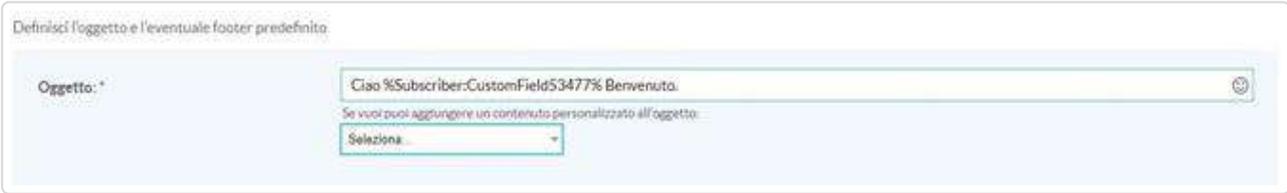
Entrambi sono **campi obbligatori su cui bisogna porre molta attenzione** per evitare di finire nella rete dei filtri anti-spam. Inoltre l'oggetto ha il compito di far capire ai nostri destinatari la qualità e la genuinità del contenuto ricevuto e di conseguenza optare se aprire o cestinare la email da voi ricevuta.

Ti consente, oltre l'utilizzo dei caratteri alfanumerici ed emoticon, di personalizzare l'oggetto con i dati di ogni singolo contatto della lista.

Supponiamo di voler inserire nell'oggetto della email: **Ciao "nome del contatto" Benvenuto.**

Se abbiamo creato tale campo e caricato un valore sulla lista, allora ci basterà scrivere: Ciao, **"selezionare il campo nome dalla select sotto l'oggetto"** e in fine digitare benvenuto.

Il risultato sarà qualcosa simile a quanto si può vedere nell'immagine sotto, mentre per un ipotetico ricevente di nome Mario l'oggetto della email sarà: Ciao Mario Benvenuto.



Terminato di compilare questi campi prosegui cliccando su **SUCCESSIVO.**

Prima di procedere all'invio, la piattaforma ti consente di visualizzare quanto inserito nei passaggi precedenti, modificarlo, o mostrarti un'anteprima sul browser o tramite email ed infine effettuare uno spam test.

Verifica del contenuto email

⚡ Prima di inviare la campagna verifica tramite un'anteprima il design e tramite lo spam test la sua efficacia.

[SPAM TEST](#) [ANTEPRIMA](#)

<p>Liste</p> <p>Hai selezionato 0 liste e 0 profilazioni. Clicca qui per calcolare il numero stimato di invio email.</p> <p>MODIFICA</p>	<p>Oggetto</p> <p>"test area iscritti"</p> <p>MODIFICA</p>	<p>Mittente</p> <p>"rik <riccardo.tiberi@4dem.it>"</p> <p>MODIFICA</p>
<p>Rispondi a</p> <p>"rik <riccardo.tiberi@4dem.it>"</p> <p>MODIFICA</p>	<p>Contenuto HTML</p> <p>Stai per inviare un'email HTML. Modello scelto Saldi Estate</p> <p>MODIFICA</p>	<p>Contenuto solo testo</p> <p>Puoi modificare la versione solo testo facendo click su "MODIFICA".</p> <p>MODIFICA</p>

Cliccando sul bottone in alto a destra **SPAM TEST**, la piattaforma calcola per te il tasso di potenziale SPAM del tuo messaggio attraverso un tool professionale di controllo derivante dagli antispam mondiali più utilizzati (*come SPAM ASSASSIN*).

Ricorda che creare una buona campagna significa rimanere sotto il punteggio di 5 su 10.

SPAM TEST

Lo SPAM test analizza il contenuto della tua email utilizzando le stesse regole e metodologie utilizzate dai principali filtri antispam a livello mondiale. Il risultato fornito è indicativo di come i filtri antispam vedranno la tua email e della possibilità che finisca nella posta indesiderata. Se il punteggio è maggiore di 5 è probabile che l'email finisca nella posta indesiderata.

[MAGGIORI INFORMAZIONI](#)

Peso	Descrizione
2.2	BODY: Message only has text/html MIME parts
1.7	BODY: HTML: images with 0-400 bytes of words
3.9	Punteggio totale

Terminata questa fase di controllo non ti resta che decidere se proseguire cliccando su:

INVIA SUBITO - per inviare la campagna.

SUCCESSIVO - per poter procedere con le opzioni offerte.

Scegliamo **SUCCESSIVO**.

3.4. Pianificare e inviare la campagna

Se non vuoi inviare subito la tua campagna puoi decidere di pianificarne il giorno e l'ora d'invio, o se si tratta di una campagna ricorrente di utilizzare "Invia ripetutamente" per stabilire ogni quanto deve essere inviata.



3.5. Riassumendo

Per creare e pianificare una campagna email:

- ✓ Clicca sul bottone **NUOVA CAMPAGNA** e scegli **CAMPAGNA EMAIL**.
- ✓ Scegli la tipologia di campagna e le **LISTE** o le **PROFILAZIONI** a cui inviare.
- ✓ Scegli la modalità di creazione.
- ✓ Se utilizzi l'editor **Drag&Drop** puoi selezionare un modello presente o un modello personale da te creato.
- ✓ **Il link di disiscrizione è obbligatorio.**
- ✓ Inserisci il **mittente** e l'**oggetto**.
- ✓ Pianifica l'**invio** o **salva in bozze** la tua campagna.

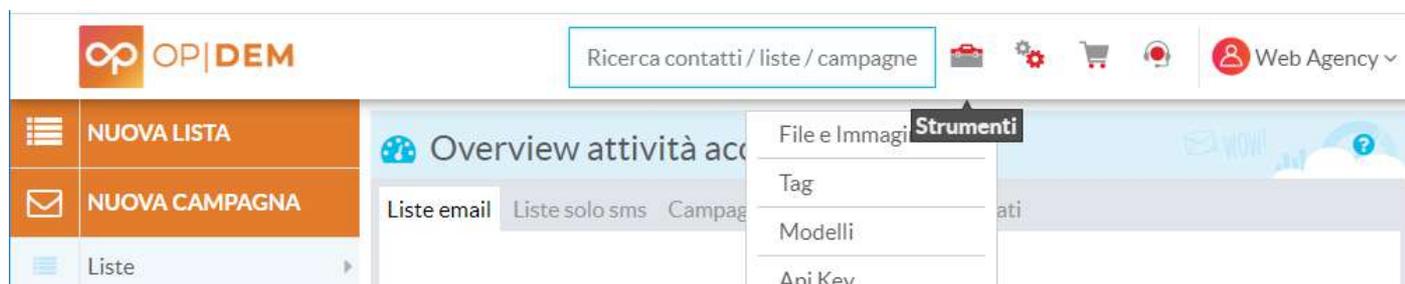
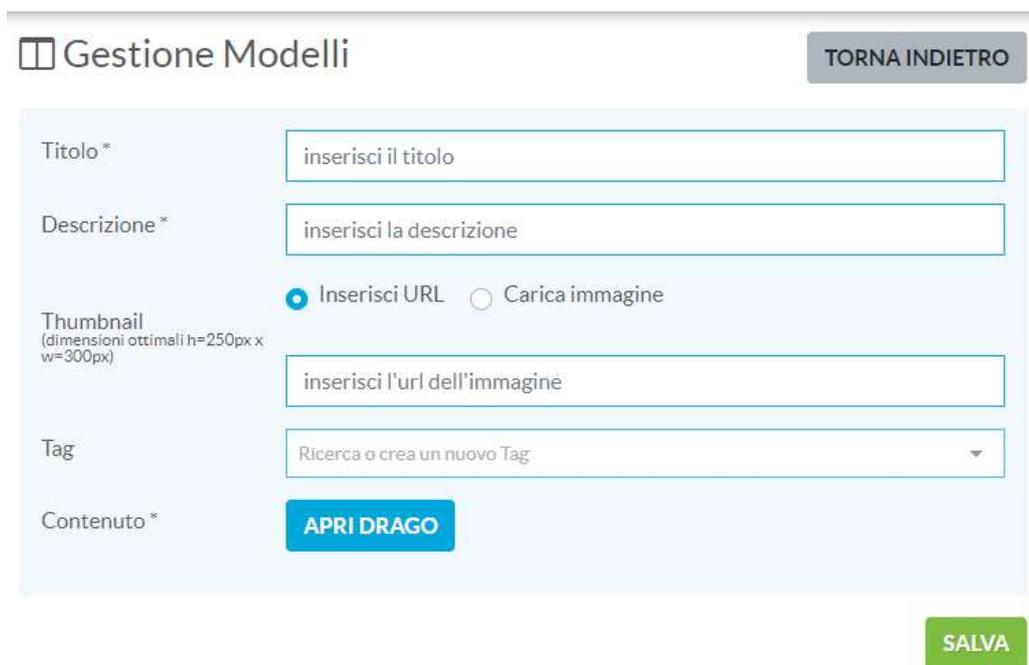
4. CREARE E TAGGARE UN MODELLO

Difficoltà: base - Tempo di lettura: 5 minuti

4.1. Creare un modello

I modelli sono un elemento molto importante per velocizzare la creazione di una campagna email e per raggiungere i nostri contatti con una comunicazione efficace.

Accediamo alla pagina dei **MODELLI** presente negli **STRUMENTI** (icona cassetta degli attrezzi) e successivamente facciamo click sul pulsante verde **CREA MODELLO** in alto a destra.

The screenshot shows the 'Gestione Modelli' form. It has a 'TORNA INDIETRO' button at the top right. The form fields are:

- Titolo ***: Text input with placeholder 'inserisci il titolo'.
- Descrizione ***: Text input with placeholder 'inserisci la descrizione'.
- Thumbnail**: Radio buttons for 'Inserisci URL' (selected) and 'Carica immagine'. Below it is a text input with placeholder 'inserisci l'url dell'immagine'.
- Tag**: Dropdown menu with placeholder 'Ricerca o crea un nuovo Tag'.
- Contenuto ***: A blue button labeled 'APRI DRAGO'.

 At the bottom right, there is a green 'SALVA' button.

Completiamo i dati richiesti, che ci serviranno per ritrovare il modello che stiamo creando all'interno della lista dei modelli.

TITOLO: questo campo sarà visibile solo a noi e ci aiuterà a riconoscere il nostro modello fra tutti gli altri presenti, diamogli quindi un nome significativo.

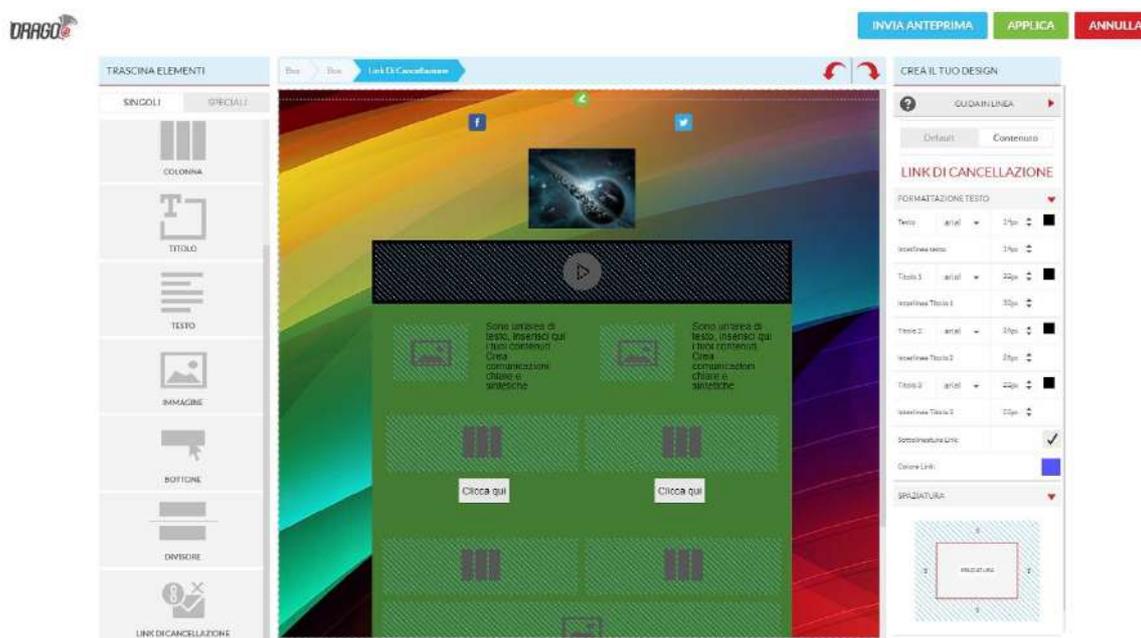
DESCRIZIONE: inserisci una brevissima descrizione del modello, "a cosa serve?" "Che struttura ha?", bastano un paio di parole chiave e vedrai che tornerà utile sapere per cosa avevi creato un modello o che struttura gli avevi dato.

THUMBNAIL: qui puoi caricare un'anteprima, ovvero un' immagine che aiuti a riconoscere a colpo d'occhio il tuo modello. Ad esempio puoi caricare uno screenshot del modello che hai creato (dimensioni consigliate 250x300).

TAG: se hai già creato un tag puoi assegnare o rimuovere tag ai tuoi modelli da questa voce.

CONTENUTO: con un click su **APRI DRAGO**, si aprirà l'editor **Drag&Drop** con il quale potrai creare il tuo modello, come di seguito dettagliato.

Accediamo all'editor cliccando su **APRI DRAGO**, creiamo il nostro modello in maniera facile e veloce e trasciniamo gli elementi dalla colonna di sinistra dentro il corpo centrale dell'editor. Personalizziamoli inserendo del testo o modificando il layout grazie alle azioni disponibili nella colonna di destra.



Ricorda che questo è un modello quindi potrai richiamarlo sempre e modificarne o aggiornarne il contenuto ogni volta che servirà.

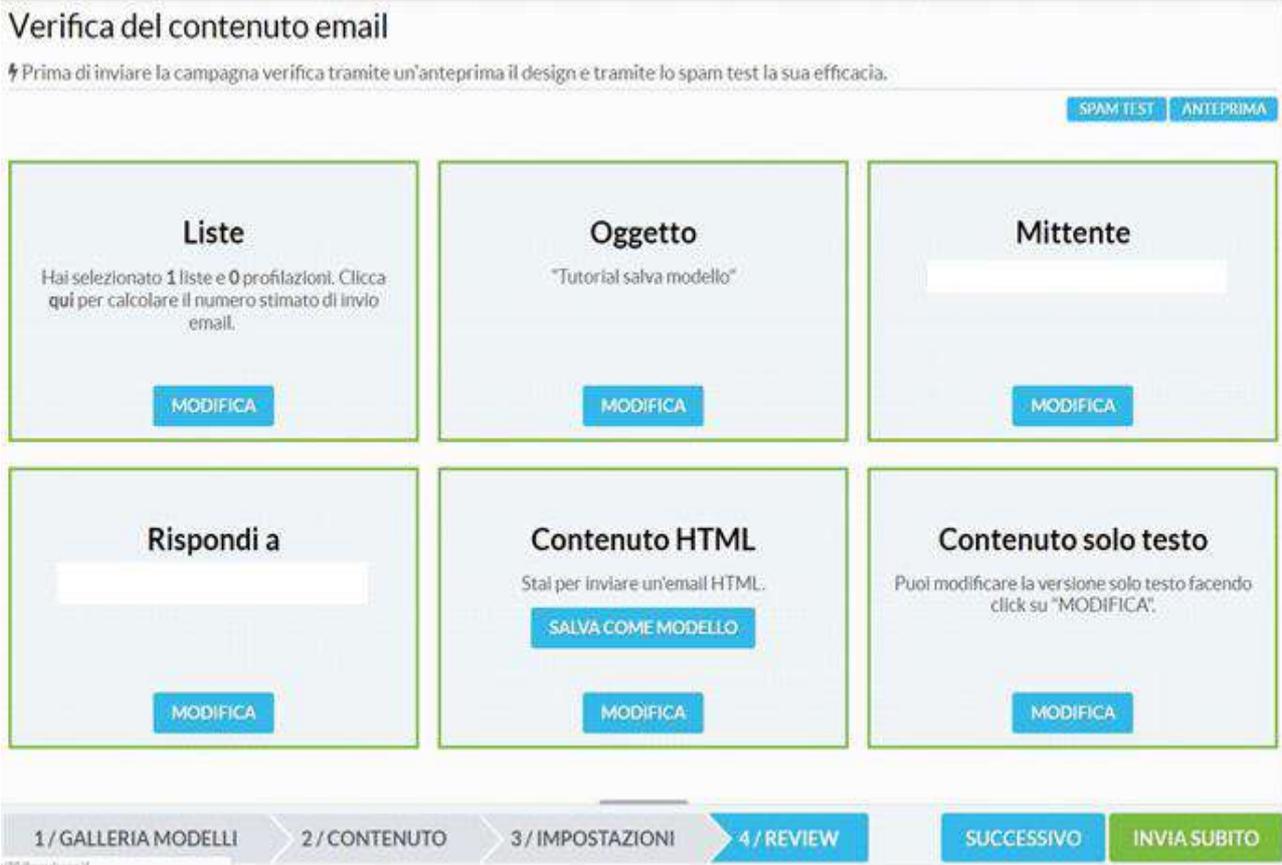
Puoi facilmente avere un'anteprima del tuo modello usando il bottone azzurro in alto a destra **INVIARE ANTEPRIMA**, una volta conclusa la creazione fai click su **APPLICA**.



- Stai creando un template quindi la cosa più importante è che contenga la struttura e il layout delle tue email, il testo e le immagini puoi lasciarli vuote o inserire dei contenuti "segnaposto"

4.2. Creare un modello durante la creazione di una campagna

Procedendo alla creazione di una nuova campagna email o dalla copia di una precedente, giungi all'ultimo step (REVIEW), dove troverai il check di tutti i componenti della tua campagna.



Tra questi componenti quello che ti interessa è il box "contenuto HTML", da cui potrai accedere facilmente alla modifica del contenuto dell'email tramite l'editor **Drag&Drop** (quindi fai click su **MODIFICA**), oppure salvare l'attuale contenuto come modello (click su **SALVA COME MODELLO**).



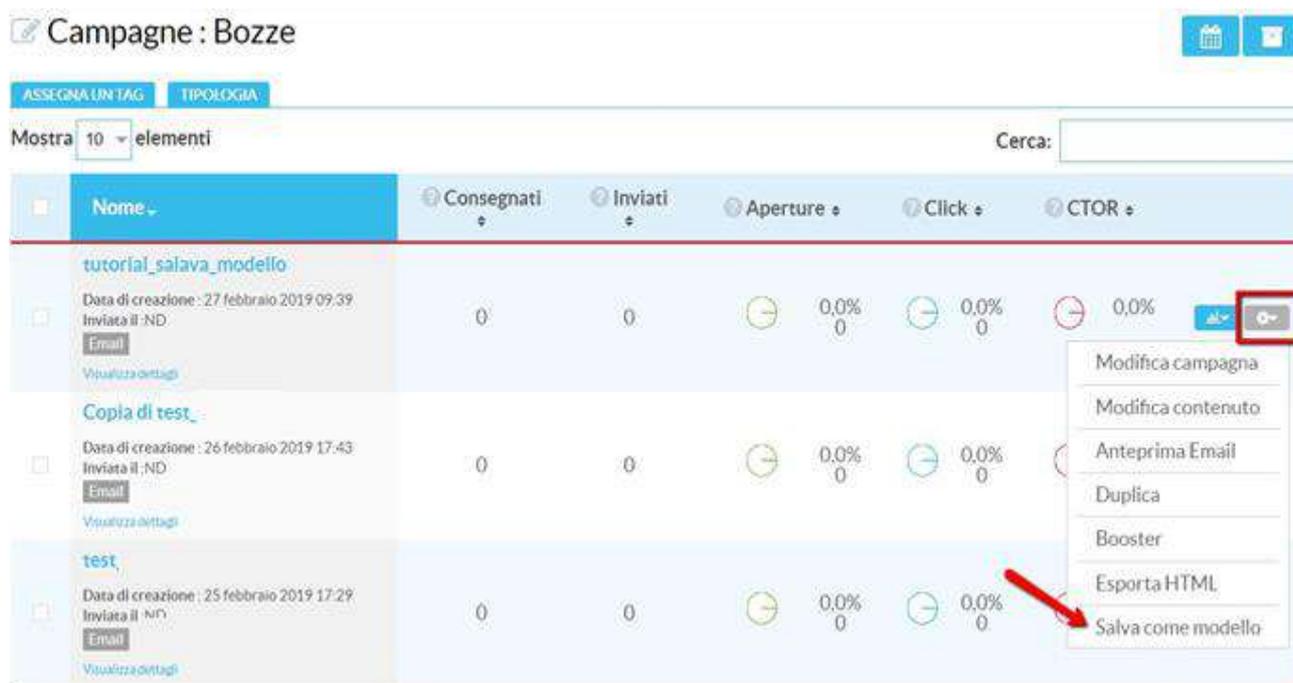
Alcuni consigli

- Il titolo e la descrizione sono elementi obbligatori da inserire per poter procedere al salvataggio.
- Utilizza nomi (2/3 parole) che aiutano a riconoscere subito il modello che stai cercando.
- Per ogni informazione aggiuntiva usa il campo descrizione.
- Periodicamente effettua un check per vedere se hai modelli vecchi e non più utilizzati, quindi eliminali per tenere la tua sezione modelli pulita.

4.3. Creare un modello da una campagna inviata o in bozze

Se hai già inviato una campagna, o l'hai creata e salvata in bozze, puoi salvarne il contenuto come modello senza accedere direttamente alla modifica (pagina **REVIEW**).

Espandi le opzioni relative alla campagna, cliccando sull' grigia **INGRANAGGIO**, quindi scegli **SALVA COME MODELLO** (ultima opzione).



The screenshot shows the 'Campagne : Bozze' interface. At the top, there are tabs for 'ASSEGNA UN TAG' and 'TIPOLOGIA'. Below, there's a search bar and a 'Mostra 10 elementi' dropdown. The main table has columns for 'Nome', 'Consegnati', 'Inviati', 'Aperture', 'Click', and 'CTOR'. Three campaigns are listed: 'tutorial_salava_modello', 'Copia di test', and 'test'. A red box highlights the gear icon (Ingranaggio) for the first campaign, which has opened a dropdown menu. A red arrow points to the 'Salva come modello' option at the bottom of the menu.

Nome	Consegnati	Inviati	Aperture	Click	CTOR
tutorial_salava_modello Data di creazione : 27 febbraio 2019 09:39 Inviata il : ND Email Visualizza dettagli	0	0	0,0% 0	0,0% 0	0,0%
Copia di test Data di creazione : 26 febbraio 2019 17:43 Inviata il : ND Email Visualizza dettagli	0	0	0,0% 0	0,0% 0	
test Data di creazione : 25 febbraio 2019 17:29 Inviata il : ND Email Visualizza dettagli	0	0	0,0% 0	0,0% 0	

Compila i campi del popup con nome e descrizione relativi al modello che stai creando e procedi al salvataggio.



The screenshot shows a 'Crea Modello' popup window. It contains a title 'Crea Modello', a close button (X), and a message: 'I modelli creati saranno disponibili nell'area "I MIEI MODELLI" e potranno essere riutilizzati nelle prossime campagne.' Below this are two input fields: 'Titolo*' and 'Descrizione*'. At the bottom, there are two buttons: 'CREA' (green) and 'CHIUDI' (blue).

4.4. Creare un modello dalla mail di un flusso automatico

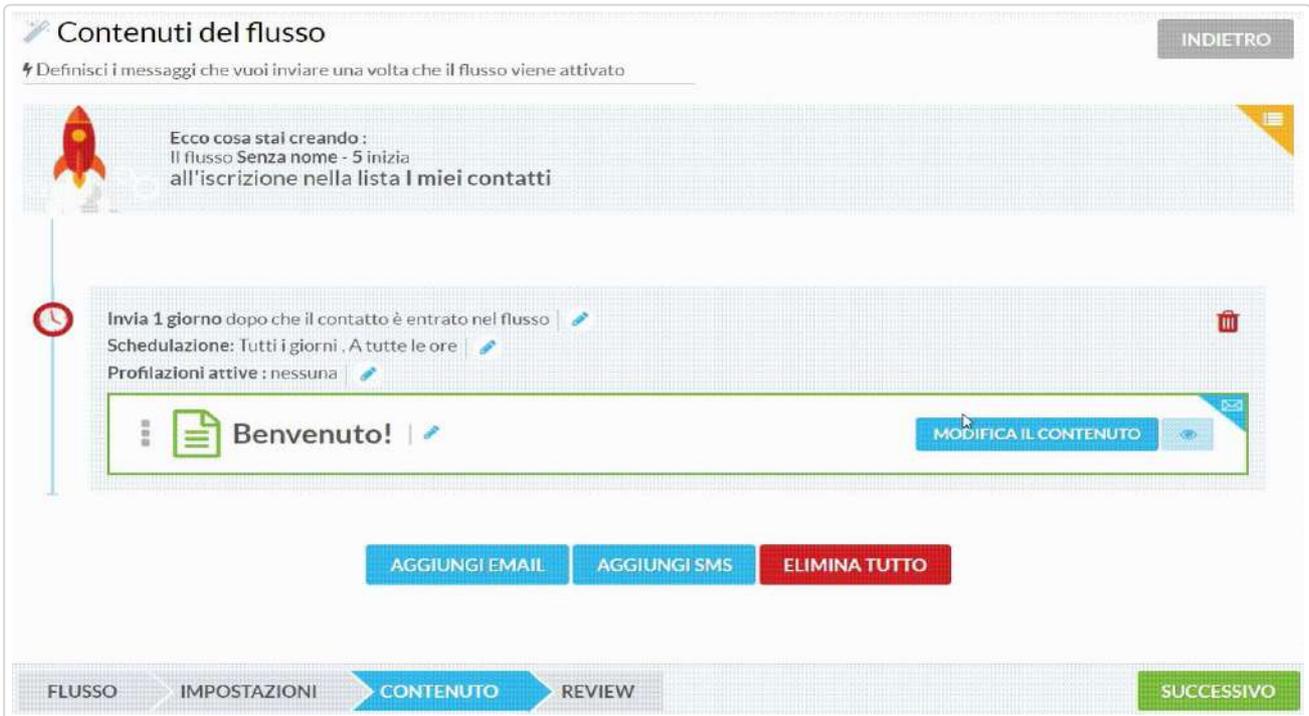
Puoi creare un modello anche partendo da un'email di un flusso che stai creando o che hai creato in precedenza.

Nel terzo step di creazione di un flusso (**Contenuto**) accedi a creazione/modifica del contenuto del messaggio del flusso che vuoi trasformare in modello.

All'interno del processo di creazione/modifica del contenuto vai alla voce **REVIEW** e quindi dal box **Contenuto HTML** procedi alla creazione del modello con un click su **SALVA COME MODELLO**.

Se il flusso è attivo ricordati che per accedere alla sezione di modifica del contenuto devi mettere il flusso in pausa. Quando un flusso è in pausa questo non invierà alcuna email e le modifiche o la sua variazione non avrà effetti retroattivi.

Al termine ricorda di riattivare il flusso.



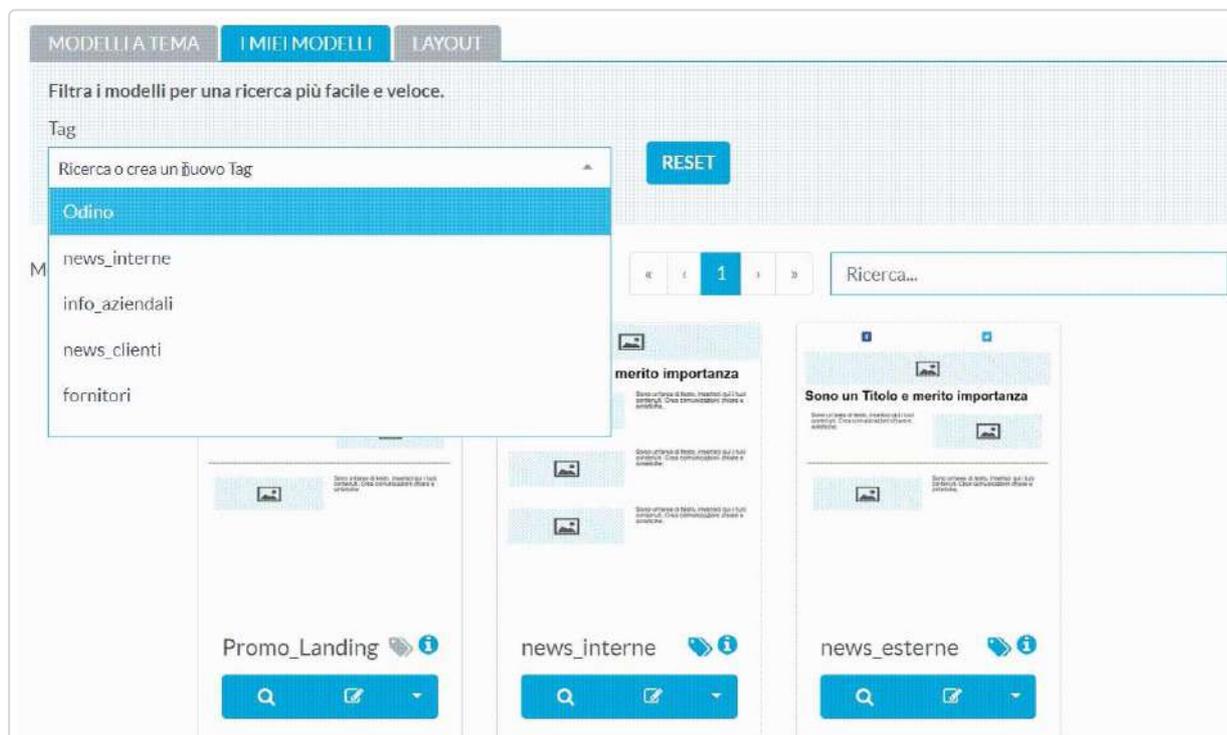
4.5. Creare e gestire un Tag

Poter identificare velocemente i propri modelli è molto importante sia in termini di tempi di creazione delle tue campagne sia per avere una console ordinata.

Nell'area modelli potrai creare e taggare i tuoi modelli così da poterli ricercare per tag.

Creare un tag

Accedi all'area modelli e spostati nella tab **I MIEI MODELLI**, inserisci il tag che vuoi creare nella barra "Ricerca o crea un nuovo tag" quindi fai click su **Aggiungi come nuovo Tag**.



Assegnare un tag

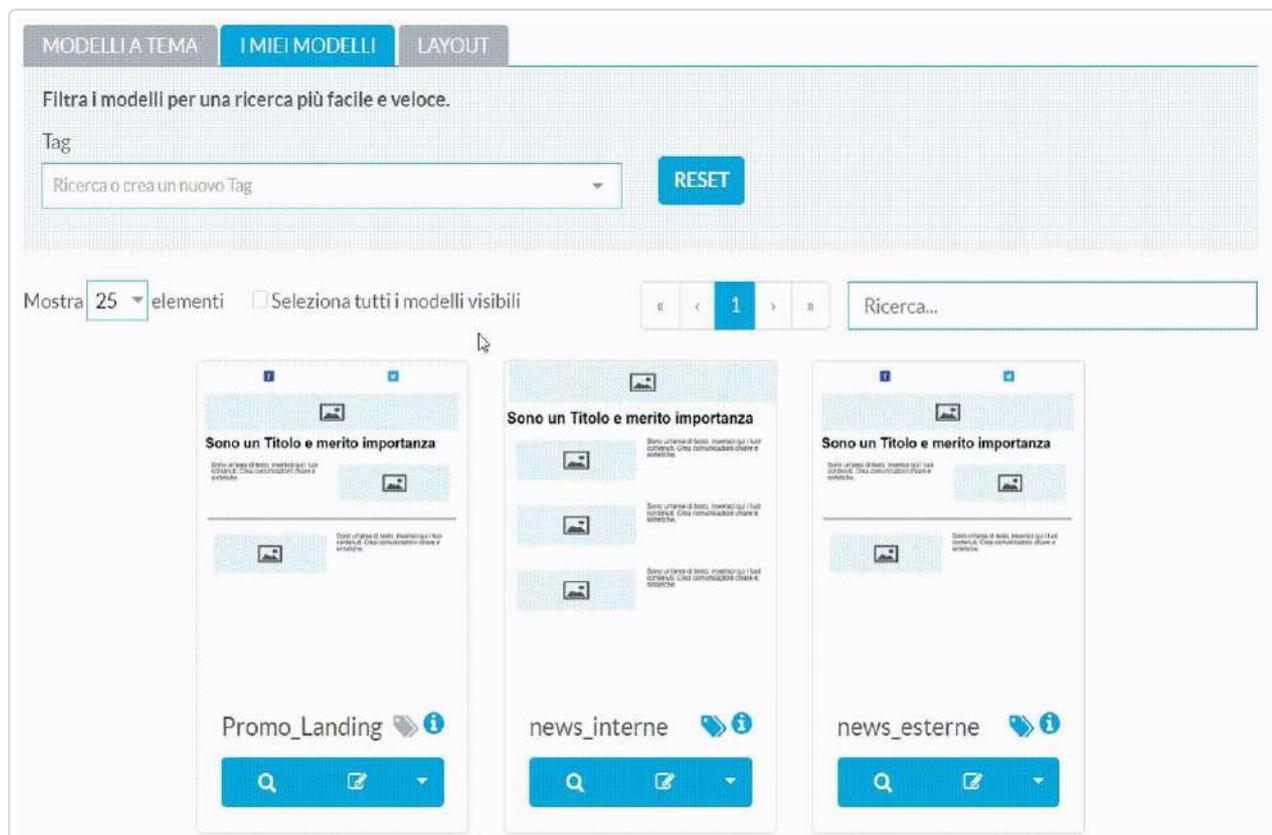
Per assegnare un tag ad uno o più modelli seleziona i template a cui vuoi assegnare il tag e fai click su **ASSEGNA TAG**.

Potrai ora selezionare uno o più tag tra quelli creati dalla select del popup di assegnazione e assegnarli con un click su **ASSEGNA**.

Potrai vedere in qualsiasi momento i tag assegnati a un modello portando il puntatore del mouse sopra la relativa icona "tag"

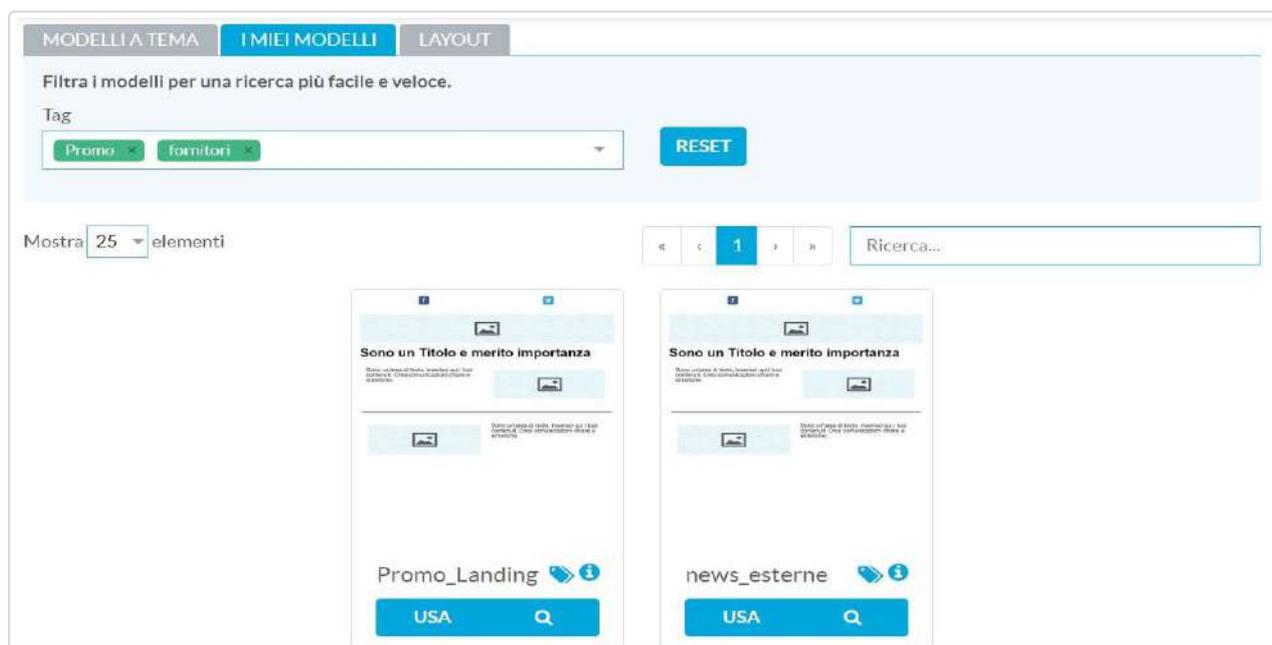
Inoltre dal colore dell'icona potrai capire facilmente se a quel modello sono assegnati dei tag:

- Icona tag grigia = non ci sono tag assegnati
- Icona tag azzurra = ci sono tag assegnati



Cercare per tag

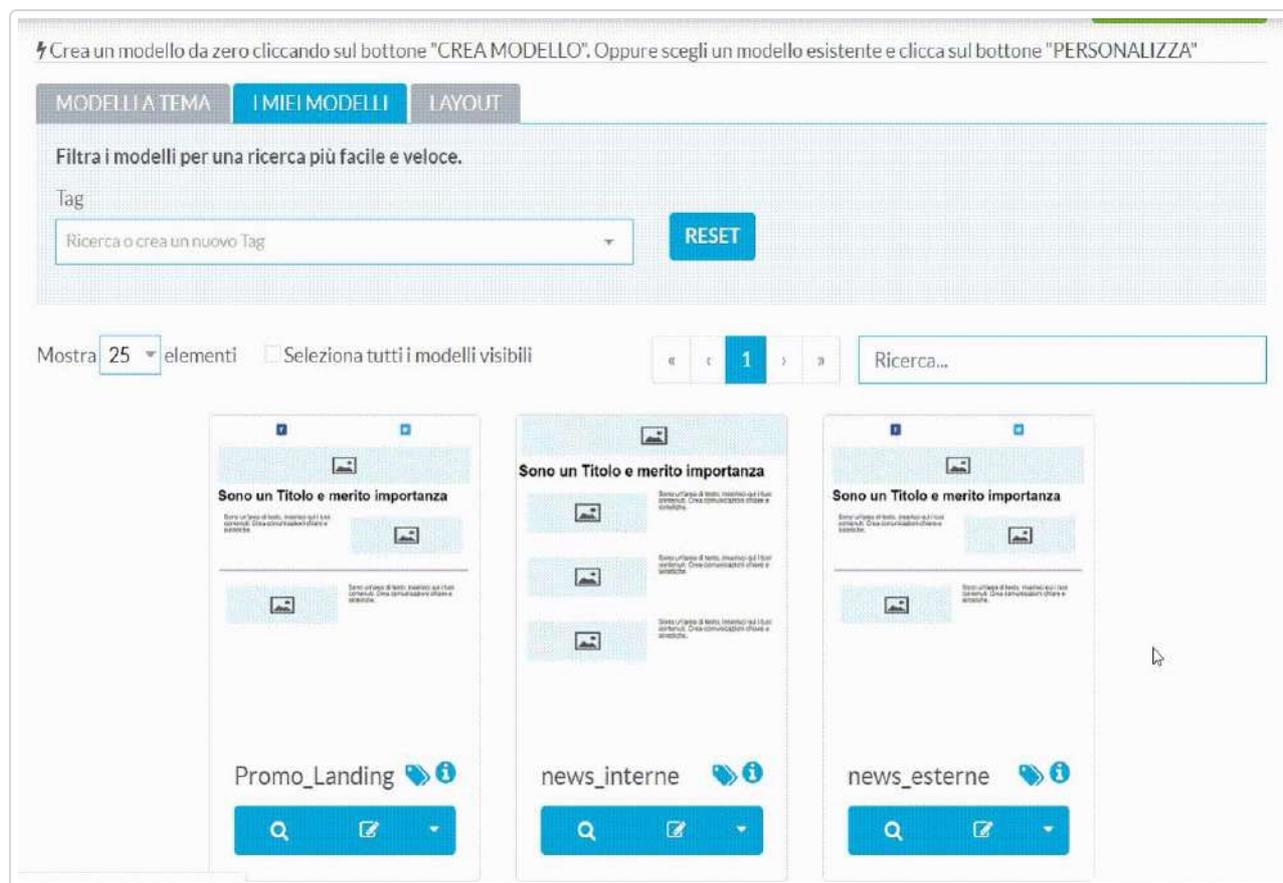
Se hai assegnato un tag ad uno o più template potrai cercarli sia nell'area modelli che in fase di creazione campagna tramite la barra di ricerca.



Rimuovere un tag da un modello

Per rimuovere il tag da un modello entra in "modifica", quindi rimuovi i tag con un click sulla relativa "x" del tag.

Al termine procedi a salvare il modello.



4.6. Riassumendo

Per creare un modello e taggarlo:

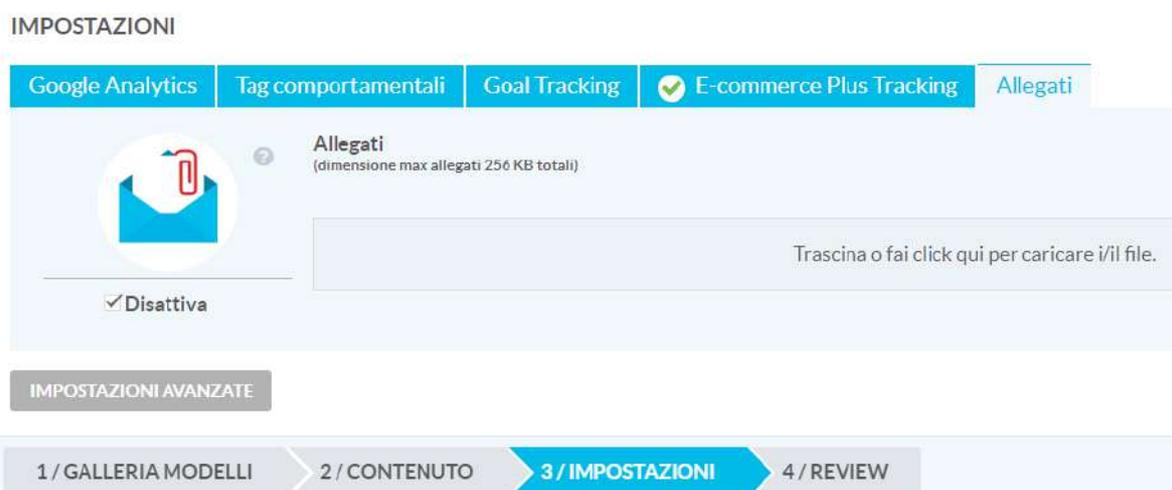
- ✓ Puoi creare i tuoi modelli direttamente nell'**AREA MODELLI**.
- ✓ Puoi creare un modello **durante la creazione di una campagna** email nello step di review.
- ✓ Se hai già individuato una campagna o ne hai una in bozze puoi trasformarle in modelli tramite l'apposita voce in **OPZIONI**.
- ✓ Crea **un modello** di un'email di **un flusso**. Potrai così facilmente **duplicarla** utilizzando il modello.

5.INSERIRE UN ALLEGATO NELLA CAMPAGNA EMAIL

Difficoltà: base - Tempo di lettura: 3 minuti

5.1. Premessa

È possibile, in alternativa all'invio degli allegati, usare altri modi per far recapitare i file che vogliamo. Ricordiamo che l'invio degli allegati è gestito nella fase finale di creazione della campagna, denominata **IMPOSTAZIONI**, come da immagine che riportiamo di seguito.



Di seguito vengono specificati i metodi che ti permettono di inviare un allegato alla tua campagna.

5.2. Usare un server esterno

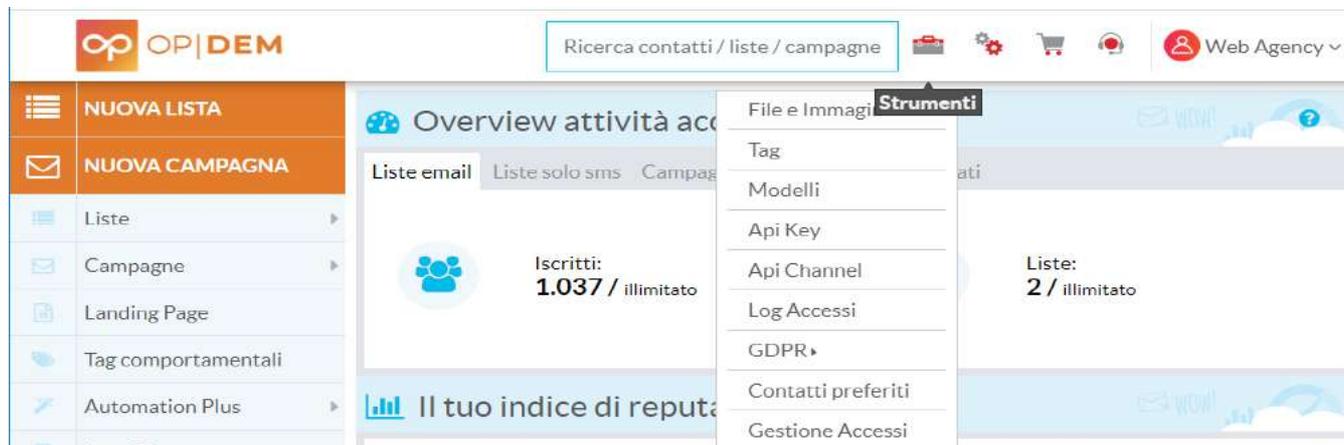
Puoi caricare il file su un server esterno e inserire il link all'interno del messaggio. In questa maniera tramite un semplice link i tuoi contatti potranno accedere al documento che vuoi inviare loro e **scaricarlo**.



5.3. Inserire l'allegato nella console

Altro modo è caricare sulla piattaforma il file che desideriamo allegare come link.

Basta andare su **STRUMENTI** nella topbar della piattaforma, quindi scegliere **File e Immagini** come indicato nell'immagine seguente.



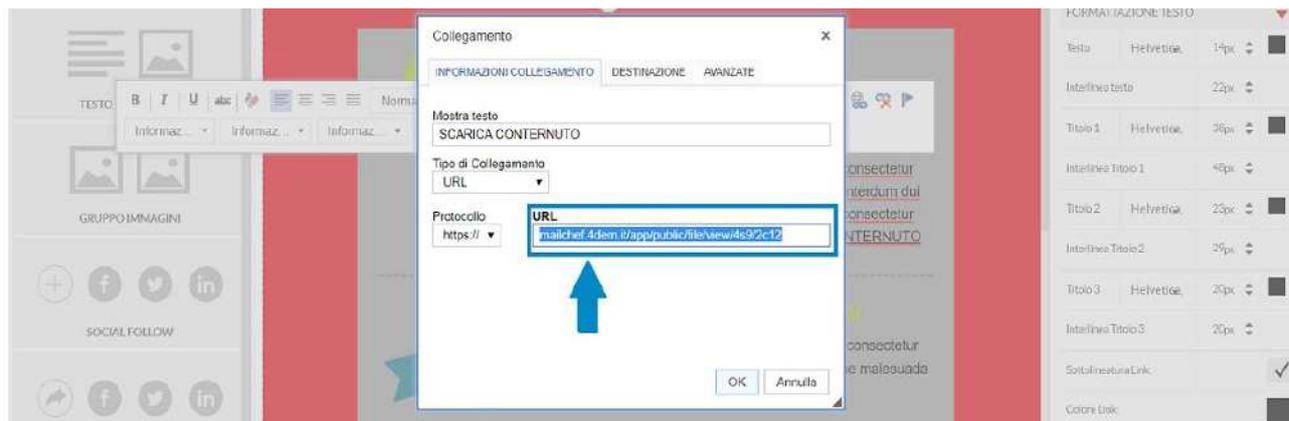
Procediamo a caricare il file e una volta apparso fra gli elementi a disposizione, passandoci sopra con il mouse, facciamo click sull'icona **Copia Url**, come indicato nell'immagine.



Spostiamoci ora nell'**editor Drag&Drop** della campagna.

Scrivi o seleziona una frase che vuoi linkare al file da scaricare, quindi clicca sull'**icona collegamento** per inserire un link.

All'interno del campo **URL** della finestra che si aprirà, incolliamo il link precedentemente copiato e facciamo click su **OK**.



Notiamo ora che il testo selezionato sarà diventato un link e nella mail che invieremo i nostri contatti potranno cliccarlo per visualizzare il documento che avrete inserito e decidere se salvarlo o meno.

In alternativa al testo il link può essere inserito anche **associato a un bottone**.

Selezioniamo l'elemento bottone e incolliamo l'URL del file precedentemente copiata nella barra delle impostazioni laterale di destra all'interno del campo "Link", prestando attenzione di inserire il protocollo corretto.

L'uso di questo metodo fa risparmiare tantissime risorse per chi riceve e per chi invia, ma soprattutto permette di tracciare i click sulla pagina in tempo reale grazie alle statistiche.

5.4. Riassumendo

Per allegare un file in una campagna email:

- ✓ Puoi **caricare il file sul server** esterno ed inserire il link all'interno del messaggio.
- ✓ Puoi **caricare sulla piattaforma** il file che desideri allegare in "File e Immagini".
- ✓ **Copia l'URL** del file e utilizzala per allegare il documento come link.
- ✓ Puoi utilizzare la **funzione** che si trova **nell'ultima fase** di creazione della campagna.

6. PERSONALIZZARE IL CONTENUTO DELLE EMAIL

Difficoltà: MEDIA - Tempo di lettura: 4 Minuti

I campi personalizzati utilizzati nelle liste per importare le informazioni dei tuoi iscritti, possono essere richiamati nelle tue campagne email per personalizzare il contenuto delle tue email. Personalizzare l'oggetto e il contenuto delle tue campagne può essere molto utile per ingaggiare direttamente i tuoi contatti e instaurare un rapporto più personale.

6.1. Differenze tra campi globali e locali

Prima di utilizzare i campi personalizzati all'interno delle nostre email è bene chiarire alcuni concetti come per esempio "cosa sono le liste", "cosa sono i campi personalizzati", che differenza c'è tra campi di tipo **Globale** o **Locale** e come influenzano le nostre campagne in caso di invii multi lista (ovvero a più liste o profilazioni appartenenti a più liste).

6.2. Cosa sono le liste e i campi personalizzati

Le liste sono paragonabili a dei contenitori in cui vai ad inserire i tuoi contatti. Questi contenitori sono entità a sé stanti ed al loro interno puoi creare campi personalizzati che accolgono le informazioni dei tuoi iscritti. Queste informazioni saranno poi utili per creare profilazioni all'interno delle liste.

6.3. Globale o Locale?

I campi personalizzati possono essere **Locali** ed essere validi solo per la lista in cui vengono creati (codice tag unico per quella lista) oppure **Globali** ed essere applicati a tutte le liste (un codice tag valido per tutte le liste) del tuo account, valuta quindi molto attentamente quali campi creare globali o locali.

Per chiarire le differenze di seguito riportiamo un esempio.

Hai due liste, una dedicata agli iscritti alla newsletter ed una dedicata a tuoi clienti, dove per ognuno è presente un codice cliente. Il campo nome e cognome è invece presente in entrambe le liste.

Una possibile gestione dei campi personalizzati potrebbe essere:

- il **campo nome e il campo cognome** vengono creati di tipo **Globale** in modo che vengano applicati ad entrambe le liste e ne condividano il codice. Il **campo codice cliente** viene creato di tipo **Locale** solo sulla lista interessata da quel campo.

		Nome	Cognome	
Iscritti newsletters	Iscritto 1	Mario	Rossi	
Clienti	Iscritto 2	Massimo	Decimo	Cod. Cliente CC123_a



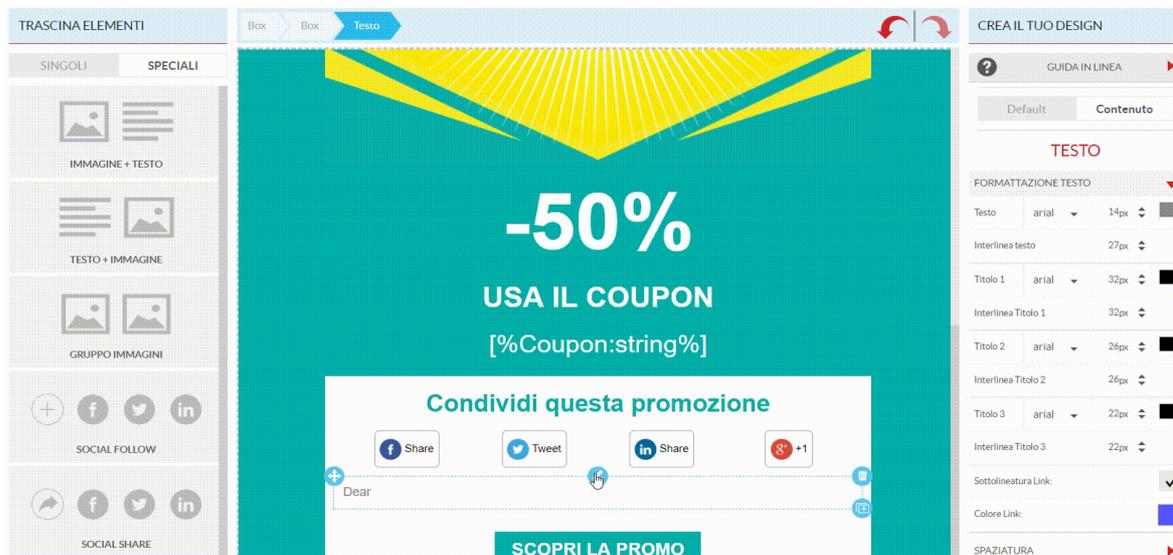
Attenzione agli invii multilista

Se desideri personalizzare i tuoi invii multi lista presta attenzione a non utilizzare campi di tipo **Locale** in quanto questi hanno validità solo per la lista per cui sono stati creati.

6.4. Inserire un tag sull'editor Drag&Drop

L'editor **Drag&Drop** presenta 3 menù a tendina all'interno della barra degli strumenti che compare in fase di inserimento dei testi. Cliccando su ognuno di loro potremo accedere alle informazioni legate alla nostra lista e ai contatti in base al tipo di personalizzazione/informazione che vogliamo inserire. Selezionato il campo verrà aggiunto al contenuto testuale il relativo tag che in fase di invio verrà sostituito con l'informazione selezionata.

Sotto per esempio vediamo come personalizzare l'elemento testo inserendo nome e cognome del contatto



6.5. Riassumendo

Per personalizzare il contenuto delle email con i dati degli utenti:

- ✓ **Le liste** sono paragonabili a dei contenitori in cui vai ad inserire i tuoi contatti.
- ✓ Questi contenitori sono entità a sé stanti ed al loro interno puoi creare **campi personalizzati** che accolgano le informazioni dei tuoi iscritti.
- ✓ I campi di tipo **locale** sono validi solo per la lista in cui vengono creati.
- ✓ I campi di tipo **globale** sono applicati a tutte le liste.
- ✓ Se desideri **personalizzare i tuoi invii multi lista** presta attenzione a non utilizzare campi di tipo locale in quanto questi hanno validità solo per la lista per cui sono stati creati.
- ✓ L'editor **Drag&Drop** presenta 3 menù a tendina all'interno della barra degli strumenti di testo.
- ✓ Cliccando su ognuno di loro potremo accedere alle informazioni legate alla nostra lista ed ai contatti in base al tipo di **personalizzazione/informazione** che vuoi inserire.

7. CREARE UNA LISTA

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 6 Minuti

Quando parliamo di email marketing spesso le terminologie che si usano si sovrappongono. Le operazioni sulla piattaforma passano attraverso la creazione e l'aggiornamento di una lista, una lista è un contenitore di indirizzi email e di dati associati a questi.

Tutti gli indirizzi email inseriti devono essere sempre Double Opt-in e raccolti nel rispetto della privacy e della web netiquette.

7.1. Creare una nuova lista

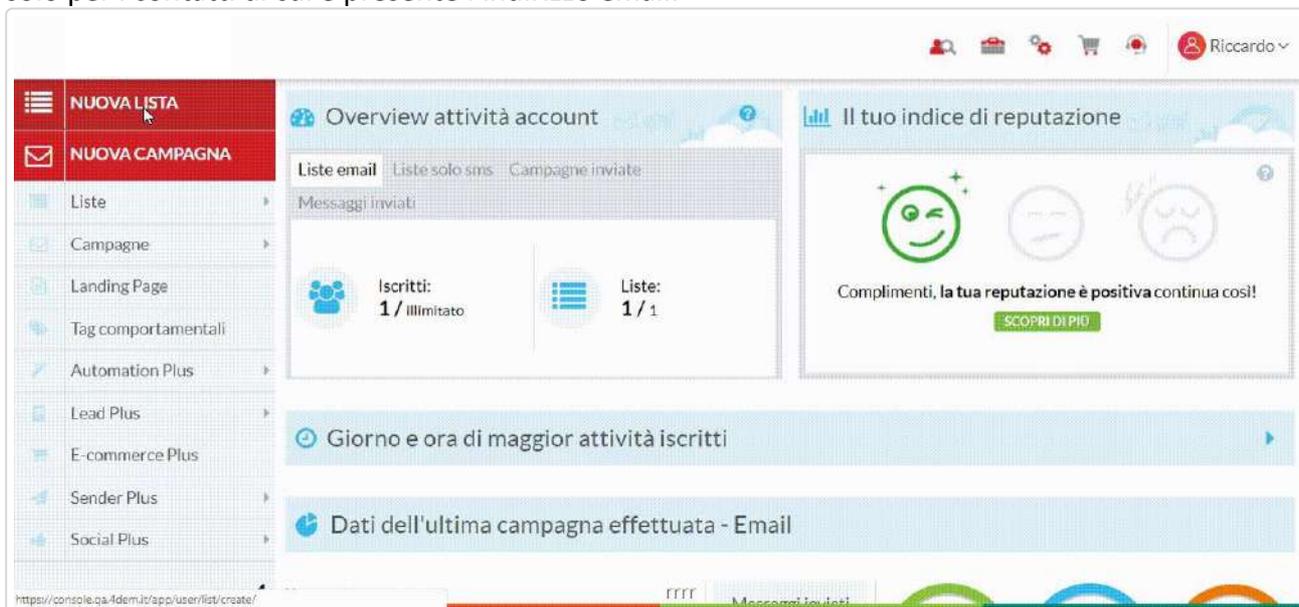
Prima di tutto basta cliccare su **“NUOVA LISTA”**, pulsante presente nella dashboard e seguire lo step successivo.

Dopo aver cliccato questo pulsante dobbiamo dare un nome alla lista e assegnargli una tipologia, potendo scegliere tra:

STANDARD - lista per campagne email a cui potremo andare ad aggiungere i campi personalizzati che ci interessa importare, chiave univoca del contatto che deve necessariamente essere compilato è il campo email.

SMS - con questo tipo di lista puoi inviare esclusivamente campagne SMS e la compilazione del campo «Telefono cellulare principale» è obbligatoria. La funzionalità di conferma iscrizione Double Opt-In non funziona.

SMS+EMAIL - crea una lista specifica per campagne SMS, il numero di telefono è obbligatorio, ma grazie all'attivazione ed alla compilazione del campo opzionale <<indirizzo email>> può essere utilizzata anche per campagne email. La funzionalità di conferma iscrizione Double Opt-In funziona solo per i contatti di cui è presente l'indirizzo email.



The screenshot shows the OPIDEM dashboard interface. On the left, a navigation menu is visible with the 'NUOVA LISTA' button highlighted. The main content area displays 'Overview attività account' with statistics for 'Liste email' (1 / illimitato) and 'Liste' (1 / 1). A 'Reputazione' widget shows a positive status with a green smiley face and the text 'Complimenti, la tua reputazione è positiva continua così!'. Below this, there are sections for 'Giorno e ora di maggior attività iscritti' and 'Dati dell'ultima campagna effettuata - Email'. The user's name 'Riccardo' is visible in the top right corner.



Fai attenzione alle normative del GDPR

Con l'entrata in vigore del GDPR è fortemente consigliato l'utilizzo del **double opt-in**, questo ti permetterà di tenere traccia ed evidenza dell'esplicita richiesta di un contatto a voler ricevere le tue comunicazioni. Fra le **"IMPOSTAZIONI AVANZATE"** potrai impostare il metodo d' iscrizione, quindi selezionando "Email di conferma richiesta (double opt-in)" prosegui alla creazione della Lista.



The screenshot shows a settings panel with two main sections:

- Metodo di iscrizione: ***
 - Double opt-in**
Email di conferma richiesta
 - Single opt-in**
Nessuna conferma richiesta
- Visibilità lista:**
 - Rendi visibile nell'area iscritti

7.2. Visibilità della lista

Una lista può essere resa visibile o non visibile nell'area iscritti. L'area iscritti è una pagina dove i tuoi contatti potranno accedere per controllare quali informazioni disponi su di loro (decidi tu cosa mostrare), aggiornare i propri dati e disiscrivere dalle liste. Sebbene non obbligatoria da GDPR è un utile mezzo per ottemperare ai suoi punti, in particolare al diritto di verifica dei propri dati personali e di aggiornamento di essi.

7.3. Il double opt-in

Se creata in double opt-in la lista ti offrirà subito la possibilità di creare la tua email di conferma, scegli un metodo di creazione e prosegui alla creazione.

Se utilizzi l'editor Drag and Drop, hai a disposizione alcuni modelli da utilizzare e personalizzare.

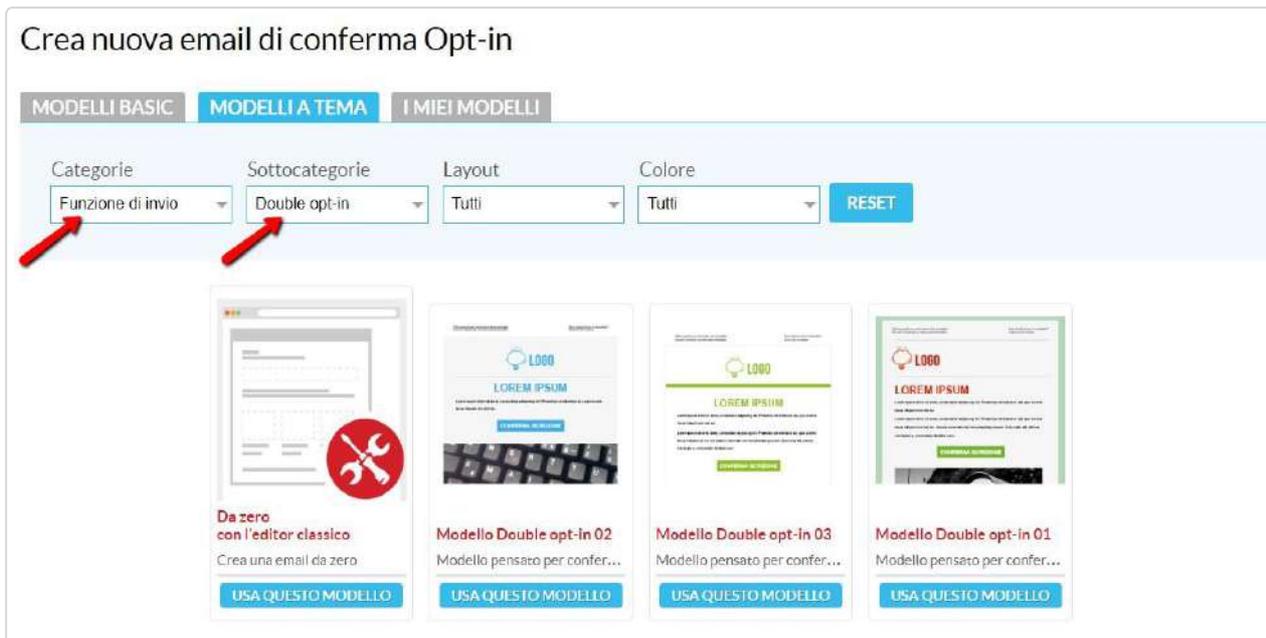
Per trovare i modelli utilizza i filtri dell'area modelli impostandoli come segue:

Categorie = Funzione di invio
Sottocategorie = Double opt-in

Crea nuova email di conferma Opt-in

MODELLI BASIC **MODELLI A TEMA** I MIEI MODELLI

Categorie: Funzione di invio Sottocategorie: Double opt-in Layout: Tutti Colore: Tutti **RESET**



Da zero con l'editor classico
Crea una email da zero
USA QUESTO MODELLO

Modello Double opt-in 02
Modello pensato per confer...
USA QUESTO MODELLO

Modello Double opt-in 03
Modello pensato per confer...
USA QUESTO MODELLO

Modello Double opt-in 01
Modello pensato per confer...
USA QUESTO MODELLO

Ricordati che l'email di conferma iscrizione deve contenere sempre il link di: **CONFERMA** e **RIFIUTO**



Attento ai link

Il link di rifiuto è diverso dal link di cancellazione.

7.4. Impostazioni di lista

Durante la creazione di una lista puoi settare già quali saranno le impostazioni della lista, se vuoi aspettare o le vuoi modificare puoi accedere in qualsiasi momento alle impostazioni di lista tramite il bottone **"IMPOSTAZIONI"** posto nella parte superiore della dashboard di una lista.

Le impostazioni di questa sezione ci permettono principalmente di decidere quale comportamento deve adottare la piattaforma in determinate azioni.

Ad esempio in fase di iscrizione di un iscritto proveniente dal tuo sito web collegato le opzioni sono diverse e di facile decodifica.

Di fianco ad ogni opzione è previsto anche un intuitivo pulsante a forma di "punto interrogativo" che spiega nel dettaglio il significato di ogni riga.

<p>Comportamenti di iscrizione:</p>	<p>Quando qualcuno si iscrive a questa lista:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ? Iscriviti anche ad una lista ulteriore <input type="checkbox"/> ? Disiscrivi da una seconda lista
<p>Azioni post iscrizione</p>	<p>Dopo che qualcuno si iscrive a questa lista:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ? Redirigi alla mia pagina di richiesta conferma iscrizione <input type="checkbox"/> ? Redirigi alla mia pagina di conferma avvenuta iscrizione <input type="checkbox"/> ? Redirigi alla mia pagina di errore iscrizione

La stessa cosa vale anche per la cancellazione ovvero quando qualcuno clicca sul link **“CANCELLAMI”** presente su una newsletter inviata.

In questo caso è già predefinito l’opzione **“AGGIUNGI GLI ISCRITTI CANCELLATI ALLA LISTA DI SOPPRESSIONE GLOBALE”**.

Questa scelta determina l’inserimento dell’indirizzo email “cancellato” nella lista di soppressione che annulla l’iscrizione a qualsiasi lista del tuo account.

Ogni email/campagna o newsletter inviata ad un indirizzo presente in questa lista non sarà inviata.

La lista di soppressione globale preserverà la sua privacy e ti eviterà errori e lamentele in futuro.

<p>Azioni post disiscrizione</p>	<p>Dopo che qualcuno si disiscrive a questa lista:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ? Redirigi alla mia pagina di conferma avvenuta disiscrizione <input type="checkbox"/> ? Redirigi alla mia pagina di errore disiscrizione <p>Comportamenti di soppressione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="radio"/> ? Sopprimi globalmente <input type="radio"/> ? Sopprimi localmente <input type="radio"/> ? Non sopprimere
----------------------------------	---

Se invece desideri **“sopprimere”** l’indirizzo cancellato solo dalla lista in questione basterà spostare la spunta all’opzione **“SOPPRIMI IL SUO INDIRIZZO EMAIL DA QUESTA LISTA”**.

In questo modo l’indirizzo cancellato sarà soppresso localmente ovvero solo da questa lista, e sarà ancora attivo su eventuali altre liste del tuo account.

7.5. Riassumendo

Per creare una lista:

- ✓ Puoi creare una nuova lista cliccando su **NUOVA LISTA**.
- ✓ **STANDARD** - tipologia di lista per campagne email.
- ✓ **SMS** - con questo tipo di lista puoi inviare esclusivamente campagne SMS.
- ✓ **SMS+EMAIL** - crea una lista utilizzabile sia per campagne email che sms.
- ✓ Una lista può essere resa **visibile o non visibile** nell'area iscritti.
- ✓ Se la tua lista è in **double opt-in** puoi creare un email di conferma iscrizione personalizzata.

8. GESTIRE LA LISTA DI SOPPRESSIONE

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 2 minuti

Uno degli elementi più importanti della tua console è la lista di soppressione globale. Vediamo perché è così importante, come sopprimere uno o più contatti e come poter ripristinare un contatto soppresso.

8.1. Cos'è la lista di soppressione globale

La lista di soppressione globale previene qualsiasi invio di email ad indirizzi che si siano disiscritti, abbiano registrato un hard bounce o segnalato le comunicazioni come **SPAM**.



Esistono due tipologie di soppressione:

Globale: influenza tutte le liste della tua piattaforma a prescindere da quale sia scaturita la soppressione.

Locale: influenza solo la lista da cui è scaturita la soppressione del contatto.

La lista di soppressione globale contiene solo gli indirizzi che hanno registrato una soppressione del primo tipo.

8.2. Sopprimere un contatto

Per sopprimere un singolo contatto hai a disposizione due modalità: dalla lista di soppressione oppure dalla scheda iscritto.

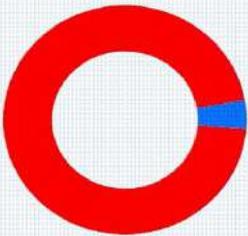
Dalla lista di soppressione

Entra nella sezione delle liste quindi fai click su "**LISTA DI SOPPRESSIONE GLOBALE**" per accedervi. In alto a destra troverai ora l'icona "**Aggiungi**" che aprirà un popup dove sarà possibile inserire l'indirizzo da sopprimere.

Lista di soppressione globale

Motivi di soppressione

- Hard Bounced (95,8%) ■
- Disiscritti (4,2%) ■
- Segnalazioni spam (0,0%) ■
- Amministratore Sistema (0,0%) ■



Dettagli

Totale	24
Hard Bounced	23
Disiscritti	1
Segnalazioni spam	0
Amministratore Sistema	0

Per Contatto Per Dominio Per Sorgente

CSV Mostra 10 elementi Cerca:

ID	Indirizzo Email	Telefono cellulare principale	Sorgente
8568744	xanax@email.it	ND	Hard Bounced
8568746	wert@email.it	ND	Hard Bounced
8568750	vex@email.it	ND	Hard Bounced
8568748	tut@email.it	ND	Hard Bounced
8542408	test.landing@test.com	ND	Hard Bounced

Dalla scheda iscritto

Cerca l'iscritto che desideri sopprimere tramite la barra di ricerca quindi accedi alla sua scheda iscritto, se l'iscritto è presente in più liste puoi accedere ad una scheda qualsiasi in quanto la soppressione globale ha effetto su ogni lista.

👤 Tiberi

Overview attività account

Liste email Liste solo sms Campagne inviate Messaggi inviati



Iscritti:
5 / illimitato



Liste:
6 / 50

Il tuo indice di reputazione





Complimenti, la tua reputazione è positiva continua così!

SCOPRI DI PIU'

🕒 Giorno e ora di maggior attività iscritti

📊 Dati dell'ultima campagna effettuata - Email

8.3. Sopprimere più contatti

Per sopprimere più contatti contemporaneamente puoi utilizzare un normale import contatti andando a specificare nelle impostazioni avanzate la volontà di importare/aggiornare quei contatti ponendoli in soppressione globale o locale.

Accedi alla funzione di import contatti e scegli la modalità desiderata, quindi giunto allo step di mappatura dei campi espandi con un click sul tasto **IMPOSTAZIONI AVANZATE**.

All'interno delle impostazioni troverai la voce **Aggiungi** in lista di soppressione globale.

Sempre nella medesima modalità puoi sopprimere i contatti localmente, ovvero solo per la lista per cui stai effettuando l'import.

Colonne del file
Campi disponibili +

test@dominio.it

Indirizzo Email ▼

Crea campo personalizzato

IMPOSTAZIONI

- Controlla e aggiorna i dati duplicati
- Controlla senza aggiornare i dati duplicati
- Non inviare email di conferma iscrizione opt-in, iscriviti immediatamente

IMPOSTAZIONI AVANZATE

- Non aggiungere alla soppressione
- Aggiungi alla lista di soppressione globale
- Sopprimi in questa lista
- Esegui Flussi, Autorisponditori, azioni lista, web services e aggiorna le statistiche ?

8.4. Ripristinare un contatto

L'operazione di ripristino contatto può essere fatta solo manualmente e su un singolo indirizzo email per volta. Per ripristinare un contatto entra nella sua scheda iscritto (**click su indirizzo email in visualizza iscritti, oppure cercando il contatto tramite la barra di ricerca rapida**).

Dentro la scheda iscritto troverai l'apposita funzione **RIPRISTINA**.



SPAM complaints

Chi segnala le tue email come spam non può essere ripristinato manualmente, ma deve esprimere tramite email indirizzata a abuse@ilmiodominio.it la sua volontà a tornare a ricevere comunicazioni.



The screenshot shows the 'Scheda Iscritto' (Subscriber Profile) interface. At the top, there are tabs for 'Scheda Iscritto', 'Interessi', 'Attività', and 'E-commerce Plus'. Below the tabs, the current list is 'Database aziende' and there is an 'ESPORT CSV' button. The main content area is divided into two columns. The left column contains a profile picture placeholder (a red person icon with a slash) and several fields: 'Indirizzo email' (test@dominio.it), 'Telefono cellulare principale' (empty), and 'Telefono cellulare del contatto' (empty). Below these are three rows of status information: 'Stato iscrizione' (Iscritto), 'Stato bounce' (non bounced), and 'Tipo di soppressione' (Globale). At the bottom of this column are two buttons: 'DISISCRIVI' and 'RIPRISTINA'. A red arrow points to the 'RIPRISTINA' button. The right column is titled 'ISCRIZIONE' and contains two rows: 'Data iscrizione:' (04/03/2019 | 14:28) and 'IP iscrizione:' (ND).

Puoi tentare anche il ripristino dei contatti hard bounce, la piattaforma invierà al provider di posta una chiamata per verificare se l'indirizzo risulta attivo, in caso di risposta affermativa la piattaforma procederà al ripristino, in caso contrario il contatto rimarrà nello stato di soppresso

8.5. Riassumendo

Per gestire la lista di soppressione:

- ✓ La **lista di soppressione globale** salvaguarda i tuoi invii sopprimendo in invio tutti gli indirizzi che non devono ricevere le tue comunicazioni perché disiscritti, hanno segnalato una tua email come spam o hanno registrato un hard bounce.
- ✓ Puoi **sopprimere un indirizzo** dalla scheda iscritto oppure aggiungendolo direttamente in lista di soppressione.
- ✓ Puoi **sopprimere più indirizzi** email tramite un normale import di contatti specificando nelle impostazioni avanzate di inserire i contatti in lista di soppressione globale.
- ✓ Un contatto può essere soppresso **globalmente** (in tutta la piattaforma) oppure **localmente** (solo nella lista in cui viene eseguita la soppressione).
- ✓ La **lista di soppressione globale** contiene solo i contatti soppressi globalmente.
- ✓ Puoi **ripristinare** i contatti dalla scheda iscritto.
- ✓ I soppressi che hanno segnalato **“email spam”**, non possono essere ripristinati autonomamente.
- ✓ Un indirizzo **hard bounce** (quindi soppresso) può essere ripristinato solo se, a seguito di verifica, esso risulterà esistente.

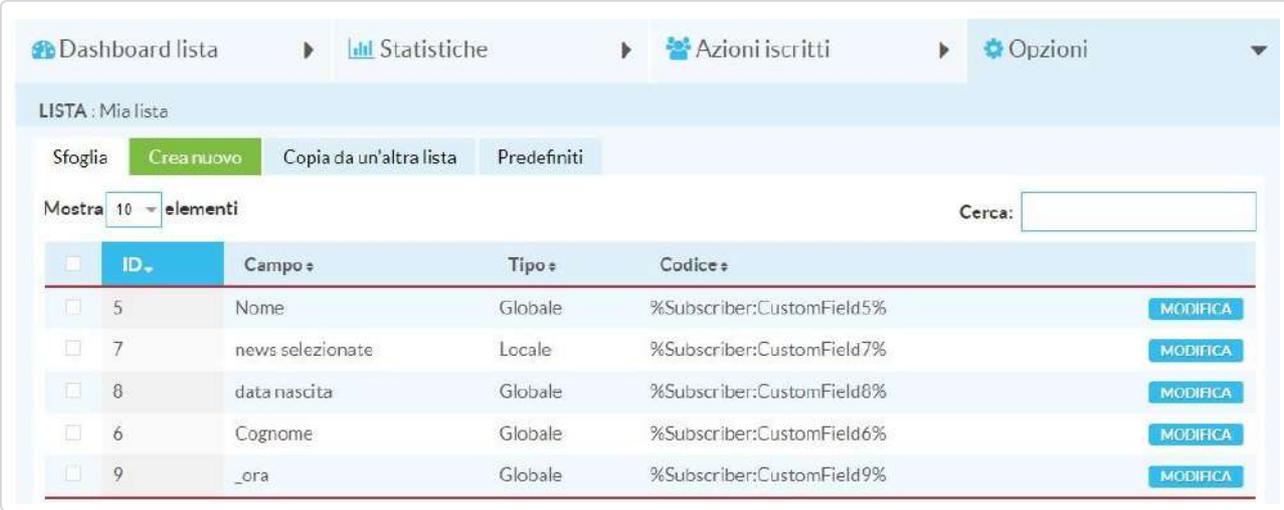
9. CREARE CAMPI PERSONALIZZATI

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 4 minuti

Uno degli elementi più importanti della tua console è la lista di soppressione globale. Vediamo perché è così importante, come sopprimere uno o più contatti e come poter ripristinare un contatto soppresso.

9.1. Creare campi personalizzati

Per creare i campi personalizzati accedi alla lista e seleziona **CAMPI PERSONALIZZATI** dal menu OPZIONI, apri la tab "Crea nuovo", scegli quale nome dare al campo personalizzato e clicca **CREA CAMPO PERSONALIZZATO**.



ID	Campo	Tipo	Codice	
5	Nome	Globale	%Subscriber:CustomField5%	MODIFICA
7	news selezionate	Locale	%Subscriber:CustomField7%	MODIFICA
8	data nascita	Globale	%Subscriber:CustomField8%	MODIFICA
6	Cognome	Globale	%Subscriber:CustomField6%	MODIFICA
9	_ora	Globale	%Subscriber:CustomField9%	MODIFICA

9.2. Globale o locale: cosa significa e quale scegliere?

Quando si crea un nuovo campo personalizzato bisogna definire quella che sarà la sua estensione, ovvero se sarà valido solo per la lista per cui è creato oppure per tutte le liste. Questa è la differenza tra campi locali e globali.

La scelta va fatta con molta attenzione in quanto in base all'uso che si vuole fare del campo è più conveniente optare per un campo globale o locale.



ATTENZIONE

Una volta creato il campo non sarà più possibile modificarne l'estensione.

Locale

I campi locali, come suggerisce il nome, valgono solo per la lista per cui sono stati creati, dispongono di un ID che li identifica solo per quella lista e un codice valido solo per quella lista.

All'atto pratico il **vantaggio** di avere campi locali è:

- utilizzare il campo in flussi di Automation Marketing
- maggiore libertà di gestione delle liste, ogni lista che crei con i relativi campi locali sarà come un contenitore chiuso.

Gli **svantaggi** sono:

- utilizzo del codice campo solo in invii sulla singola lista
- aggiornamento dei dati in caso di valori presenti su più liste per il medesimo contatto

Globale

I campi globali valgono per tutte le liste che creerai, o hai creato, nella tua piattaforma. Dispongono di un ID e un codice che valgono per tutte le liste della tua piattaforma.

All'atto pratico il **vantaggio** di avere campi globali è:

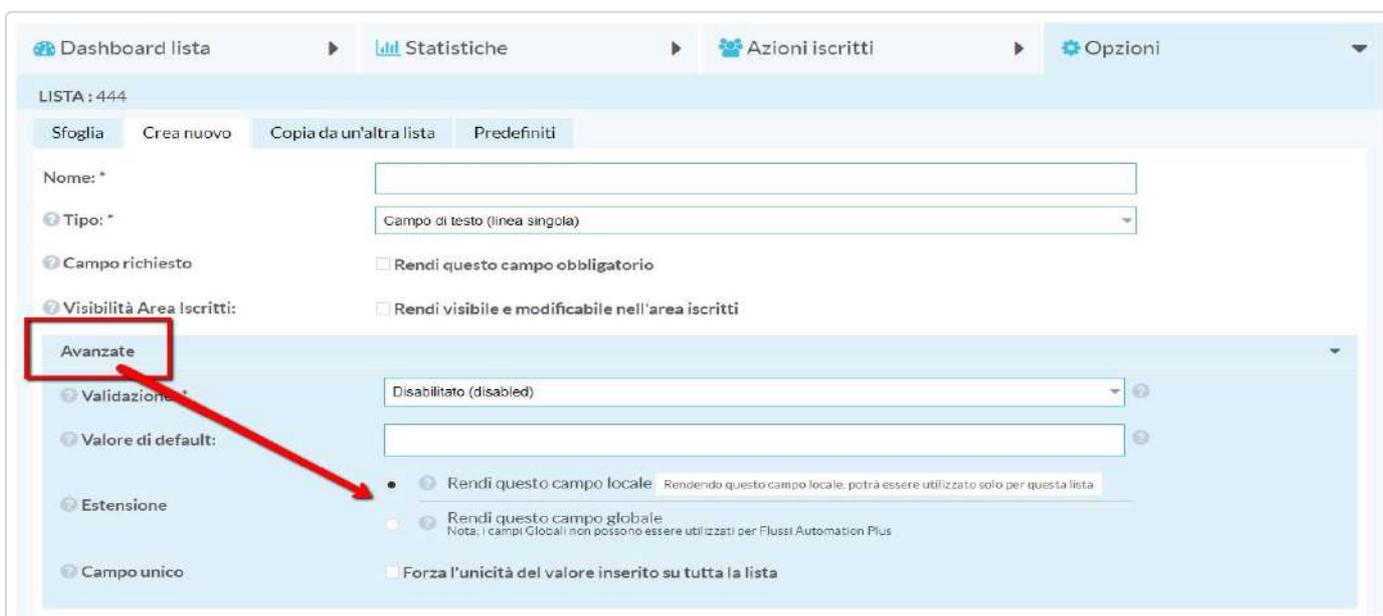
- utilizzo del codice campo per invii su più liste
- aggiornamento del dato su tutte le liste in cui è presente il contatto.

Gli **svantaggi** sono:

- non poter utilizzare il campo in flussi di automazione
- l'aggiornamenti su tutte le liste può rivelarsi un problema se per caso il campo serve a contenere dati che possono variare da una lista all'altra (codici sconto per esempio)

Come lo imposto

L'estensione può essere impostata solo in fase di creazione del campo personalizzato, per farlo apri la lista "Avanzate" (click sulla voce), quindi seleziona l'estensione desiderata.



The screenshot shows the 'Dashboard lista' interface for a list named 'LISTA : 444'. The 'Opzioni' (Options) tab is active, showing various settings for the field. The 'Avanzate' (Advanced) section is highlighted with a red box. Within this section, the 'Estensione' (Extension) dropdown is set to 'Disabilitato (disabled)'. Below this, the 'Rendi questo campo locale' (Make this field local) radio button is selected, with a red arrow pointing to it. Other options include 'Rendi questo campo globale' (Make this field global) and 'Forza l'unicità del valore inserito su tutta la lista' (Force the uniqueness of the value entered on the entire list).

9.3. Visibilità area iscritti

L'area iscritti è un portale dove i tuoi iscritti potranno accedere per visionare a quali liste sono iscritti, disiscriversi, visionare e modificare i dati che possiedi su di loro.

Decidi se rendere visibile il campo personalizzato nell'area iscritti oppure tenerlo nascosto.



Decidi cosa mostrare

Non sei obbligato a mostrare tutti i campi e tutte le liste dato che molti potrebbero contenere informazioni da te utilizzate per la gestione delle tue strategie di marketing.

9.4. Tipologie di campi personalizzati

Creare campi personalizzati non basta, essi possono essere infatti di vario tipo e possono essere utilizzati per contenere informazioni diverse o soggetti a validazioni particolari. Pensiamo a un campo "Nome" e ad un campo "data", sono due dati molto diversi, il primo è un testo di caratteri alfabetici mentre il secondo di caratteri numerici. Allargando ancora il panorama il nostro campo può dover contenere una serie di preferenze per le quali bisogna essere sicuri di poter profilare sapendo che il valore che si va a filtrare sia unico per tutti

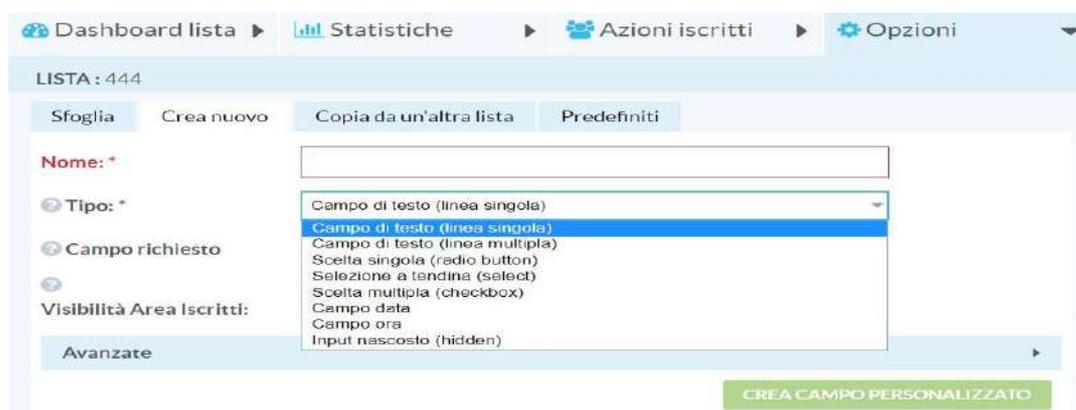
Pensiamo per esempio a quante terminologie possiamo trovare per rispondere a una semplice domanda come " Di che sesso sei?":

Donna, Femmina, F

Uomo, Maschio, M

Pensate se in un form venisse data la scelta all'utente di completare certe informazioni secondo la sua abitudine, oppure se tu e un tuo collega caricaste informazioni simili senza avere un riferimento fisso. Tutti i filtri e le profilazioni risulterebbero incomplete.

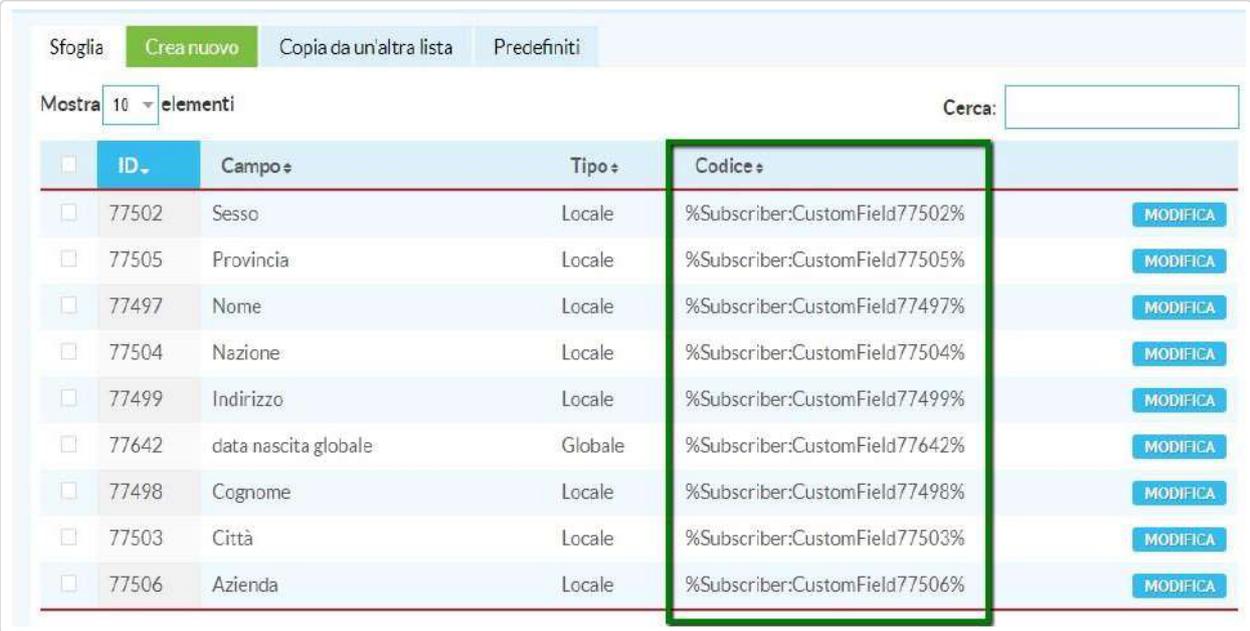
La piattaforma ti consente quindi di sfruttare l'informazione che cerchi selezionando tra:



- **Campo di testo linea singola:** campo di testo libero per l'inserimento di valori alfanumerici
- **Campo di testo linea multipla:** campo di testo libero per l'inserimento di valori alfanumerici su più righe
- **Scelta singola radio button:** scelta tramite spunta di un valore tra due o più opzioni
- **Selezione a tenda:** scelta tramite tendina di un valore tra due o più opzioni
- **Scelta multipla:** Scelta tramite spunta di uno o più valori tra due o più opzioni (checkbox)
- **Campo data:** scelta di una data da calendario a partire da un range di anni
- **Campo ora:** scelta di ora e minuti tramite select
- **Input nascosto (hidden):** possibilità di inserire un campo nascosto dentro un form che passi alla piattaforma un determinato dato

9.5. Il codice: cos'è e a cosa serve?

Ogni campo ha un codice univoco che lo identifica e potrai usarlo nelle campagne per personalizzare il contenuto dell'email in base al destinatario, ad esempio inserendo nell'oggetto delle email: CIAO [Nome], dove il nome verrà inserito in fase di invio dell'email prelevandolo automaticamente dal campo personalizzato.



The screenshot shows a table of custom fields in the OPIDEM interface. The table has columns for ID, Campo, Tipo, Codice, and a MODIFICA button. The 'Codice' column is highlighted with a green box, showing unique codes for each field.

ID	Campo	Tipo	Codice	MODIFICA
77502	Sesso	Locale	%Subscriber:CustomField77502%	MODIFICA
77505	Provincia	Locale	%Subscriber:CustomField77505%	MODIFICA
77497	Nome	Locale	%Subscriber:CustomField77497%	MODIFICA
77504	Nazione	Locale	%Subscriber:CustomField77504%	MODIFICA
77499	Indirizzo	Locale	%Subscriber:CustomField77499%	MODIFICA
77642	data nascita globale	Globale	%Subscriber:CustomField77642%	MODIFICA
77498	Cognome	Locale	%Subscriber:CustomField77498%	MODIFICA
77503	Città	Locale	%Subscriber:CustomField77503%	MODIFICA
77506	Azienda	Locale	%Subscriber:CustomField77506%	MODIFICA



Tutti i campi personalizzati della lista saranno disponibili in fase di creazione dell'email tramite menù appositi che ti permettono di inserirli rapidamente nell'oggetto e nel contenuto dell'email.

9.6. Validazione e valori di default

Validare un campo vuol dire sottoporlo a un controllo che ne verifichi il contenuto prima di registrarlo, potrai decidere di creare la tua validazione **CUSTOM** oppure una di quelle predefinite.

Se vuoi essere sicuro che un campo contenga per esempio solo numeri puoi farlo impostando una validazione di tipo **NUMERICO**, questo significa che in fase di import o nei tuoi form verranno accettati solo valori numerici.

La validazione **CUSTOM** ti consente invece di impostare una tua personale validazione se desideri che il campo contenga un determinato valore.



Campo privacy

Quando crei un campo personalizzato per la privacy ricordati di inserire una validazione custom oltre a rendere il campo obbligatorio. Il campo privacy va validato inserendo il medesimo valore della scelta che vogliamo accettare.

Sfoglia Crea nuovo Copia da un'altra lista Predefiniti

Nome: *

Tipologia: *

Campo richiesto Rendi questo campo obbligatorio
 Visibilità Area Iscritti: Rendi visibile e modificabile nell'area iscritti

Avanzate

Validazione: * ?
 Regola di validazione: *
 Valore di default: ?

Estensione

- Rendi questo campo locale Rendendo questo campo locale, potrà essere utilizzato solo per questa lista
- Rendi questo campo globale Nota: i campi Globali non possono essere utilizzati per Flussi Automation Plus

Campo unico Forza l'unicità del valore inserito su tutta la lista

CREA CAMPO PERSONALIZZATO

9.7. Riassumendo

Per creare campi personalizzati:

- ✓ Crea i **campi personalizzati** prima di importare la lista.
- ✓ Assicurati di impostare i campi con la corretta tipologia.
- ✓ Scegli se rendere i **campi visibili** nell'area iscritti e se sono obbligatori.
- ✓ Imposta se il campo deve essere **globale o locale**.
- ✓ Se necessario **imposta una validazione**.
- ✓ **Salva** il campo.

10. CREARE E MODIFICARE UNA PROFILAZIONE

Difficoltà: MEDIA - Tempo di lettura: 5 minuti

Spesso si tende ad avere molte più liste di quelle che realmente ci servono. Avere tante liste significa avere tanti dati, profilazioni e duplicazioni inutili di contatti che portano solo a un aumento dell'entropia nella tua piattaforma.

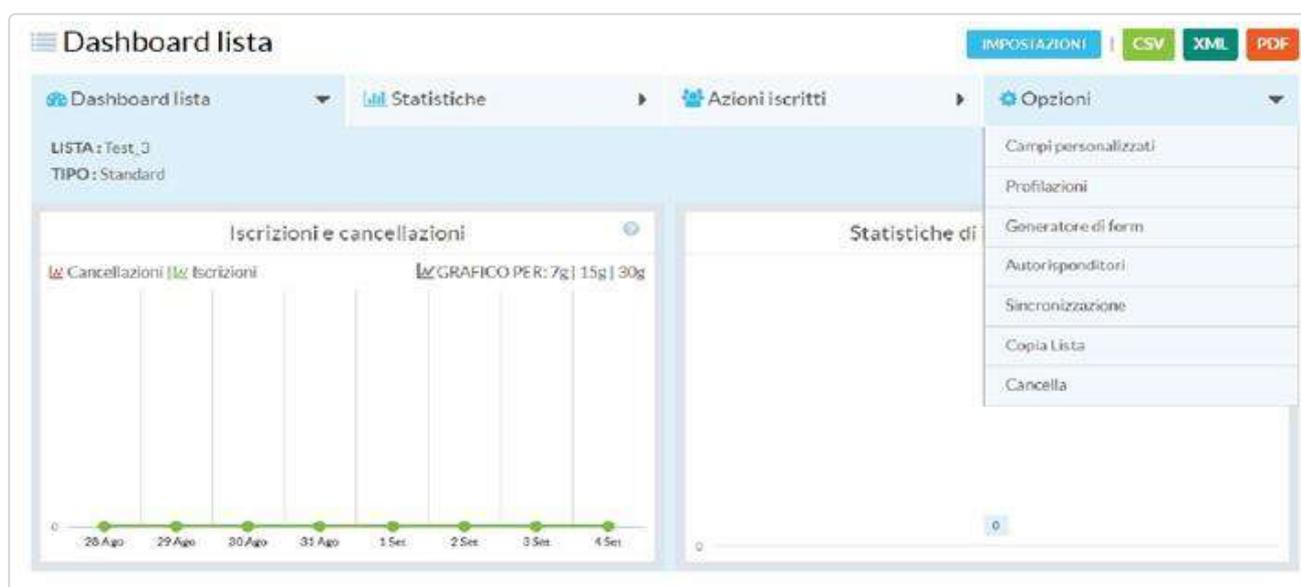
Quando stai per creare o modificare una lista chiedi sempre:

“Ho davvero bisogno di una nuova lista?”

“Posso ottenere lo stesso risultato creando una profilazione?”

10.1. Lavorare con segmenti e profilazioni

Per prima cosa accedi alla sezione dedicata alle profilazioni tramite la voce **OPZIONI** presente nel menù orizzontale della dashboard di lista.



LA PAGINA DELLE PROFILAZIONI

Giunti alla pagina delle profilazioni (vedi sotto) troviamo tutte le profilazioni precedentemente create insieme ad alcuni dati importanti.

ID	Nome	Iscritti	Aperture	Click
23294	studi - Milano Visualizza dettagli	1	0,0% Media Lista : 27%	0 % Media Lista : 4%
23293	studi - Biella Visualizza dettagli	14.520	25,2% Media Lista : 27%	4 % Media Lista : 4%
23292	studi - Torino Visualizza dettagli	7.302	29,9% Media Lista : 27%	4 % Media Lista : 4%

★★★★★

Nome - Identifica la profilazione, consigliamo quindi di inserire nomi identificativi che non possono confondersi con altre profilazioni create.

Iscritti - Mostra il numero di iscritti calcolati l'ultima volta che abbiamo visitato la pagina, ad esempio (vedi sopra) la profilazione "mai aperta" in data 14/09/2017 ammontava a 5 iscritti. Aggiorna automaticamente le profilazioni ogni volta che esse cambiano, tuttavia se vogliamo visualizzare il numero dei contatti aggiornato in questa stringa dobbiamo fare click sull'icona **AGGIORNA** disponibile a destra della data.

Aperture - Mostra la percentuale media delle aperture da parte degli iscritti appartenenti alla profilazione. Sotto il dato percentuale è possibile reperire anche la media della lista.

Click - Mostra la percentuale media dei click effettuati dagli iscritti appartenenti alla profilazione.

Tramite le tre icone relative a ogni profilazione è invece possibile:

Aggiornare il numero degli iscritti - Aggiornare il numero degli iscritti mostrato, la profilazione viene aggiornata invece in tempo reale in base alle modifiche sui criteri impostati

Modificare una profilazione

Visualizzare gli iscritti appartenenti alla profilazione

10.2. Creare o modificare una profilazione

Per creare una nuova profilazione clicca sul pulsante verde **CREA PROFILAZIONE**, oppure se desideri modificarne una già creata fai click sulla relativa icona **"modifica"**



The screenshot shows the top right of the interface with a green button labeled "CREA PROFILAZIONE" and a red arrow pointing to it. Below it is a search bar labeled "Cerca:". On the left, there is a dropdown menu for "Mostra" set to "10" and "elementi". Below this is a table with columns: ID, Nome, Iscritti, Aperture, and Click. The first row in the table is for ID 23292, named "mai aperte al 31.12.17", with 1 subscriber, 0,0% openings (Media Lista: 83%), and 0% clicks (Media Lista: 67%). To the right of this row, there are three icons: a refresh icon, a pencil icon (highlighted with a red arrow), and an eye icon.

Nella pagina che segue possiamo impostare o modificare i criteri di profilazione attraverso l'aggiunta di nuove regole di profilazione ed assegnare un NOME alla profilazione (ricordati di dare un nome significativo).

REGOLE PROFILAZIONE:

AGGIUNGI REGOLA
PULISCI

Basato sulle informazioni iscritto:

- ID Iscritto
- Indirizzo Email
- Tipo Bounce
- Stato Iscrizione
- Data Iscrizione
- Ip Iscrizione
- Data Opt-In

Campi personalizzati:

- Nome

Basato sulle attività iscritto:

- Aperte
- Click
- Visualizzazioni sul Browser
- Inoltri

Possiamo filtrare tutti i dati presenti che riguardano la tua base dati o per qualsiasi campo personalizzato creato e popolato da dati (es. sesso, città, professione ecc.) oppure ancora, in base alle attività dell'iscritto come campagne aperte, click, visualizzazioni sul browser ecc.

Gli step successivi sono molto semplici. Proviamo ad esempio a filtrare in base alle **aperture** di un utente su una o più campagne inviate, fai click su **AGGIUNGI REGOLA**, scendi nella tendina fino a **BASATO SULLE ATTIVITÀ ISCRITTO** e seleziona **APERTE**.

REGOLE PROFILAZIONE:

Aperte

✖
qualunque campagna

- totale
- qualunque campagna
- CAMPAGNA SPECIFICA
- newsletter 4Dem 16 aprile 2014
- newsletter 7 aprile 2014
- newsletter 7 aprile 2014_recall
- newsletter 9 aprile 2014
- newsletter 9 aprile 2014

al massimo

volte

PULISCI

CREA PROFILAZIONE

È possibile scegliere un numero specifico di aperture effettuate mediante il menù a tendina.



Nel campo successivo si può anche impostare il numero minimo o massimo di aperture avute da un iscritto.

Esempio: **se volessimo sapere quali iscritti non hanno mai aperto una nostra newsletter per inviare loro una promozione mirata?** Semplice, basta selezionare:

QUALUNQUE CAMPAGNA – AL MASSIMO e poi scrivere **“0”** ovvero **ZERO** volte.

Il risultato è questo: la piattaforma filtrerà solo gli utenti che non hanno mai aperto nessuna newsletter inviata loro.

Nome	Iscritti	Opzioni
<input type="checkbox"/> Amici che non hanno mai aperto	3	 Visualizza iscritti Modifica

10.3. Utilizzare gli operatori logici

Grazie agli operatori logici AND e OR che puoi impostare nel campo **CORRISPONDE**, puoi gestire anche profilazioni più complesse fra più regole.

Di seguito viene spiegato come utilizzare gli operatori logici.

AND viene utilizzato per impostare due regole, il risultato dovrà rispettarle entrambe.

Esempio (vedi screen sotto):

Regola 1 - Sesso - é - Uomo (quindi tutti gli iscritti di sesso maschile).

AND

Regola 2 - Aperte - totali da quando è iscritto - solo - 0 (ovvero che non ha mai aperto una campagna).

Risultato: tutti gli iscritti uomini che non hanno mai aperto una campagna.

Crea profilazione TORNA ALLA LISTA

Nome:

Corrisponde:

REGOLE PROFILAZIONE:

Sesso ✖

AND

Aperte ✖ volte

OR: viene utilizzato per impostare due regole, ma basterà che ne venga rispettata almeno una delle due.

Esempio:

Regola 1 - Sesso - è - Uomo (quindi tutti gli iscritti di sesso maschile).

OR

Regola 2 - Aperte - totali da quando è iscritto – 0 (ovvero che non ha mai aperto una campagna).

Risultato: tutti gli iscritti uomini o che non hanno mai aperto una campagna.

10.4. Utilizzare delle sotto regole

Puoi impostare anche delle sotto regole all'interno di una regola per rendere ancora più efficace la profilazione. Ti basterà fare click sull'icona verde **+** e inserire una sotto regola a una regola.

*Ricorda che il campo **CORRISPONDE** lavora in contrapposizione con le sotto regole, ovvero:*

AND = Regola1 AND Regola2a OR Regola2b;

OR = Regola1 OR Regola2a AND Regola2b.

Esempio:

vogliamo cercare tutti gli iscritti che non hanno mai aperto una campagna **E** che siano di sesso maschile **O** in alternativa con età compresa fra i 18-24 anni.

Regola1 - Aperte - totali da quando è iscritto – 0 (ovvero che non ha mai aperto una campagna).

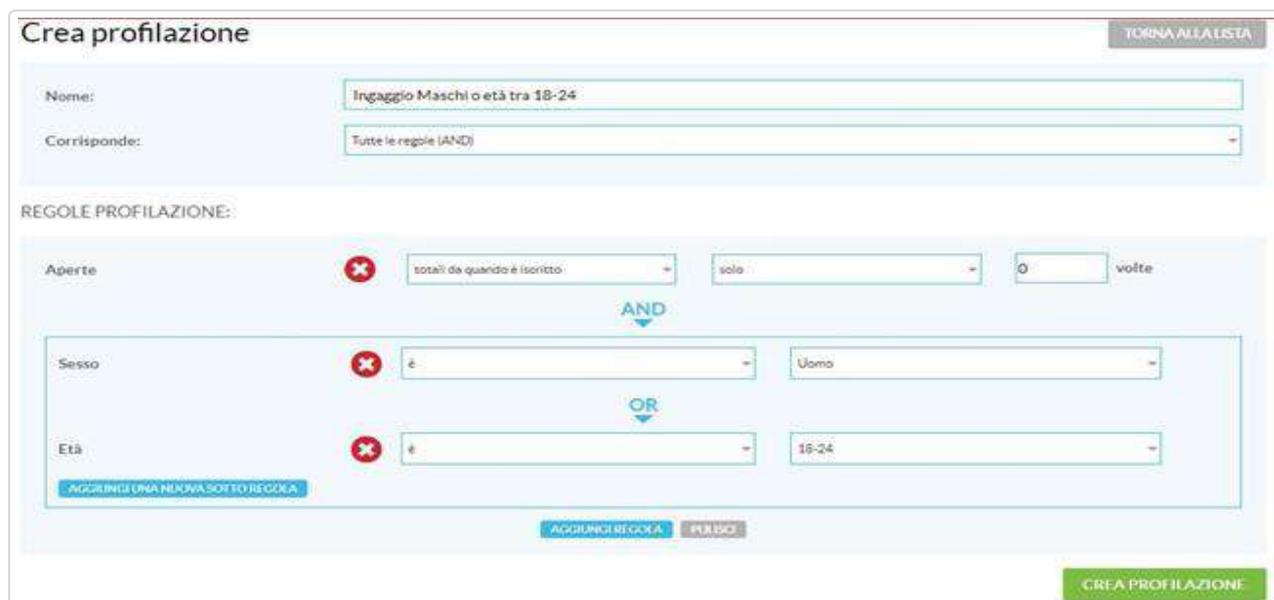
AND

Regola2 - Sesso - è - Uomo (quindi tutti gli iscritti di sesso maschile).

OR

Sotto regola - Età - è - tra 18 e24.

Risultato: Tutti gli iscritti di SESSO MASCHILE o con ETA COMPRESA FRA 18-24 che non hanno mai aperto una campagna (vedi screen sotto).



10.5. Riassumendo

Per creare profilazioni personalizzate:

- ✓ Selezionare la lista da filtrare e vai nella pagina **PROFILAZIONI**.
- ✓ Clicca sul pulsante verde **CREA PROFILAZIONE**.
- ✓ Aggiungi una o più regole e utilizza gli **operatori logici** per collegarle tra loro.
- ✓ Per salvare, clicca su **CREA PROFILAZIONE**.

11. DOUBLE OPT-IN, THANK YOU PAGE E PAGINA CONFERMA ISCRIZIONE

Difficoltà: BASE -Tempo di lettura: 5 minuti

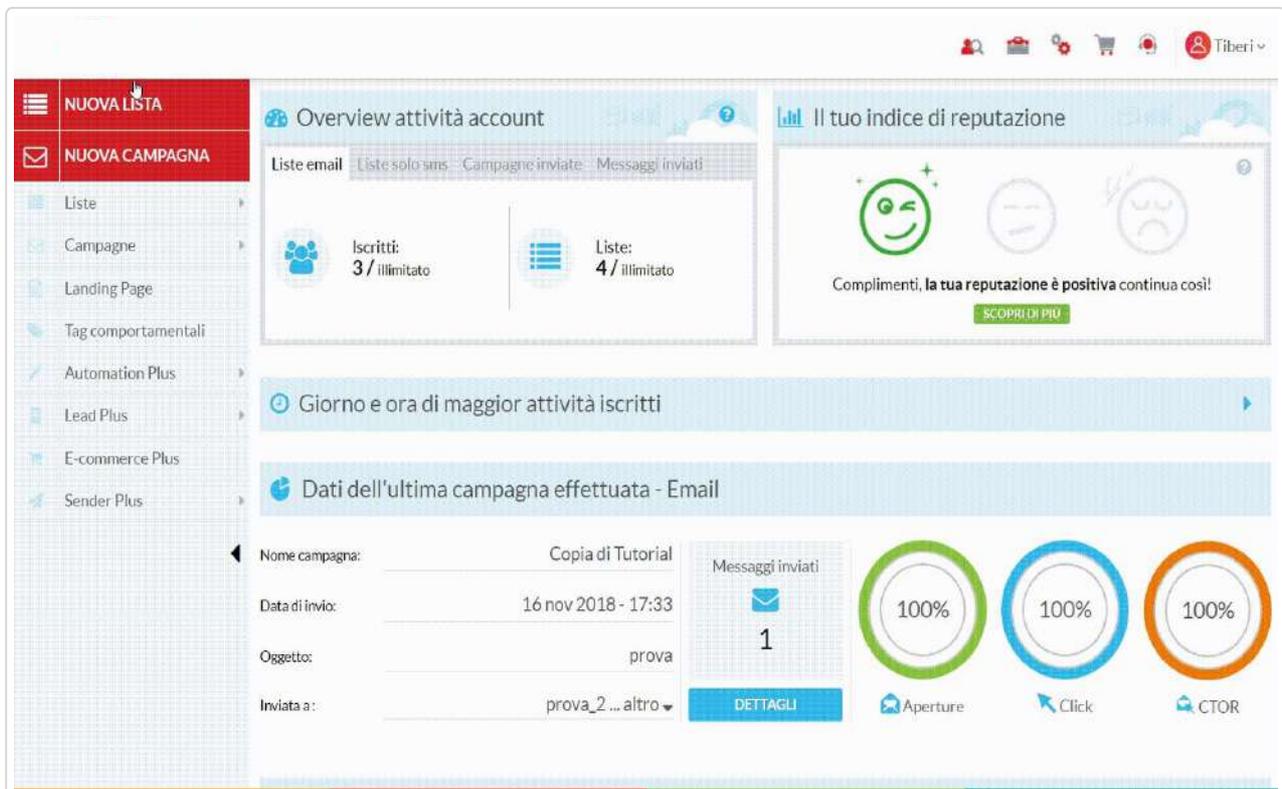
La prima impressione è quella che conta, impostare un'email di double opt-in (oltre ad essere fortemente consigliata dal GDPR) mantiene le tue liste pulite da contatti fake, è un buon modo per trasmettere subito la vostra professionalità e comunicazioni importanti.

11.1. Impostare il double opt-in e una mail di conferma iscrizione

Puoi decidere di impostare il **double opt-in** direttamente in fase di creazione di una nuova lista oppure dalle impostazioni di una lista già creata.

Sempre dalle impostazioni di lista potrai accedere alla modifica dell'email di conferma iscrizione.

Creare una nuova lista



The screenshot displays the OPIDEM dashboard interface. On the left, a navigation menu includes options like 'NUOVA LISTA', 'NUOVA CAMPAGNA', 'Liste', 'Campagne', 'Landing Page', 'Tag comportamentali', 'Automation Plus', 'Lead Plus', 'E-commerce Plus', and 'Sender Plus'. The main content area is divided into several sections:

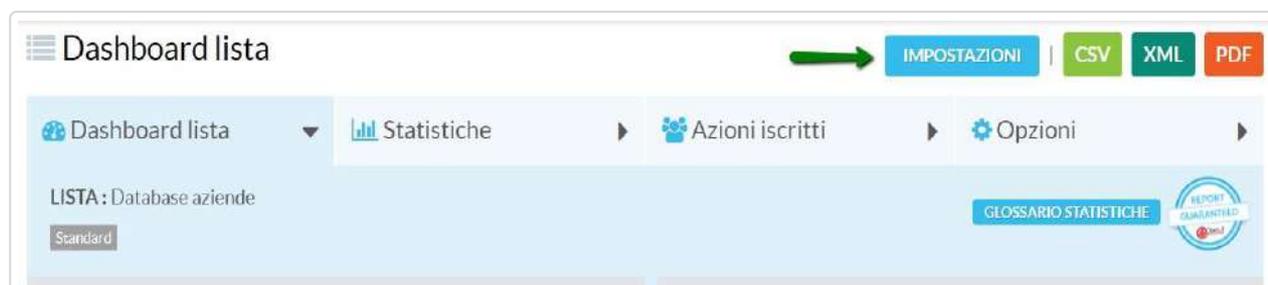
- Overview attività account:** Shows 'Liste email' with 'Iscritti: 3 / illimitato' and 'Liste: 4 / illimitato'.
- Il tuo indice di reputazione:** Features three smiley icons (green, grey, red) and a message: 'Complimenti, la tua reputazione è positiva continua così!' with a 'SCOPRI DI PIU'' button.
- Giorno e ora di maggior attività iscritti:** A section for analyzing subscriber activity patterns.
- Dati dell'ultima campagna effettuata - Email:** Displays campaign details for 'Copia di Tutorial' sent on '16 nov 2018 - 17:33' with the subject 'prova'. It shows 'Messaggi inviati: 1' and three performance metrics: 'Aperture' (100%), 'Click' (100%), and 'CTOR' (100%).

Vai su una nuova lista quindi seleziona come tipologia di lista “Standard” o “SMS + EMAIL” e ti comparirà la spunta per abilitare il **double opt-in**.

Al termine del processo di creazione della lista potrai creare la tua email di conferma iscrizione personalizzata.

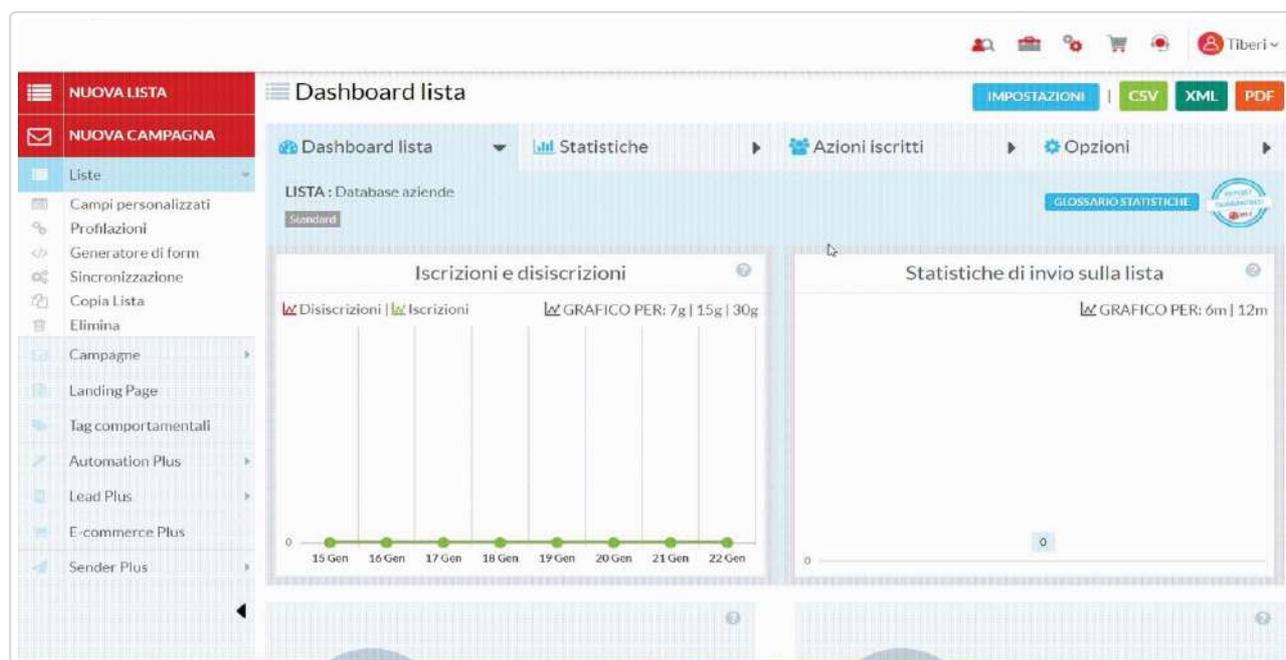
Dalle impostazioni di lista

Se hai già creato una lista puoi decidere di attivare il **double opt-in** in qualsiasi momento dalle impostazioni della lista, creare l'email di conferma iscrizione o modificarla.



Creare un'email di conferma iscrizione

Per creare un'email di conferma iscrizione entra nella dashboard della lista e vai in Impostazioni. Qui troverai la voce "Metodo di iscrizione" dove potrai attivare il **double opt-in** e nel caso sia già attivo, procedere alla creazione dell'email tramite il bottone "**CREA**".



Utilizza ora l'editor **Drag&Drop** per creare la tua email, potrai scegliere tra alcuni modelli già pronti per l'utilizzo, modificare quelli presenti, utilizzare un tuo modello personale oppure crearla da zero.



Ricorda che l'email di **double opt-in** deve contenere due link obbligatori:

- ✓ Il primo è quello di "Conferma iscrizione"
 - ✓ Il secondo è quello di "Rifiuto"
- Puoi inserirli facilmente tramite l'elemento preferiti.

Modificare l'email di conferma iscrizione

Se necessario potrai modificare l'email di **double opt-in** dalle impostazioni della lista. Vai nella dashboard della lista e clicca sul bottone "**IMPOSTAZIONI**", vai alla voce "Metodo di iscrizione" e clicca su "**MODIFICA**".

Metodo di iscrizione - disiscrizione

<p>Metodo di iscrizione: *</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li style="border-bottom: 1px solid #ccc; padding: 5px 0;"> <input checked="" type="radio"/> Double opt-in Email di conferma richiesta MODIFICA Elimina <li style="padding: 5px 0;"> <input type="radio"/> Single opt-in Nessuna conferma richiesta
<p>Metodo di disiscrizione: *</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li style="border-bottom: 1px solid #ccc; padding: 5px 0;"> <input type="radio"/> Con Email di conferma (Double opt-out) Conferma di disiscrizione richiesta <li style="padding: 5px 0;"> <input checked="" type="radio"/> Non invia una email di conferma disiscrizione al contatto Nessuna conferma richiesta <li style="padding: 5px 0;"> <input type="radio"/> Conferma con scelte motivazionali (Double opt-out) Conferma di disiscrizione richiesta

11.2. Impostare una pagina di richiesta conferma iscrizione

Quando un utente compila un form collegato al tuo sito web, puoi dirigerlo ad una tua pagina personalizzata per dare evidenza che per completare la registrazione deve procedere a confermare l'iscrizione tramite l'email che gli è stata inviata all'indirizzo email da lui inserito.

Per impostare una pagina personalizzata accedi alla dashboard della lista, entra nelle "**IMPOSTAZIONI**" e vai alla voce "**Comportamenti e azioni**".

La sezione che ci interessa in questo caso è "**Azioni post iscrizione**" dove troverai la spunta "**Reindirizzami alla mia pagina di richiesta conferma iscrizione**". Attivando la spunta ti comparirà un campo di testo dove potrai inserire la url della tua pagina.

Comportamenti e azioni

Comportamenti di iscrizione:

Quando qualcuno si iscrive a questa lista:

- ? **Iscrivi contemporaneamente in un'altra lista**
- ? **Disiscrivi da una seconda lista**

Azioni post iscrizione:

Dopo che qualcuno si iscrive a questa lista:

- ? **Redirigi alla mia pagina di richiesta conferma iscrizione**

Inserisci la URL della pagina compresa l'intestazione http:// o https://

- ? **Redirigi alla mia pagina di conferma avvenuta iscrizione**
- ? **Redirigi alla mia pagina di errore iscrizione**

Per utilizzare questa funzione devi disporre di un'apposita pagina sul tuo sito web.

11.3. Impostare una "thank you page"

I contatti che confermeranno l'iscrizione tramite email verranno rediretti verso una pagina di conferma avvenuta iscrizione generica, tuttavia come per la pagina di richiesta conferma iscrizione puoi decidere di impostare una pagina personalizzata creata/presente sul tuo sito.

Per impostare la tua **thank you page** entra nelle impostazioni di lista (botone **"IMPOSTAZIONI"** in alto a destra della dashboard della lista) e vai alla sezione **"Comportamenti e azioni"**. Qui troverai la voce **"Azioni post iscrizione"** tra i cui elementi potrai attivare l'opzione **"Redirigi alla mia pagina di conferma avvenuta iscrizione"**, attivando la spunta per questa opzione comparirà un campo di testo dove potrai inserire la url della tua pagina.



Nota

Esattamente come per l'email di conferma iscrizione, anche la pagina di conferma avvenuta iscrizione è un passaggio obbligatorio che chi si registra sarà obbligato ad aprire. Sfruttale al meglio non solo per trasmettere tutta la tua professionalità e affidabilità, ma anche per mostrare subito qualcosa di interessante.

11.4. Riassumendo:

Double opt-in, thank you page e conferma iscrizione:

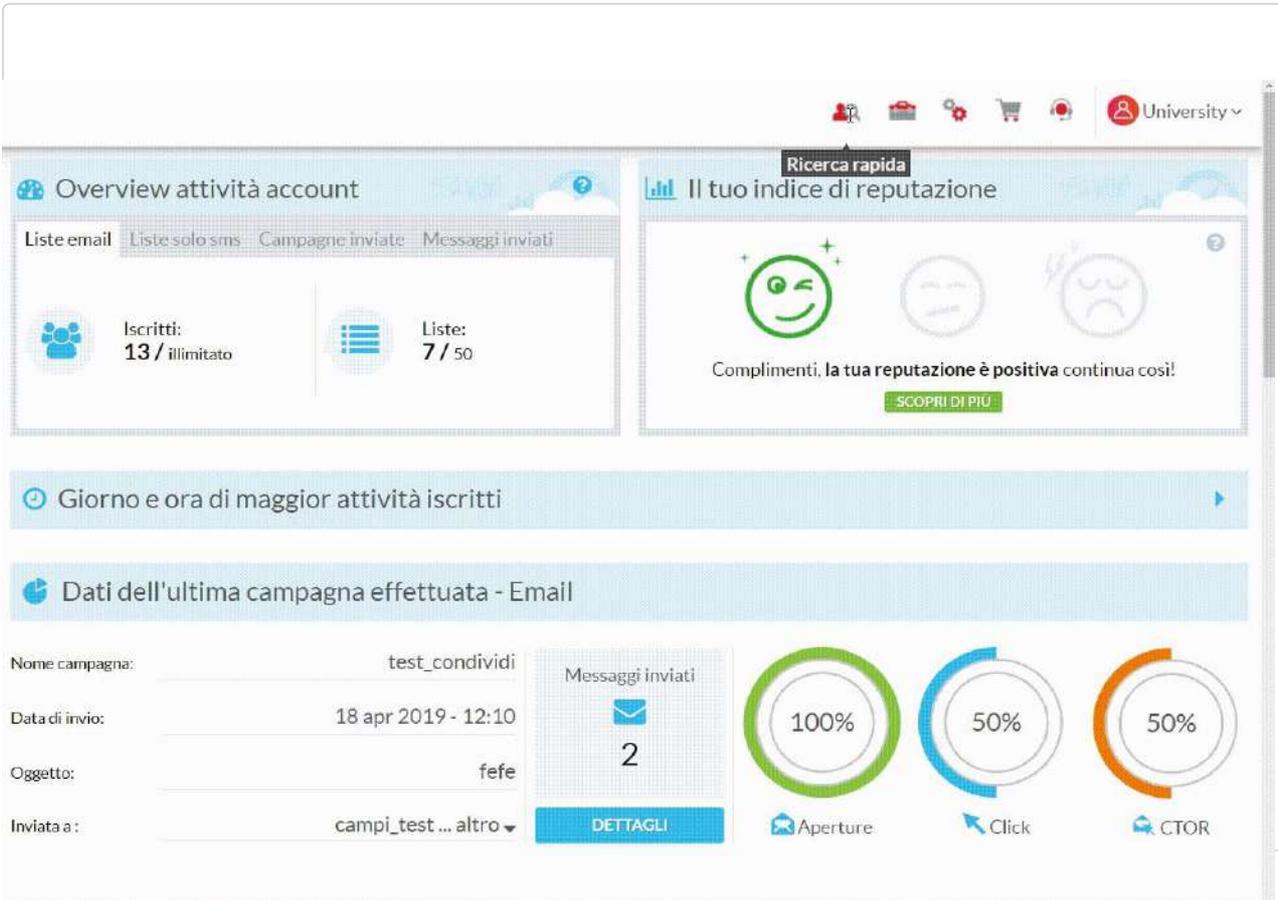
- ✓ Il **double opt-in** può essere impostato sia in fase di creazione di lista che successivamente dalle impostazioni.
- ✓ **L'email di double opt-in** può essere creata e personalizzata in qualsiasi momento dalle impostazioni di lista.
- ✓ **L'email di double opt-in** deve contenere necessariamente il link di conferma iscrizione e di rifiuto (diverso dal link di cancellazione).
- ✓ Puoi impostare una pagina personalizzata di **"richiesta conferma iscrizione"** dalle impostazioni di lista.
- ✓ Puoi impostare una pagina personalizzata di **"conferma avvenuta iscrizione"** dalle impostazioni di lista.
- ✓ Sia **l'email di conferma iscrizione** sia **la pagina di conferma** avvenuta iscrizione sono tappe obbligatorie per il processo d'iscrizione, sfrutta quindi la loro alta visibilità e aperture.

12. LEGGERE LE ATTIVITÀ DI UN SINGOLO ISCRITTO

Difficoltà: INTERMEDIA - Tempo di lettura: 6 minuti

Puoi controllare anche le attività dei tuoi singoli iscritti, oltre ad avere i dati statistici delle sue preferenze se utilizzi i Tag Comportamentali nelle tue campagne email.

12.1. Accedere alle attività dell'iscritto



The screenshot displays the OPIDEM dashboard interface. At the top right, there is a user profile icon labeled 'University'. The main content area is divided into several sections:

- Overview attività account:** This section includes tabs for 'Liste email', 'Liste solo sms', 'Campagne inviate', and 'Messaggi inviati'. It shows 'Iscritti: 13 / illimitato' and 'Liste: 7 / 50'.
- Ricerca rapida:** A search bar with the text 'Il tuo indice di reputazione' and a 'Ricerca rapida' button. Below it, there are three smiley face icons representing reputation levels, with a message: 'Complimenti, la tua reputazione è positiva continua così!' and a 'SCOPRI DI PIU'' button.
- Giorno e ora di maggior attività iscritti:** A section for viewing subscriber activity patterns.
- Dati dell'ultima campagna effettuata - Email:** This section provides details for a campaign named 'test_condividi' sent on '18 apr 2019 - 12:10' with the subject 'fefe'. It shows '2' messages sent. To the right, there are three circular progress indicators for 'Aperture' (100%), 'Click' (50%), and 'CTOR' (50%).

Le attività di un singolo iscritto possono essere visionate dalla relativa scheda iscritto.

Per accedere alla scheda iscritto puoi:

- ✓ Cercarlo tramite la barra di ricerca rapida
- ✓ Cliccando sull'indirizzo email nella sezione Visualizza iscritti.

12.2. Le attività dell'iscritto



All'interno della scheda iscritto utilizza la barra orizzontale per spostarti nella tab **"Attività"** per visualizzare il totale delle attività effettuate dal contatto e la loro timeline.

Potrai visualizzare i dati relativi alle campagne inviategli o ai messaggi automatici (Automation plus). In particolare:

Aperture – Click – Bounce – Inoltri - Visualizzazioni sul browser

Disicrizione

	Aperture	Click	Bounces	Inoltri	Vis. sul browser	Disiscrizioni
Campagne	6	8	0	0	0	0
Messaggi automatici	0	0	0	0	0	0

Oltre alle attività compiute dal contatto hai a disposizione una timeline che ti riporterà quando sono state effettuate.

Puoi modificare l'ordine di visualizzazione della timeline (dalle attività più recenti a quelle più datate e viceversa), decidere se espandere tutte le attività e visualizzare in caso i click e le url che il contatto ha cliccato.



The screenshot shows the 'Informazioni iscritto' page with the 'Attività' tab selected. It displays the same activity table as above. Below the table, there are controls for the timeline: 'ESPANDI TUTTO', 'CHIUDI TUTTO', 'I PIÙ RECENTI PRIMA', and 'I PIÙ VECCHI PRIMA'. A timeline for the year 2019 is shown, with two activity records expanded: 'Registro attività del : 19/03/2019' and 'Registro attività del : 24/04/2019'.

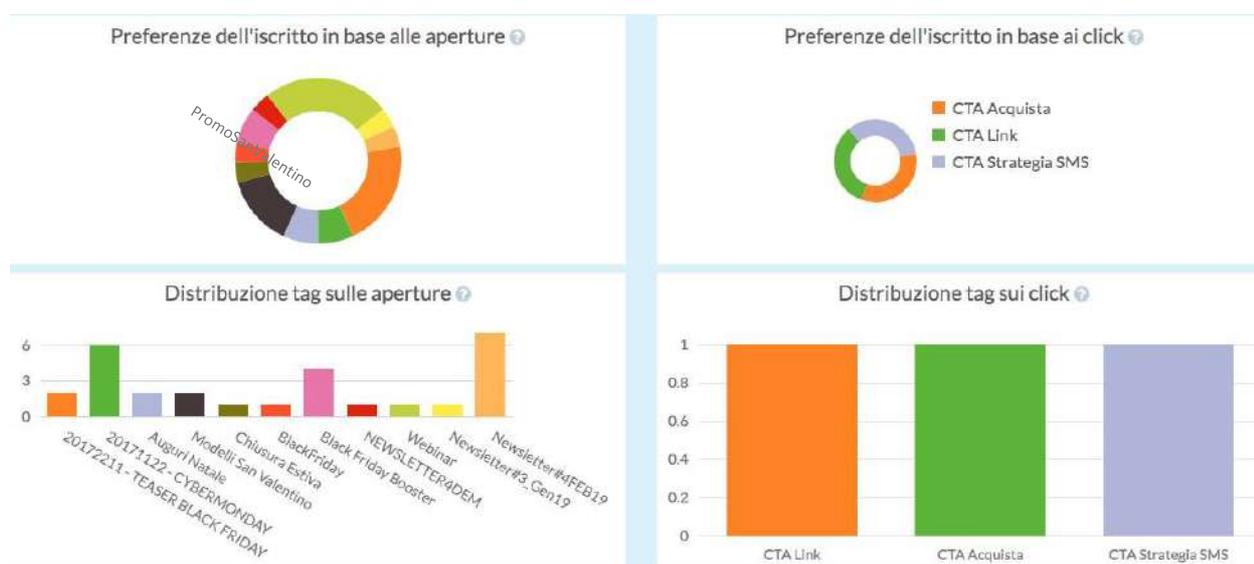
12.3. Preferenze iscritto (Tag Comportamentali)

Se hai creato e assegnato dei tag comportamentali alle tue campagne email e ai link al loro interno quando un iscritto aprirà l'email e compirà delle azioni su queste i dati dei tag verranno raccolti nella sezione "Interessi" della scheda iscritto.

Questa funzione ti consente di poter ottenere maggiori informazioni sulle abitudini e le preferenze dell'iscritto e potrai così vedere:

Quali campagne contrassegnate da tag l'iscritto apre maggiormente.

Quali link e argomenti sono più interessanti per il tuo iscritto.



12.4. Riassumendo

Per leggere le attività di un singolo iscritto:

- ✓ Accedi alla scheda iscritto tramite la barra di ricerca oppure cliccando sull'indirizzo email in **VISUALIZZA ISCRITTI**.
- ✓ Nella tab **ATTIVITA'** potrai verificare il totale delle attività effettuate dall'iscritto.
- ✓ La **TIMELINE** mostra le attività dell'iscritto nel tempo.
- ✓ La tab **INTERESSI** mostra le preferenze dell'iscritto in base ai tag comportamentali.

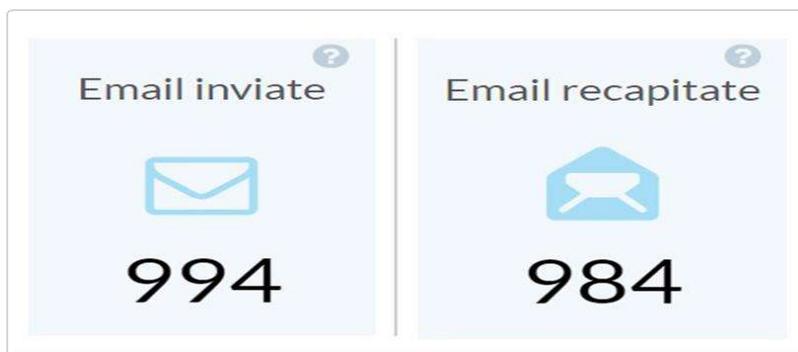
13. LEGGERE LE STATISTICHE DI UNA CAMPAGNA EMAIL

Difficoltà: BASE -Tempo di lettura:3 minuti

Saper leggere correttamente le statistiche delle tue campagne email è molto importante per poter capire non solo l'efficacia della singola campagna email ma della tua strategia in generale.

13.1. Email inviate /recapitate

Questo dato ti fornisce un primo importante feedback, ovvero quante email sono state inviate (al netto di eventuali soppressioni in invio) e quante di queste sono state recapitate. Con recapitate si intende che l'email è stata consegnata e presa in gestione dal provider di posta del destinatario. Le email recapitate ovviamente non potranno mai superare il valore delle email inviate, tuttavia può essere possibile che sia inferiore. Quando le email recapitate sono inferiori a quelle inviate significa che si sono verificati dei **bounces** ovvero che il provider di posta ha "**rimbalzato**" quindi non accettato delle email.



13.2. Bounces

I **bounces** sono email che vengono "**rimbalzate**" ovvero che a seguito del tentativo di consegna non vengono accettate dal provider ricevente. I bounces possono dividersi in "**soft**" o "**hard**" vediamo la differenza:

- **Soft** - un soft bounce è un errore di consegna lieve e potenzialmente temporaneo dato per esempio da una casella di posta piena.
- **Hard** - un hard bounce è un errore di consegna grave e permanente dato per esempio da un indirizzo email inesistente o non più attivo.

I soft bounces per quanto meno gravi degli hard sono dati da tenere sotto controllo in quanto potenzialmente identificano indirizzi di posta poco utilizzati da parte dei tuoi iscritti

Gli indirizzi che rilevano un hard bounce vengono soppressi globalmente immediatamente per salvaguardare la tua **reputation**, mentre i soft bounce rimangono attivi in lista per ulteriori 15 invii, tuttavia se il medesimo indirizzo email registra per 15 volte un soft questo verrà soppresso globalmente.

Una lista con pochi bounces è indice di una buona lista, aggiornata e acquisita correttamente.



13.3. Segnalazioni di spam e disiscrizioni

Questi due dati statistici sono molto importanti perché indicano sia che la tua lista è stata acquisita correttamente sia che i contenuti che invii sono di reale interesse per i tuoi iscritti.

Le "**segnalazioni di spam**" vengono effettuate dall'iscritto direttamente sul suo client di posta ed è una dichiarazione molto forte a non voler ricevere più quelle comunicazioni sia perché non le trova di suo interesse sia perché le trova invasive e persistenti. Generalmente le segnalazioni di spam scaturiscono da utenti che si ritrovano a ricevere email senza essersi iscritti a nessun servizio.

Se hai ottenuto delle segnalazioni di spam rivedi attentamente i tuoi metodi di acquisizione contatti e che i contenuti che invii siano di interesse per i tuoi iscritti oltre che chiari ed affidabili

Le "**disiscrizioni**" vengono fatte dai tuoi iscritti direttamente tramite il link di disiscrizione obbligatorio. La gravità è sicuramente minore rispetto alla segnalazione di spam, tuttavia può identificare un problema sul contenuto che invii se questo dato è molto alto. La disiscrizione è un chiaro segnale che il contatto non vuole più ricevere email perché non più interessato oppure perché non reputa interessante ciò che invii.

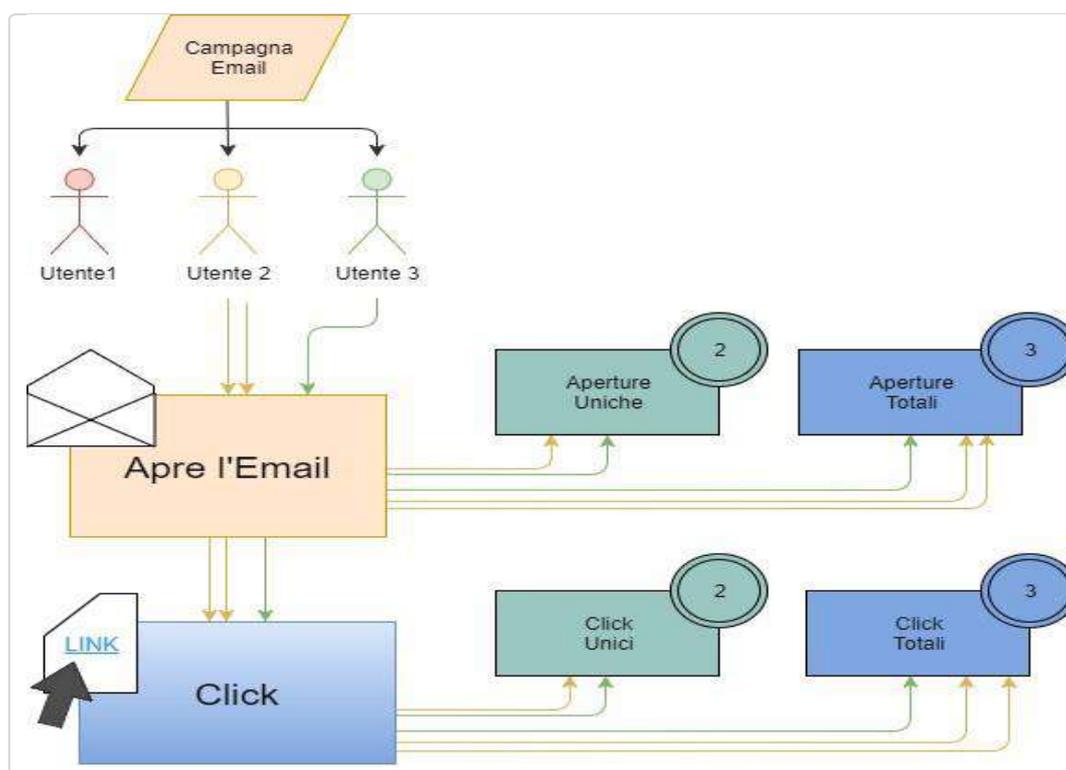


13.4. Aperture e click

Questi due dati identificano l'efficacia della tua campagna.

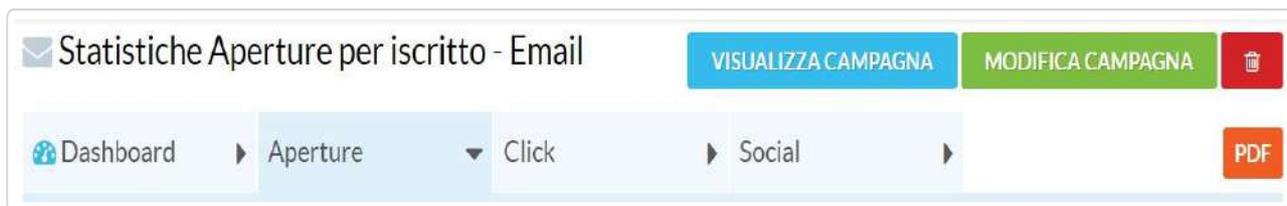
Possono dividersi in **totali** o **uniche**, ovvero:

- **Aperture / click uniche** - Indica quanti utenti hanno aperto o effettuato un click sulla tua campagna.
- **Aperture / click totali** - Indica il totale delle aperture e dei click fatti dai tuoi iscritti non unici (un iscritto può aprire più volte l'email o effettuare più click).



13.5. Entrare più nel dettaglio

Se desideri approfondire meglio le performance delle aperture e dei click puoi utilizzare il menù orizzontale della dashboard della campagna per accedere alle relative sezioni e avere i dati per:



Aperture:

- ✓ - Per iscritti
- ✓ - Per dispositivo
- ✓ - Per dominio
- ✓ - Report geografico

Click:

- ✓ - Per iscritto
- ✓ - Per link
- ✓ - Per tag
- ✓ - Sul browser
- ✓ - Report geografico

Social:

Se hai inserito nella tua campagna i bottoni di share suoi social nella sezione **"Social"** potrai verificare i click, le condivisioni e il tasso di "viralizzazione" (percentuale dei click effettuati sui link di condivisione).

13.6. Riassumendo

Per leggere le statistiche di una campagna email:

- ✓ Le **email inviate** vengono calcolate al netto delle soppressioni.
- ✓ Le **email consegnate** sono le email che i provider di posta hanno accettato (la presa in carico di un'email da parte di un provider non implica che venga consegnata subito).
- ✓ I **soft bounces** sono email non accettate dai provider di posta per errori temporanei, come per esempio caselle di posta piene.
- ✓ Gli **hard bounces** sono email non accettate dai provider di posta a causa di errori permanenti, come per esempio indirizzi email inesistenti o non più attivi.
- ✓ Le **aperture e i click unici** rappresentano i contatti che hanno aperto o cliccato la tua campagna.
- ✓ Le **aperture e i click totali** rappresentano la somma di tutte le aperture o i click che la tua campagna ha ottenuto.

14. LEGGERE LE STATISTICHE DI UNA LISTA

Difficoltà: BASE - Tempo di lettura: 5 minuti

Conoscerai in modo puntuale le attività dei tuoi iscritti. In particolare click, aperture, letture, inoltri, iscrizioni e cancellazioni. Ma avrai anche dati specifici sullo stato del tuo database.

14.1. Accedere alla dashboard di una lista

Le statistiche relative alla tua lista sono consultabili in modo rapido già dall'elenco delle liste raggiungibile dal menù verticale con un click su **Liste**.

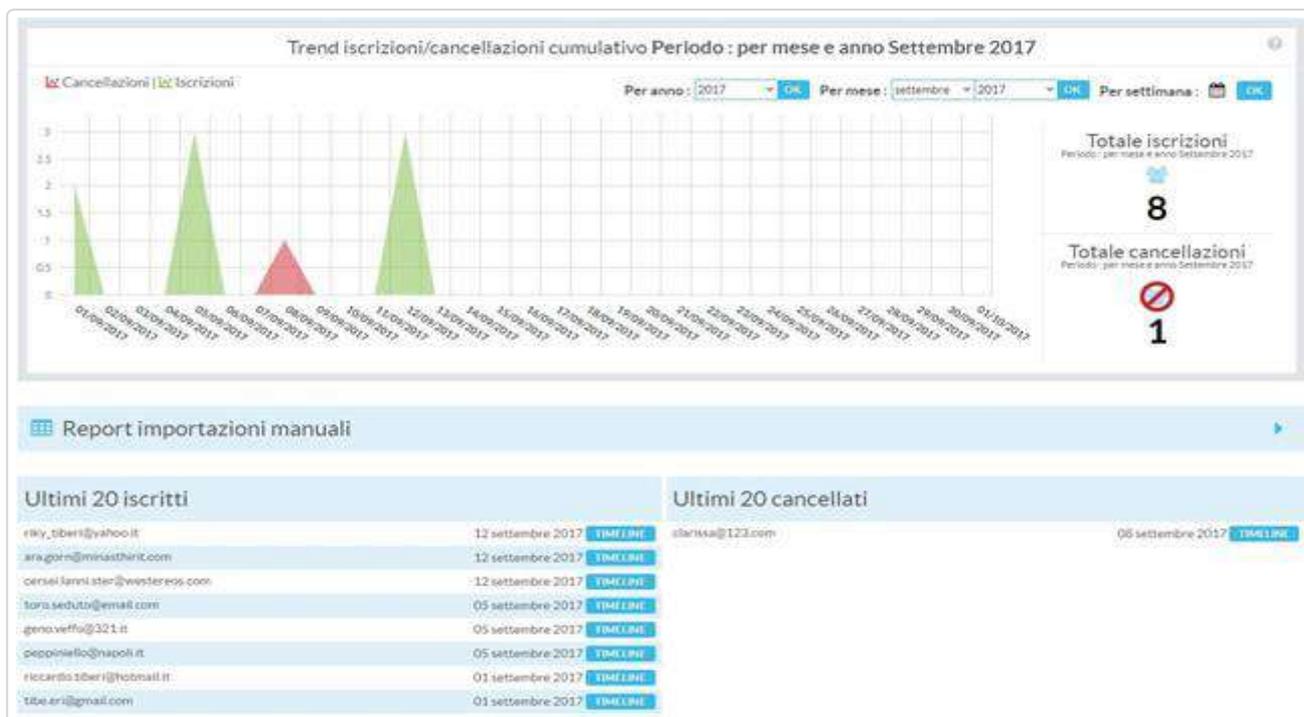
Mostra <input type="text" value="10"/> elementi		Cerca: <input type="text"/>			
ID	Nome	Iscritti	Aperture	Click	Importa
<input type="checkbox"/>	Lista_Tutorial <small>Data di creazione: 3 novembre 2017 - 16:58</small> <small>Email</small> <small>Visualizza dettagli</small>	3	 0,0% <small>Media account: 25%</small>	 0% <small>Media account: 0%</small>	+    
<input type="checkbox"/>	Lista_piani_sms <small>Data di creazione: 15 settembre 2017 - 10:49</small> <small>Sms + Email</small> <small>Visualizza dettagli</small>	1	 0,0% <small>Media account: 25%</small>	 0% <small>Media account: 0%</small>	+    
<input type="checkbox"/>	mia prima lista <small>Data di creazione: 1 settembre 2017 - 10:59</small> <small>Email</small> <small>Visualizza dettagli</small>	12	 41,7% <small>Media account: 25%</small> 	 25% <small>Media account: 0%</small> 	+    

Elementi 1 - 3 di 3 | Clicca su una checkbox per selezionare una riga

È qui possibile visualizzare velocemente alcune informazioni importanti, come il tasso di apertura e click medio della lista oltre la media complessiva del tuo account. Cliccando sul nome di una lista si accede alla sua Dashboard.

14.2. Trend su iscrizioni e cancellazioni

Non appena entrerai all'interno della dashboard vedrai subito un grafico riassuntivo delle iscrizioni e cancellazioni relative a quella, per approfondire meglio l'argomento puoi accedere tramite il menù orizzontale alla voce statistiche, quindi fare click su **Trend iscrizioni e disiscrizioni**.



Qui troviamo l'andamento delle iscrizioni e delle cancellazioni ad una lista. È possibile visualizzarle per anno, mese o settimana. La pagina ti offre anche un report sulle importazioni manuali e gli ultimi 20 iscritti e cancellati dalla tua lista.

14.3. Statistiche di apertura e click

Nella dashboard della lista troverai anche quella che è la percentuale di aperture e click della lista calcolata sulla media generale di tutti gli invii effettuati nel tempo sulla lista in esame.



Sotto ciascun dato troverai anche il giorno con il maggior numero di aperture e click. Puoi utilizzare queste informazioni per programmare i tuoi invii quando i tuoi iscritti sono più reattivi

Per approfondire maggiormente l'argomento aperture e click puoi accedere alla voce statistiche del menù orizzontale della dashboard e andare in **"Performance per giorno e ora"** per verificare i giorni e gli orari dove la tua lista ha effettuato maggiormente operazioni di apertura e click.



14.4. Bounce, iscritti e distribuzione domini

Dalla dashboard della lista potrai verificare le seguenti statistiche che successivamente si possono approfondire nella voce del menù orizzontale **"Statistiche"**.

Bounce

Al fondo della dashboard un grafico a ciambella mostra come è composto il tuo database in termini di bounce (hard e soft) e iscritti non bounce.

Un database sano

Il grafico **"statistiche di bounce"** è indicativo della salute del tuo database.

Se hai un alto numero di hard o soft bounce ti consigliamo di rivedere i tuoi metodi acquisizione contatti e nel caso la lista sia collegata a un form pubblico, impostare la conferma di richiesta iscrizione (Double opt-in).

Se desideri entrare più nel dettaglio sui bounce rilevanti potrai farlo accedendo alla sezione **"Bounce"** che troverai nella tab **"Statistiche"** del menù orizzontale della dashboard.



Iscritti presenti

A fianco del grafico "Statistiche di bounce" troverai il riassunto di quelli che sono i tuoi **Iscritti presenti** (attivi), soppressi in invio o amministrativamente, il numero dei disiscritti e quante segnalazioni di spam sono state registrate su quella lista.

Distribuzione domini

Avere chiaro i domini dei nostri contatti e quali di loro mostrano una concentrazione maggiore di aperture o click e quali no è molto importante, ad esempio potremo ottimizzare le nostre campagne affinché alcuni domini non le etichettino come SPAM. I clienti di posta adottano diversi criteri per stabilire se una email è SPAM oppure no, quindi tenere sotto controllo questo report ci può aiutare a trovare eventuali problemi di deliverability.

14.5. Reputazione



La tua reputazione è molto importante, nel mondo internet essa ci segue sempre ed influisce silenziosamente sulle nostre attività. Tieni sotto controllo questi dati per capire le aperture medie, quante segnalazioni di SPAM hai ricevuto, i soft e gli hard bounce e le percentuali di iscritti e cancellati presenti nella lista.

Ricorda che la piattaforma inserisce i contatti che hanno segnalato come SPAM una email, o che si sono cancellati dalla lista tramite il link di cancellazione, in una lista di soppressione globale. Ciò significa che manterrai i loro dati ma non sarà possibile inviargli email o toglierli dalla lista. Per i casi di SOFT BOUNCE la piattaforma prova a consegnare la email per 5 volte, se non riesce nella consegna si trasforma in un HARD BOUNCE e inserisce il contatto nella lista di soppressione globale. Possiamo tuttavia decidere di reintegrare gli indirizzi soppressi per soft bounce, operazione che sconsigliamo fortemente per almeno due buoni motivi:

- soft bounce per 15 invii molto raramente tornerà a essere attivo, non sprecare i tuoi crediti per email che non saranno neanche mai recapitate

- mandare reiteratamente email a molti contatti soft bounce influisce fortemente sulla nostra reputazione online, andando a condizionare anche la consegna di email ai nostri contatti attivi, aumentando esponenzialmente le possibilità di essere catalogati come SPAM

14.6. Statistiche geografiche



Scopri da dove agiscono i tuoi iscritti, ma ricorda che questo dato in alcuni casi potrebbe essere influenzato dalla dislocazione geografica dei server utilizzati dal provider di posta (per esempio un'email aperta tramite gmail potrebbe risultare aperta negli Stati Uniti anche se il contatto attualmente si trova in Italia).

14.7. Riassumendo

Per leggere le statistiche di una lista:

- ✓ Per accedere alla dashboard di una lista clicca sul suo nome nella sezione **LISTE**.
- ✓ Le aperture e i click sono relativi alla media di tutte le campagne inviate su quella lista.
- ✓ Le statistiche sui bounce sono molto importanti per capire lo stato di salute della lista.
- ✓ La lista mostra di default solo i contatti attivi.
- ✓ Puoi approfondire i dati mostrati nella dashboard tramite le apposite sezioni contenute nella voce del menù orizzontale **STATISTICHE**.