Ludovica De Giovanni

PROGETTO EMAIL MARKETING

GreenDrop

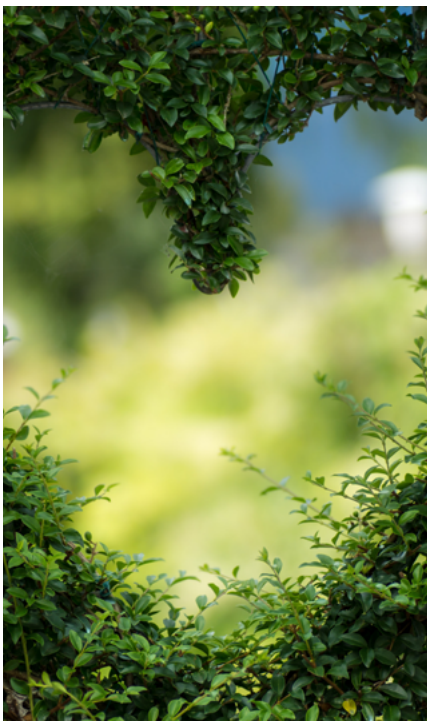
RIVOLUZIONA LA TUA IDRATAZIONE

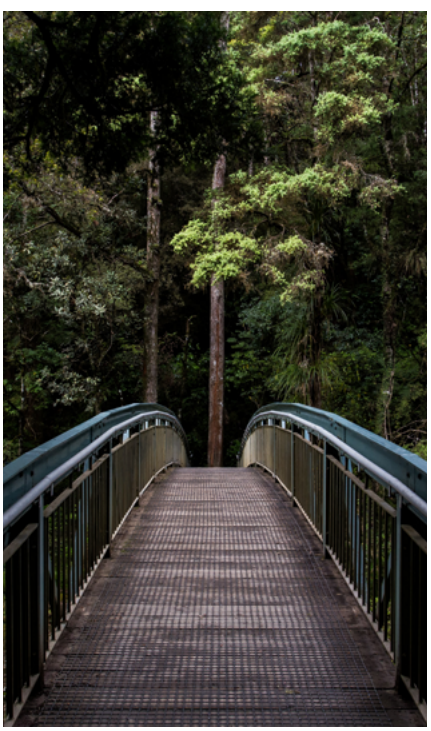
EMAIL MARKETING

1. IL CLIENTE

MOODBOARD / COMPANY / MISSION & VISION / CORE VALUES

Il cliente: moodboard





Il cliente: l'azienda e le sue caratteristiche

COMPANY

GreenDrop è un e-commerce di bottiglie riutilizzabili. Gli obiettivi dell'azienda sono: limitare gli sprechi, l'inquinamento ambientale e migliorare lo stile di vita delle persone. L'azienda promuove l'importanza dell'idratazione per il benessere di ogni individuo e il rispetto nei confronti del pianeta che ci circonda.

MISSION

Creare e fornire prodotti di qualità, resistenti, sicuri, funzionali ed esteticamente piacevoli. In modo da diminuire l'uso delle bottigliette di plastica usa e getta.

VISION

L'azienda si impegna in tutte le cause davvero importanti per il benessere dell'ambiente e della vita di tutti. Creando un futuro migliore per le prossime generazioni.

2. ANALISI EMAIL

CONTESTO / ANALISI EMAIL / SCELTE GRAFICHE

Contesto

Scelta del tipo di email: dedicated email

Questa email è pensata per essere una **dedicated email**, perchè ho scelto di concentrami su un singolo evento: il compleanno del cliente.

Ho fatto questa scelta perchè credo che il compleanno del cliente sia un dato importante che un brand può sfruttare al meglio (essendo un evento molto speciale), con cui è possibile ottenere ottimi risultati. Dalla mia esperienza, ho notato che tendenzialmente i brand sfruttano questo poco questo evento, con l'invio di semplici e scontate email. Dunque, voglio mettermi in gioco e sfruttare questo evento al meglio e con creatività.

Obiettivi

- **Fidelizzare** il cliente (facendolo sentire speciale),
- Migliorare la **Brand Awareness** (aumentando la credibilità del brand con contenuti coerenti, rilevanti e personalizzabili),
- Generare nuovi **lead** (condividendo l'email sui social network).

Target (segmentazione mailing list)

Questa email verrebbe inviata a tutti gli iscritti in occasione del loro compleanno (avendo avuto la data dell'evento nella fase di iscrizione alla mailing list).

Caratteristiche del Target

- Sesso: Donne e Uomini
- Età: 20-35 anni
- Localizzazione: Residenti in Italia
- Interessi: pubblico sensibile alla tematica della sosteniblità ambientale e all'inquinamento causato dalla plastica, consapevoli e interessate al miglioramento del proprio benessere e del proprio stile di vita.

Analisi Dedicated Email

L'oggetto

Heilà *|FNAME|*, qui i regali migliori per te! 🎁

L'oggetto ha come obiettivo di catturare l'attenzione del cliente, suscitando curiosità. L'utente comprende subito che si tratta di una email per il suo compleanno e potrebbe essere incuriosito da "regali migliori". Ho scelto il plurale per invogliarlo ancora di più e ho aggiunto "per te!" per farlo sentire speciale. Il numero dei caratteri è 30.

Il preheader (messaggio d'anteprima)

Scopri cosa GreenDrop ha pensato per il tuo compleanno!

Per il messaggio di anteprima ho pensato di generare interesse nell'utente, con qualcosa di breve e coinciso. Il numero dei caratteri è 50.

Il copy

Per il copy ho scelto un tone of voice che seguisse la brand image di GreenDrop, quindi, una comunicazione chiara, semplice, amichevole, a tratti ironica, giovanile e con emoji (perfetta per il target di riferimento dell'azienda).

Ho usato il tag *|FNAME|* per instaurare un **dialogo diretto e attivo col cliente**, facendo in modo di coinvolgerlo fin da subito. Ho conclusso l'email con "GreenDrop Team" perchè vorrei che il cliente si sentisse parte attiva e integrante di una **community** (anche precedemente ho evidenziato che fosse un GreenDrop Lover).

Ho diviso il testo in **paragrafi** lasciando spazi bianchi, per dare una struttura e far "respirare" l'occhio dell'utente. Per la formattazione del testo ho aggiunto dei grassetti (per far risaltare il testo) e dei colori (che riprendono i colori del brand).

Analisi Dedicated Email

Le cta

Ho inserito **3 CTA**: 1 per il buono sconto tu tutto il sito (con il pulsante che rimanda alla sezione shop del sito web), 1 per ricevere l'omaggio (con il pulsante che rimanda a una landing page specifica) e l'ultima per la condivisione dei contenuti sui social (meno importante in ordine gerarchico rispetto alle prime due).

Ho deciso di inserire **2 Principi di Persuasione di Cialdini**: il principio di **scarsità** (inserendo una scadenza per il buono sconto) e il principio di **coerenza** (evidenziando la partecipazione in passato del cliente alla community del brand per la salvaguardia dell'ambiente).

I pulsati delle CTA riprendono i colori del brand e li ho creati per farli risaltare.

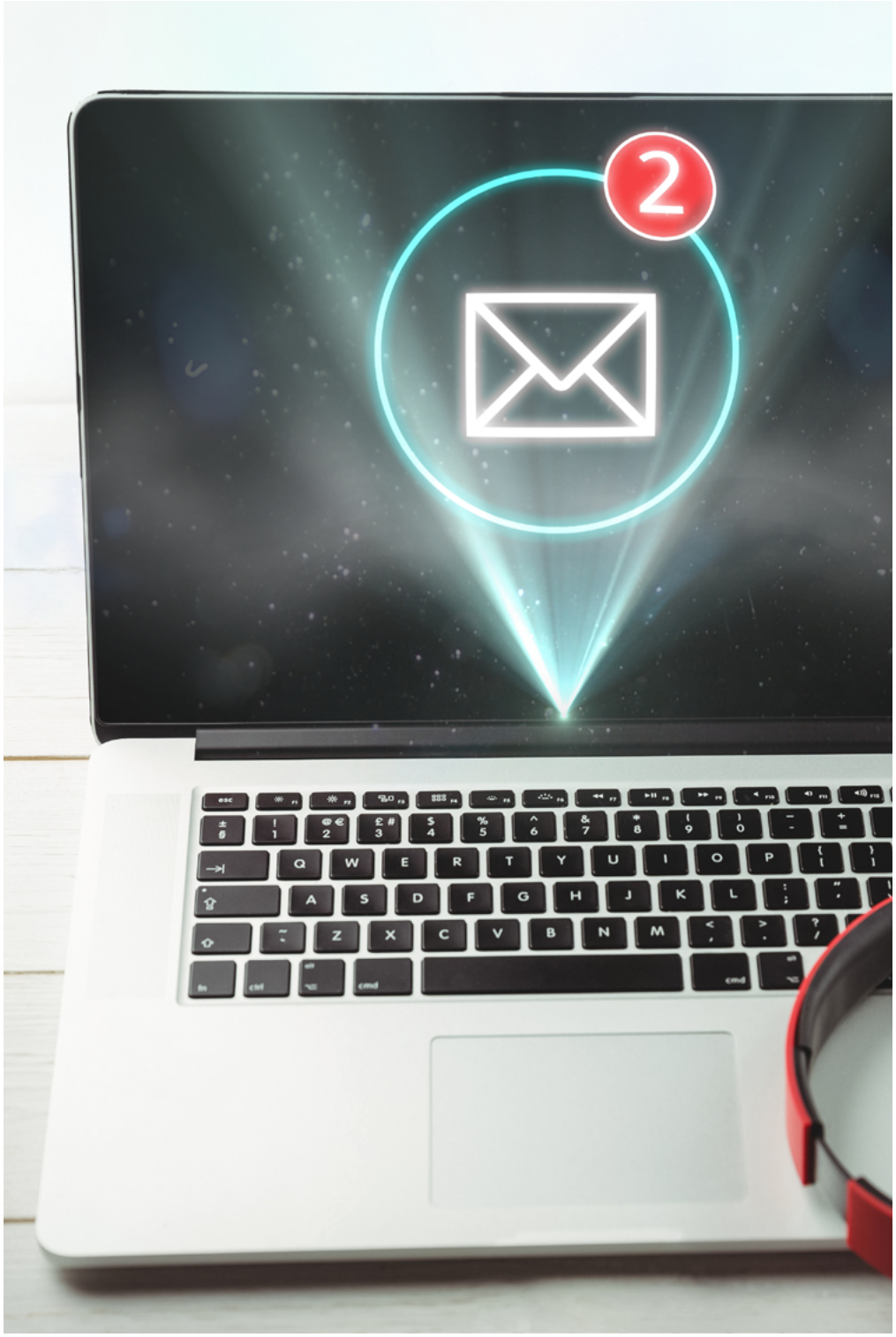
Il footer

Nel footer ho inserito le icone per i collegamenti social e al sito web. Poi i contatti da far riferimento per comunicare con l'azienda, il permission reminder e la possibilità di modificare le preferenze o annullare l'iscrizione alla mailing list. Ho voluto aggiungere anche un particolare ironico che segue la comunicazione del brand e per non lasciare nulla di standard (*"che peccato!"*). Sullo sfondo azzurro ho aggiunto un elemento che rimanda ai valori del brand (delle foglie per richiamare la sostenibilità).

Le scelte grafiche

Per quanto rigarda la grafica ho deciso di inserire lo sfondo bianco per trametterе tranquillità e far risaltare gli elementi come il testo e le immagini. Come con il testo, anche con le immagini ho ripreso i colori del brand (azzurro e verde).

Sia i collage di immagini che le grafiche applicate alle immagini le ho create con Canva: ho applicato delle grafiche semplici di colore bianco con poco testo. Il colore bianco l'ho scelto per dare contrasto (ma al tempo stesso armonia) agli altri colori scelti precedentemente.



3. CREATIVITÀ

VISUAL CON MAILCHIMP

GreenDrop

IL BENESSERE DELL'IDRATAZIONE

Heilà *|FNAME|*, qui i regali migliori per te! 🎁

Ciao *|FNAME|*. C'è una sorpresa speciale! 🎉

Oggi è il tuo compleanno e noi di GreenDrop non potevamo dimenticarlo!
Per ringraziarti di far parte della nostra Community che si impegna ogni giorno per cambiare il mondo, abbiamo deciso di regarlarti...

UN BUONO SCONTO DEL 30% SU TUTTO IL SITO!

Scegli il tuo prossimo acquisto e inserisci il codice **BIRTHDAY30** al chekout!
Però...fai presto l'offerta è valida solo per **3 giorni**!

Non vorrai mica farti scappare questa occasione speciale 😐

Acquista ora al 30%

Ma per oggi non è tutto... **C'è qualcos'altro!** 🎈

Noi di GreenDrop sappiamo che le persone come te fanno la differenza e abbiamo deciso di omaggiarti con il nostro nuovissimo **Portaborracce a Tracolla** per rafforzare il tuo impegno per la salvaguardia dell'ambiente.

Clicca qui sotto, segui la procedura e lo riceverai direttamente a casa tua! 😉

Facci sapere se questi regali ti hanno fatto piacere scrivendoci in chat e condividendoli sui social con i tuoi amici!

Ricevi il Portaborracce

Speriamo di aver reso ancora più speciale questo giorno e ti ringraziamo:
insieme a tanti altri GreenDrop Lover partecipi al cambiamento per un futuro più sostenibile. 🍀

A presto *|FNAME|* 💙
GreenDrop Team

Copyright © 2021 GreenDrop - All rights reserved.

Contattaci:
email: greendrop@team.it
whatsapp: 345.322.564

Ricevi questa email perché hai dato il tuo consenso
a ricevere comunicazioni da parte di GreenDrop. Per saperne di più clicca qui.

Non vuoi più ricevere queste email? Che peccato!
Tu puoi modificare le tue preferenze o cancellare la tua iscrizione.

4. CONCLUSIONE

MOTIVAZIONE FINALE

Motivazione finale

Da questa Super Guida di Email Marketing ho imparato davvero tanto, non avevo idea del "mondo " che c'è dietro le email. Quando arrivano nella mia casella di posta elettronica, raramente riescono ad attirare la mia attenzione. Mi sembrano tutte uguali, scontate e standard.

Mi è piaciuto mettermi in gioco per creare qualcosa di diverso (curando al massimo i dettagli) rispetto a tutte le email che leggo. Nulla è lasciato al caso.

Grazie per la visione!

La creatività senza strategia si chiama arte, quella con stategia si chiama marketing.

Jef I. Richards

Ludovica De Giovanni

340. 7667616

ludovica.degiovanni@outlook.com

www.linkedin.com/in/ludovica-de-giovanni