start2impact
Stop thinking Start doing

EMAIL marketing

E-commerce di
bottiglie riutilizzabili

Marta Salis
Digital Marketing

Translate

Refill
As good as new

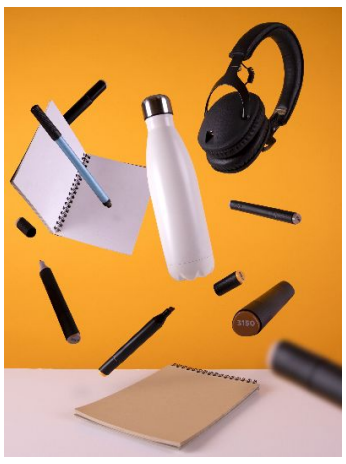
Ciao, *|FNAME|. Ecco le 3 importanti novità di Dicembre!

-20% sul tuo prossimo acquisto

Dicembre giunge a termine ed è tempo di preparativi in casa Refill!
Abbiamo decorato gli uffici, le nostre pagine social, il nostro sito web,
ma soprattutto abbiamo pensato a te, *|FNAME|*.

E l'abbiamo fatto regalandoti il **20% di sconto** sul tuo prossimo acquisto.
E' il nostro modo di ringraziarti di fare ancora attivamente parte della nostra newsletter.

Non vedi l'ora di iniziare il 2020 con una nuova Refill nello zaino?
Scegli la tua preferita e inserisci il codice **XMAS20STUDENT** al checkout!
Affrettati, l'offertà è valida solo fino al 31 Dicembre 2019!



Acquista una Refill Bottle al -20%

Su Refill.World il blog post vincitore di Dicembre

Continuano le vostre pubblicazioni su **Refill.World, il blog eco-friendly di Refill** dove trovi consigli, storie, opinioni e attualità legate al nostro business!

Ogni mese diamo agli utenti la possibilità di pubblicare un articolo sul nostro blog per ispirare il resto della community.

Non conoscevi l'iniziativa?
Se ami la scrittura e hai qualcosa da condividere,
a questo link trovi tutto su come partecipare.

Ma veniamo al nocciolo della questione.
Il vincitore di Dicembre è Andrea, che ci svela 5 consigli per migliorare la propria daily routine rispettosa dell'ambiente.

Scopri i 5 consigli di Andrea

Translate

1 consiglio di shopping:
Sticker Lab

Ecco l'ultimo punto di oggi, *|FNAME|*.

Vogliamo che la tua esperienza con Refill sia un'immersione a 360 gradi.
Per questo motivo ogni mese ti segnaliamo un'attività che offre prodotti o servizi compatibili con i nostri.

Il tuo rivenditore del mese è Sticker Lab:
e-commerce specializzato nella produzione di stickers a prezzi competitivi.

Vuoi distinguerti dalla massa?
Fai capire subito chi sei personalizzando la tua Refill Bottle con questi fantastici adesivi: animali, motivi floreali, aforismi, film, serie tv e molto altro ancora!

Vai al sito di Sticker Lab

Anche per questo mese è tutto.

Abbiamo vissuto un anno entusiasmante insieme a te, *|FNAME|*.
Faremo del nostro meglio per rendere il tuo 2020 ancora più ricco di sorprese.

Buone Feste da Refill ♥

Copyright © Refill, All rights reserved.

Our mailing address is:
Corso Unione Sovietica, 35
Torino, 10128
Italy

Want to change how you receive these emails?
You can update your preferences or unsubscribe from this list.

Motivazione

Tipologia di email: newsletter

Ho scelto di progettare una newsletter con l'intento di raggiungere 3 diversi obiettivi di business attraverso un'unica campagna di email marketing.

Si tratta di una newsletter su base mensile che raccoglie le più importanti novità legate all'attività nel mese di Dicembre 2019.

Il brand:

Il nome che ho ideato per il brand dell'e-commerce di bottiglie riutilizzabili è "Refill" con lo slogan "As good as new". Ho immaginato si tratti di un brand eco-friendly che mira a produrre bottiglie riutilizzabili, valorizzando un oggetto (la borraccia, appunto) apparentemente banale, ma protagonista della daily routine di giovani e adulti.

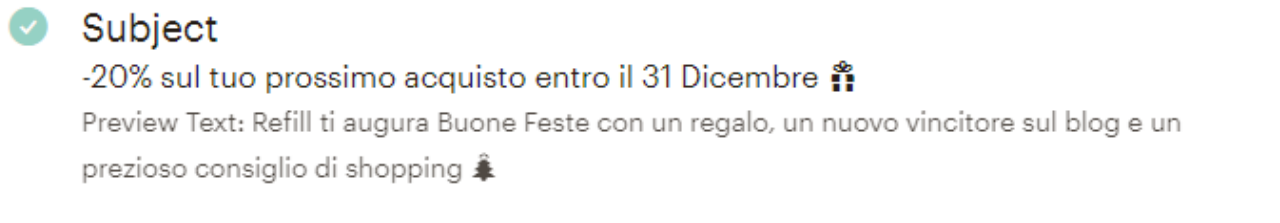
Ps: Per la creazione del logo ho utilizzato Canva.

Gli obiettivi

Gli obiettivi della newsletter sono rispettivamente: promozione delle vendite sull'e-commerce, traffico verso il blog dell'e-commerce (che ho chiamato Refill.World) e sponsorizzazione di un'attività esterna.

Ho cercato di affrontare i 3 diversi argomenti ordinandoli dal più rilevante a quello meno rilevante per il business di Refill. Per questo motivo ho deciso di dedicare l'intero oggetto dell'email alla messa in risalto del primo punto, ovvero all'offerta del -20% sul prossimo acquisto del mese di Dicembre.

Nell'oggetto ho cercato di essere concisa ed esplicita nel mettere in chiaro l'ammontare dell'offerta (**-20%**) e la relativa data di scadenza per veicolare urgenza (**entro il 31 Dicembre**), ma anche diretta (-20% sul **tuo** prossimo acquisto). Infine ho fatto attenzione ad evitare l'utilizzo di parole che possono attivare i filtri anti-spam dei client.



Il pubblico

Per quanto riguarda il pubblico, trattandosi di un'azienda fondamentalmente mono-prodotto, ho immaginato di segmentare i membri della mailing list a seconda delle loro caratteristiche psicografiche: con questa newsletter mi rivolgo a un pubblico di studenti con un'età compresa fra i 15 e i 25 anni, interessati alla salvaguardia dell'ambiente e aventi a cuore l'originalità e una grande voglia di mettersi in gioco. In particolare lo sconto del -20% per studenti e il consiglio di shopping presso un ipotetico rivenditore di adesivi sono stati pensati appositamente per essere pertinenti per il segmento prescelto. In questo modo punto a creare un'esperienza completa e personalizzata dell'utente col brand.

Il visual

Il visual riprende i colori del brand e mira a rendere la lettura dell'email piacevole e facilmente comprensibile con delle forti CTA sotto forma di bottoni cliccabili. A fine di migliorare la scansione del testo ho creato della icone ad hoc con Canva, ho suddiviso i paragrafi in unità di testo separate da spazi e ho messo in rilievo le frasi più importanti in grassetto.

Per quanto riguarda le CTA ho pensato di creare degli inviti all'azione che comunichino direttamente valore (**acquista una Refill Bottle al -20%**; **Scopri i 5 consigli di Andrea**) al posto di CTA banali e troppo generiche, con l'obiettivo di incuriosire i destinatari e di aumentare il click-through-rate dei link.

Infine ho preferito utilizzare delle immagini piuttosto che delle gif poiché ho ritenuto che fossero più in linea col visual che ho scelto e che attribuissero un aspetto più professionale al messaggio.

Il copy

Per quanto riguarda il copy ho cercato di utilizzare un linguaggio giovanile, informale ed amichevole, adatto al segmento di pubblico prescelto ma anche alla personalità del brand: un brand amico dell'ambiente, produttore di bottiglie riutilizzabili uniche, spiritose, di qualità.

Infine ho utilizzato il merge tag *|**FNAME**|* per instaurare un dialogo a tu per tu col destinatario chiamandolo per nome.