

ACHAB AIUTA I RIVENDITORI CON L'E-MAIL MARKETING



di Silvia Viganò

Il distributore milanese mette a disposizione dei partner un'applicazione di gestione delle campagne e-mail per incrementare le opportunità di business del proprio canale

Achab, e-mail marketing, Francesco Doveri

29/5/2013

A tre mesi di distanza dal lancio dell'applicazione di telemarketing, Achab favorisce i propri rivenditori con una soluzione pronta all'uso per realizzare campagne e-mail che promuovano i prodotti presso i propri contatti.

L'applicazione è disponibile per i rivenditori gratuitamente nell'area riservata del sito Achab. Creare una campagna è semplicissimo: si impostano i parametri di configurazione affinché le e-mail escano dal mail server del rivenditore, si personalizza il messaggio con il proprio logo e i propri dati di contatto, si inseriscono i destinatari della comunicazione e si sceglie tra un menu di contenuti già pronti, dedicati a ciascun prodotto distribuito da Achab. A ogni campagna e-mail è abbinata una pagina di atterraggio in cui è presente un video che illustra con "il linguaggio del cliente finale" i benefici della soluzione presentata. Spedite le e-mail, l'applicazione consente di monitorare i risultati ottenuti, ovvero le aperture dei messaggi e i click sui link in modo da effettuare un'attività di follow-up tempestiva ed efficace.

«L'e-mail è certamente lo strumento più economico per provare a vendere i propri prodotti e servizi. Tra i nostri rivenditori, far precedere una campagna telefonica da un mailing è una prassi consolidata – ha dichiarato Francesco Doveri, direttore marketing di Achab -. Parlando con i nostri clienti abbiamo però intercettato due problemi: il primo riguarda come creare un messaggio che catturi l'attenzione del destinatario; il secondo è la frustrazione generata dal non saper discriminare gli interessati alla propria comunicazione. La nostra nuova applicazione di e-mail marketing prova a rispondere a entrambe le esigenze: i contenuti sono già pronti e vanno solo personalizzati. Il sistema mette a disposizione le statistiche giuste per capire quali destinatari hanno dato segni di interesse. E poi è un gioco da ragazzi, selezionarli e farli diventare l'oggetto di una campagna telefonica all'interno dell'applicazione di telemarketing, anch'essa disponibile nella nostra Area Rivenditori».