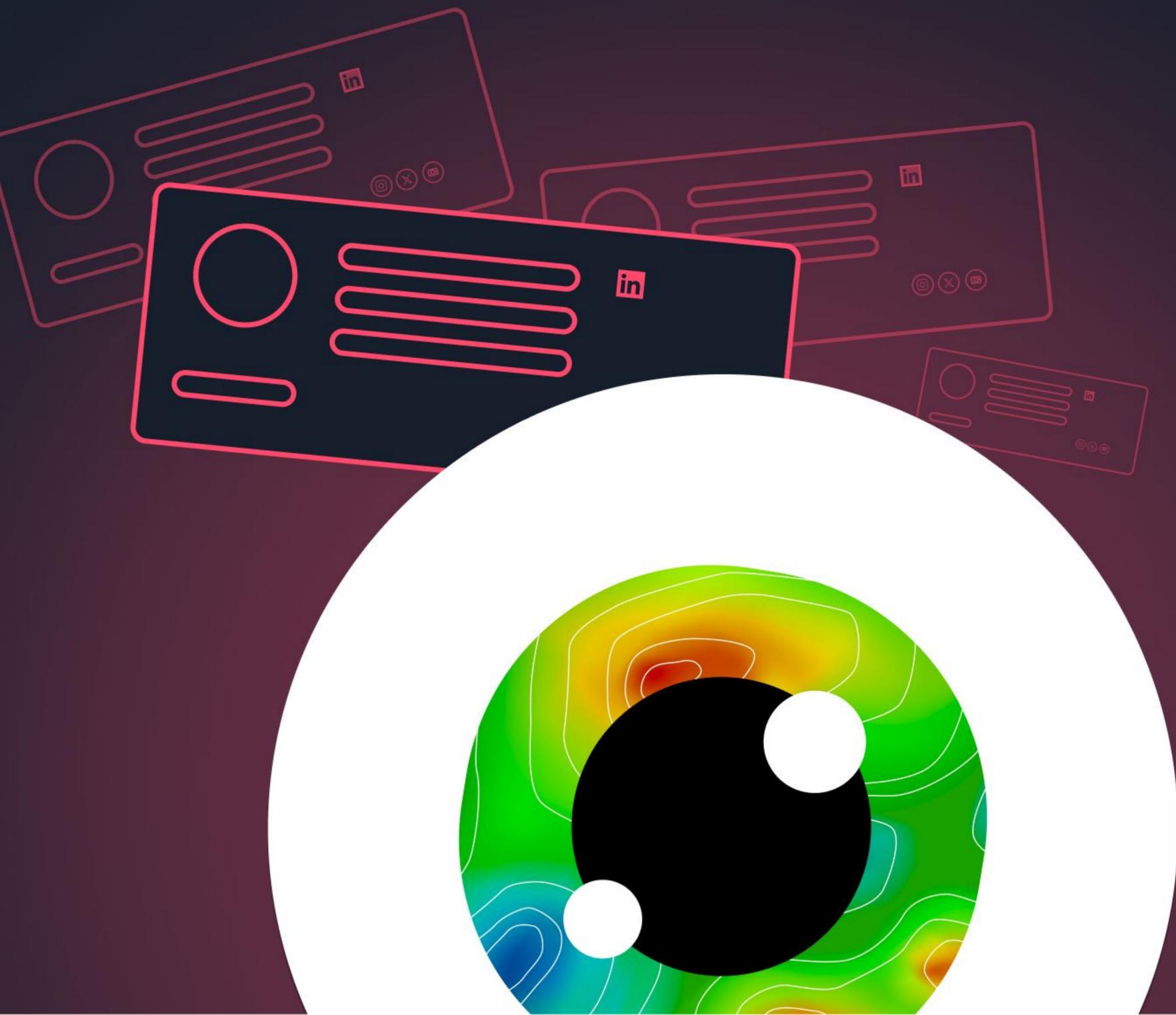


signitic

Ebook

L'impatto delle firme e-mail convalidato dalla scienza



Contenuti

PARTE. 1

**Il tracciamento oculare non
mente**

PARTE. 2

**I vantaggi della firma
email**

PARTE. 3

**Tracciamento oculare e firme
email**

330 miliardi

Questo è il numero di email inviate e ricevute nel 2022, secondo Statista. Gli studi indicano anche un continuo aumento degli scambi di email. Secondo le previsioni, il numero di email inviate e ricevute supererà i 376 miliardi entro il 2025.

Questo canale di comunicazione in rapida crescita è quindi uno strumento potente. Al centro di una strategia di marketing efficace, genera contatti, aumenta il potenziale di una campagna email di dieci volte, migliora il tasso di conversione di un potenziale cliente e raggiunge il maggior numero possibile di clienti.

Ci sono diverse tecniche che possono essere utilizzate per analizzare il pieno potenziale delle email. Il tracciamento oculare, ad esempio, è molto efficace in questo campo. Questa scienza, che studia i movimenti oculari, afferma che le firme email sono di vitale importanza.

È questa la soluzione per massimizzare l'impatto delle tue email e dare una spinta al tuo business?

PARTE. 1

Il tracciamento oculare non mente

**IL TRACCIAMENTO
OCULARE È UNA PARTE
INTEGRANTE DELLE
TECNICHE DI GROWTH
HACKING CHE
MIGLIORANO LE
PERFORMANCE
AZIENDALI.**

VE LO SPIEGHIAMO.

Il tracciamento oculare valuta il percorso seguito dall'occhio misurando i punti e il tempo in cui lo sguardo è fisso, in tempo reale.

I dati vengono utilizzati per creare una mappa di calore composta da zone calde e fredde. Le aree che catturano l'attenzione sono rappresentate dalle zone calde. Le zone fredde sono le aree meno visitate.

Utilizzato sia nel marketing tradizionale che in quello digitale. Il tracciamento oculare è particolarmente impiegato nel marketing dei prodotti, che si concentra sull'identificazione delle esigenze e dei comportamenti prima di commercializzare un prodotto o un servizio.

Prendendo ad esempio un sito web, il tracciamento oculare può essere utilizzato per individuare le aree in cui posizionare i contenuti strategici, permettendoti di mirare ai luoghi chiave per attrarre i tuoi clienti.

**COME PUOI VEDERE,
QUESTA SCIENZA È
UTILE PER
MIGLIORARE
L'ESPERIENZA UTENTE
E AUMENTARE IL
TASSO DI
CONVERSIONE DI UN
POTENZIALE CLIENTE.**

Per le tue email, il tracciamento oculare ti offre l'opportunità di ottimizzare il tuo messaggio e la tua firma.

Ti permetterà di adattare la tua strategia per aumentare il tuo impatto: ergonomia, posizionamento delle call-to-action o collocazione dei visual nel contenuto della tua firma email.



L'occhio è lo
specchio
dell'anima:

Questo è ciò di
cui si tratta il
tracciamento
oculare.

PARTE 2

I vantaggi della firma delle email

3 motivi per utilizzare la firma email

Data la quantità di email inviate e ricevute ogni giorno, è facile comprendere il potere di questo canale di marketing. Nonostante ciò, le aziende tendono a voler essere presenti ovunque. Ma prima di diversificare i canali di comunicazione, ha senso sfruttare appieno il potenziale del mezzo di contatto più redditizio. Tra questi, l'email è naturalmente in pole position.

Paradossalmente, nonostante la popolarità di questo mezzo di comunicazione, poche email includono una firma e un banner personalizzato. Questo sottovaluta il potere di questi strumenti di marketing.

UTILIZZA LA FIRMA EMAIL COME STRUMENTO PER AUMENTARE LA TUA CREDIBILITÀ.

La firma email può essere associata a una vetrina virtuale. Rafforza l'immagine del marchio della tua organizzazione. Stabilisce anche un legame di fiducia quando il destinatario legge il tuo messaggio.

Che si tratti di un cliente o di un potenziale cliente, identificano la tua azienda a colpo d'occhio.

La tua firma trasmette un'immagine seria e professionale che coinvolge il lettore. I dettagli di contatto, insieme allo slogan e al logo della tua organizzazione, conferiscono legittimità alla tua email.

UTILIZZA LA FIRMA EMAIL COME STRUMENTO DI MARKETING PER LA TUA AZIENDA.

Un vero asset di marketing, la firma e il banner di un'email fungono da trampolino per attrarre e indirizzare un potenziale cliente verso i tuoi prodotti e servizi. Con il design giusto, puoi suscitare il loro interesse e curiosità.

Ponendo il comportamento e le aspettative dei tuoi clienti al centro del tuo approccio, stai utilizzando una strategia di marketing influencer efficace e pertinente.

Che tu stia gestendo una campagna email o inviando una semplice e-mail, è una buona idea pensare a una strategia per ottimizzare la firma della tua corrispondenza.

UTILIZZA LA FIRMA EMAIL PER RAFFORZARE LA TUA COMUNICAZIONE.

La firma di un'email è il luogo ideale per aggiungere link. Questi creano traffico verso un sito web, un podcast o un profilo sui social network. Questi link possono anche essere accompagnati da inviti all'azione in un banner.

Il lettore può, ad esempio, partecipare a un sondaggio per migliorare l'esperienza utente sul tuo sito web, lasciare una recensione sulla tua pagina Google My Business, scaricare un white paper, ascoltare il tuo podcast o iscriversi al tuo account Tiktok, Instagram o LinkedIn.

UTILIZZARE UNA FIRMA EMAIL COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE PER EVENTI DELLA TUA ORGANIZZAZIONE È ALTRETTANTO PERTINENTE.

Ad esempio, utilizza questa strategia di marketing per inserire le tue offerte promozionali. Invita i tuoi potenziali clienti o clienti a un evento professionale a cui stai partecipando. Puoi anche approfittare dell'occasione per fornire notizie sulla tua attività. Infine, puoi trasmettere un codice promozionale o condizioni vantaggiose sul tuo sito web, come un reso gratuito su tutti gli ordini.

signitic presenta il suo vCard
La carta da visita virtuale 100% digitale

[Registrati per il webinar](#)



PARTE 3

Tracciamo l'indirizzo oculare e firme email

Ora conosci i vantaggi di una firma personalizzata per le email della tua organizzazione. Ora devi solo sapere come crearla, sia in termini di design che di contenuto.

Quale strategia dovrebbe essere messa in atto per una firma efficace? Quali dati dovrebbero essere inclusi in un banner per trasformarlo in uno strumento di marketing potente? Quali elementi dovresti aggiungere per promuovere la tua attività?

Confrontiamo i dati e i risultati degli studi di eye tracking in base alla forma e al tipo di email inviata.

Inviare un'email con una sigla classica, senza banner

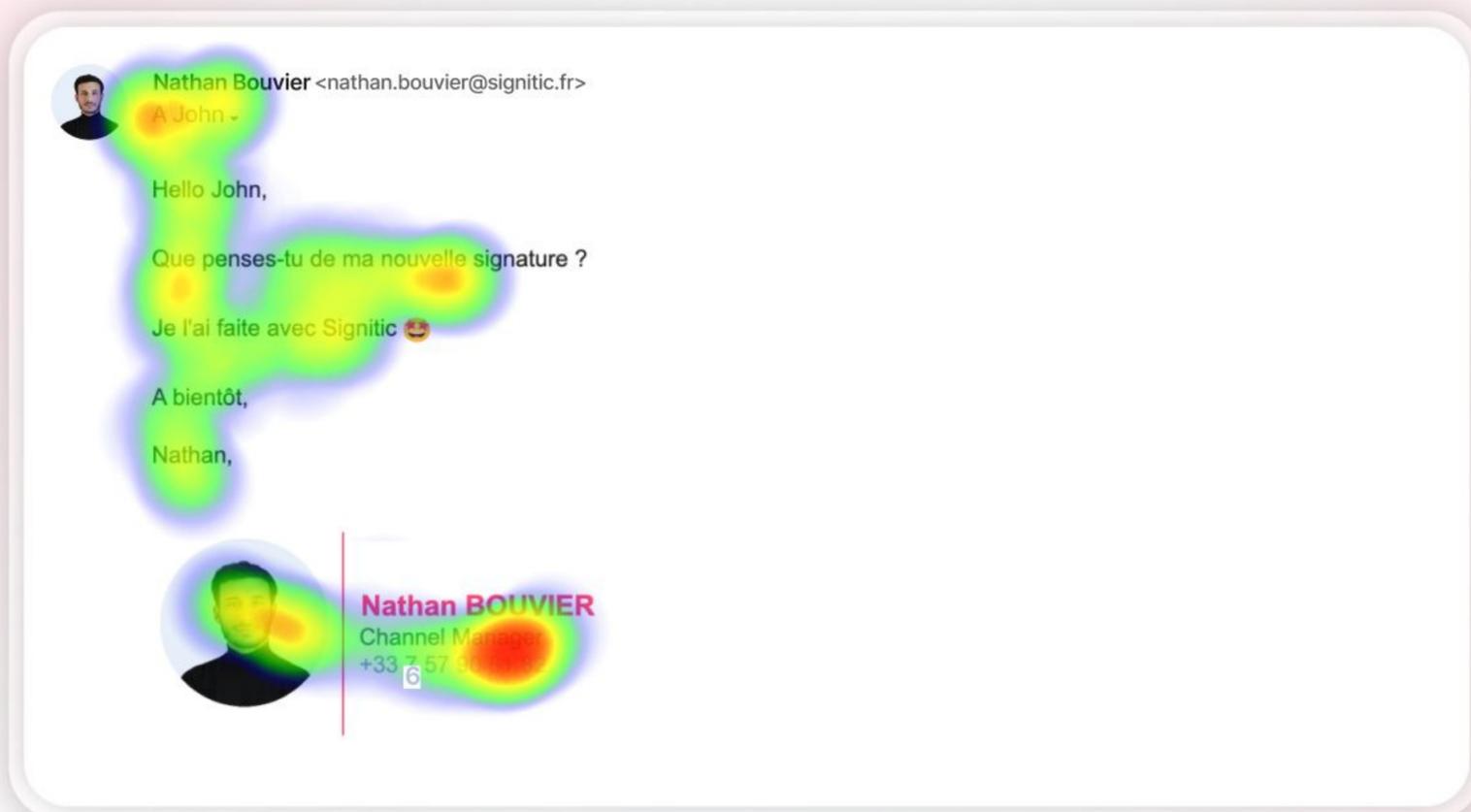


Il primo esempio è un'email con una sigla classica.

Questa menziona semplicemente il nome e il cognome del mittente, oltre al suo titolo professionale. Gli strumenti di eye-tracking mostrano chiaramente che il destinatario si concentra sul mittente, in cima all'email, e sul corpo del testo. La firma, d'altra parte, è praticamente ignorata.

Prendersi cura del design della propria firma email inizia con una coerente carta grafica. Questa rappresenta l'immagine del tuo marchio: deve essere facilmente riconoscibile e memorabile per un potenziale cliente. Deve anche rispettare la palette di colori utilizzata per il tuo logo, il tuo sito web e i tuoi media di comunicazione. Infine, la firma deve essere adottata da tutti nella tua organizzazione per creare armonia.

Invia un'email con una firma personalizzata e una foto del mittente



Il secondo esempio coinvolge un mittente che utilizza grassetto, colore e una foto per enfatizzare la firma della sua email.

Gli strumenti di tracciamento oculare mostrano che il destinatario nota la firma più rispetto all'email precedente. Il test di tracciamento oculare indica un tempo di fissazione dello sguardo più lungo in quest'area specifica. Abbiamo anche notato che lo sguardo del destinatario è attratto dal carattere e dai colori. Quindi usa sempre un colore diverso rispetto al corpo del testo. Usa anche il grassetto.

La foto è un elemento centrale in una firma email poiché ti permetterà di umanizzare la tua firma.

Invia un'email con una firma personalizzata e una call to action nella firma.

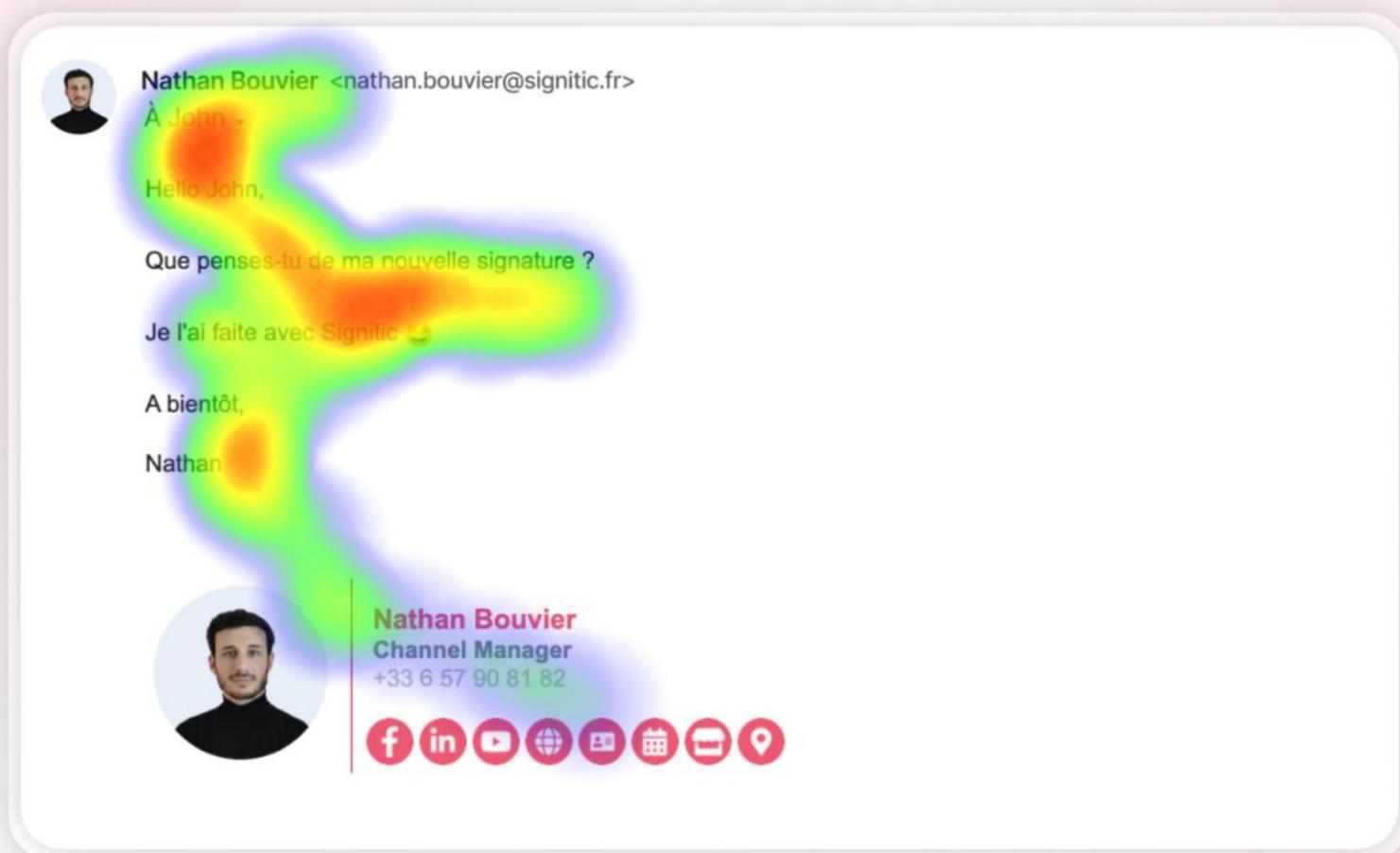


Il terzo esempio è un'email con una firma arricchita da un font e colori.

Include anche una call to action nella sua firma.

Qui, gli strumenti di eye tracking mostrano che l'attenzione del lettore è chiaramente focalizzata sulla firma dell'email e principalmente sulla call to action. La call to action in una firma email è un elemento cruciale e, come possiamo vedere, ha il suo posto in una firma email.

Invia un'email con una firma personalizzata e una chiamata all'azione tramite icone.



Il quarto esempio coinvolge un mittente che utilizza icone nella sua firma.

Gli strumenti di tracciamento oculare ci mostrano che il destinatario non è realmente attratto dalla firma. Questo può essere spiegato dal massiccio uso di icone. Pertanto, raccomandiamo di utilizzare le icone con parsimonia per massimizzarne l'impatto.

Invia un'email con una firma personalizzata e una chiamata all'azione in 2 banner



In questo esempio, l'email include una firma con una chiamata all'azione e due banner email. Qui possiamo vedere che il lettore è guidato esclusivamente dal testo e dalla firma del destinatario. I due banner email hanno quasi nessun impatto: questi due elementi distraggono il lettore. Come con la firma precedente, troppe informazioni non aggiungono nulla di conclusivo. È quindi preferibile comunicare utilizzando un solo banner.

Invia un'email con una firma personalizzata e un invito all'azione in 1 banner



L'esempio finale è un'email che include una firma e un banner con inviti all'azione. Gli strumenti di tracciamento oculare mostrano che l'attenzione del lettore è focalizzata sia sulla firma dell'email che sul banner. Gli inviti all'azione in queste aree sono anche presi in considerazione dal lettore. Senza dubbio, tutti questi elementi insieme cambiano l'intera percezione del destinatario. È quindi su queste aree precise che la tua organizzazione dovrebbe concentrarsi per rafforzare il potere di marketing dell'email.

In sintesi...

Cosa dovrebbe contenere una firma email?

La tua firma email dovrebbe includere informazioni chiave sul mittente e sull'organizzazione a cui appartiene. Dovrebbe essere riconoscibile e coerente con la tua identità di marca.

Questo include il nome e il cognome della persona che invia l'email: molto complicato!

Tutti i dettagli di contatto della tua organizzazione dovrebbero essere inclusi nella firma.

Specifica il tuo ruolo lavorativo.

Ad esempio, è importante includere un numero di telefono, un indirizzo email o un indirizzo fisico.

È anche una buona idea includere il logo, che può contenere un link al sito web o a una pagina di atterraggio che presenta i prodotti e i servizi.

Anche la foto del mittente è un elemento da considerare.

Umanizza il messaggio e crea un legame stretto con il lettore.

Una firma non è solo dettagli di contatto. È molto di più.

In sintesi... Cosa dovrebbe contenere un banner per email?

Gli strumenti di tracciamento oculare mostrano che lo sguardo delle persone è fisso sul banner per lungo tempo.

Questo è un luogo che può essere utilizzato per raccogliere informazioni strategiche.

Usalo per inserire una chiara e attraente chiamata all'azione.

Parla del tuo sito web.

Comunica le tue offerte attuali per attrarre i tuoi potenziali clienti.

Usa l'educazione o informazioni per guidarli attraverso il tunnel di conversione.



signitic

Signitic è un'azienda francese che offre uno strumento SaaS per centralizzare le firme email.

È il momento di optare per la coerenza nella firma delle email per tutti nella tua organizzazione.

La personalizzazione, il rispetto della tua carta grafica e le banner di comunicazione stanno diventando strumenti essenziali nella tua strategia di marketing. Creare e pianificare una campagna non è mai stato così facile. Il nostro servizio ti consente di targetizzare i tuoi destinatari, segmentare la tua organizzazione, sperimentare con A/B testing e molto altro!

Automatizza e centralizza le firme all'interno della tua organizzazione.

Dimentica di comunicare il codice HTML a tutti i tuoi team! Con Signitic, il tuo dipartimento marketing può gestire le firme della tua organizzazione, grazie a una piattaforma intuitiva e user-friendly. Puoi automatizzare la segmentazione, connettere le directory e distribuirle automaticamente e in sicurezza. Con una soluzione chiavi in mano, il marketing non ha più bisogno di supporto tecnico per gestire le firme email della tua azienda.

[Pianifica una demo](#)

signitic
GROUPE POSITIVE