

Indice

Introduzione VII

Perché amo MailChimp.....	VII
Quali sono i rischi nel mandare newsletter “fatte in casa”.....	VIII
Quali sono i vantaggi di usare un buon mailer.....	IX
Non farsi scambiare per spam.....	X
Cosa trovi in questo manuale.....	XI
Cosa, invece, non trovi.....	XII

Capitolo 1 – Aprire e configurare un account MailChimp 1

Fare in modo che le newsletter arrivino da un indirizzo che dà fiducia.....	4
Scegliere il piano giusto.....	8
Il piano Forever Free: limiti e possibilità.....	9
I piani a pagamento.....	10
Monthly Plan.....	10
Pay As You Go.....	10
Il passaggio dal piano gratuito a quello a pagamento.....	10
MailChimp Pro.....	11
Aumentare la sicurezza e pagare meno.....	12
Cos’è un sistema di autenticazione a due fattori.....	12
Come attivare l’autenticazione a due fattori su MailChimp.....	12
Perché MailChimp fa uno sconto a chi usa l’autenticazione a due fattori.....	14
Pagare meno con l’aiuto di un MailChimp Expert.....	15

Capitolo 2 – Gestire le liste..... 17

La mailing list: cos'è e che regole deve rispettare	18
Crea la tua prima mailing list	19
Come è fatta una lista	21
I campi della lista	22
Importare la tua prima lista	25
Importare per aggiornare i dati di una lista	29
Inserire a mano un iscritto	29
Moduli di iscrizione e altri oggetti collegati alla lista.....	30
Come ci si iscrive a una mailing list gestita su MailChimp	31
Personalizzare i moduli di iscrizione e gli altri oggetti della lista.....	32
Creare un form di iscrizione da inserire nel sito	36
Moduli popup	40
Liste, gruppi e segmenti: gli iscritti non sono tutti uguali	42
Una o più liste?.....	42
Gruppi: cosa sono e a cosa servono.....	43
Gestire gli iscritti singolarmente o in gruppo	47
Segmenti: cosa sono e come funzionano	49
Criteri di segmentazione.....	49
Il rating delle liste e degli iscritti	53
Gli iscritti VIP.....	54

Capitolo 3 – Creare e inviare una campagna email...55

Cos'è una campagna MailChimp e quali sono le sue caratteristiche	56
Cosa sono i template e a cosa servono	56
Creare un template	57
Riutilizzare le campagne già inviate	58
Perché i template sono importanti.....	59
Creare una campagna.....	61
Scegliere i destinatari della campagna	63
Configurare le informazioni generali della campagna.....	65
Scegliere il template della campagna.....	71
Progettare la campagna: la fase del Design.....	71
I test prima dell'invio	80
Far partire la campagna	84
Gestione e archiviazione delle campagne.....	87

Capitolo 4 – Usare i merge tag89

I dati degli iscritti	90
Impostare bene i formati di testi e date.....	90
Istruzioni condizionali	91
Istruzioni condizionali basate sui gruppi	93
Informazioni sulla campagna e sulla mailing list.....	94
Sommario dei contenuti	97
Sondaggi	99
In scala da 1 a 10, quanto...?	99
Scelta fra alternative	101
Video	102

Capitolo 5 – Analizzare i risultati..... 105

I report di MailChimp	106
Bounce rate e delivery rate.....	106
Open rate	108
Click-through rate	108
Integrazione con Google Analytics.....	111
Gli A/B test.....	112
Test e risultati validi dal punto di vista statistico	112
Creare una campagna A/B test	113

Capitolo 6 – Email marketing e mobile..... 117

Dalla “versione mobile” alla responsiveness.....	119
Campagne responsive.....	119
Usare MailChimp da smartphone e da tablet.....	120
Le app per usare MailChimp da smartphone e tablet.....	122
MailChimp Snap: creare campagne mobile dallo smartphone	123
Raccogliere indirizzi in diretta con Subscribe	128

**Capitolo 7 – Integrare MailChimp
con blog e social network 133**

Distribuire i post di un blog con la newsletter	134
Perché ha senso distribuire i post via email	134
Creare una newsletter a partire dai feed RSS	135
I merge tag per le campagne RSS driven.....	141
Passiamo alla pratica	144
Inserire un feed RSS in una campagna normale	147

Social merge tag	148
Merge tag per Facebook	150
Merge tag per Twitter	151
Social profiles	152
Raccogliere iscritti su Facebook e Twitter	154

Capitolo 8 – Automatizzare in modo intelligente.... 157

Alcuni esempi di messaggi automatici ben progettati	158
Creare messaggi automatici con MailChimp	159
Welcome Message.....	160
Educate Subscribers	166
Email automatiche collegate a una data	171
Automatismi e vendita online.....	171
Giocare con l'automazione.....	174

Capitolo 9 – Lavorare in team: ruoli differenziati e collaborazione fra gli utenti 177

I cinque diversi tipi di utente	178
Owner.....	178
Admin	179
Manager	179
Author.....	179
Viewer.....	179
Come funziona in concreto	180
Un utente, tanti account.....	182
Lavorare insieme sulla stessa campagna	183

Capitolo 10 – Gli strumenti non sono tutto..... 187

L'approccio strategico P.O.S.S.E.....	188
Le persone, cioè la nostra mailing list.....	188
Gli obiettivi per cui scriviamo	189
Strategia e piano editoriale	191
Strumenti: non c'è solo il mailer.....	192
Esecuzione: email che funzionano	192
Per concludere.....	193

Indice analitico 195