

## Come ottimizzare la propria campagna ?

Alcuni trucchi e semplici suggerimenti possono fare la differenza nei tassi di apertura e tra una campagna che arriva a destinazione e una che finisce nello Spam.

Gran parte del successo è dovuto ai nostri server, ma anche da parte vostra dovrete stare attenti! Una campagna costruita con particolare attenzione può fare la differenza sui tassi di apertura determinandone i risultati.

## Come viene determinato lo Spam?

Alcuni server usano evidenziare un numero (punti) che indica le violazioni contenute nel messaggio per cui ne determinano l'identificazione come SPAM. I punti vengono dunque accumulati sino al **punteggio massimo di 5.0 punti** oltre il quale il messaggio viene eliminato dal client di posta e alla fonte dal server di posta in arrivo del vostro destinatario.

Vediamo alcuni aspetti che possono migliorare la nostra campagna o alcuni errori da evitare:

### OGGETTO:

- Formattazione pulita: evitare simboli o caratteri speciali che alcuni *client* potrebbero non leggere o leggere male. Evitate tag ridondanti e non formalmente corretti.
- Non ingannare il vostro destinatario: inserire pubblicità ingannevoli nel titolo per ottenere maggiori aperture è un'operazione altamente sconsigliata. Ricevereste sicuramente molte disiscrizioni (unsubscribers) e verreste considerati e bannati come Spammer.
- Non usare il TUTTO MAIUSCOLO
- L'oggetto deve essere chiaro, generalmente non più di cinque parole e 40 caratteri, non vuoto e inerente alla vostra società/ente. Evitare punti esclamativi.

### CORPO:

Il file contenente il messaggio deve essere in formato **HTML** (senza JavaScript, ActiveX e CSS, e preferibilmente senza Flash); se fate uso di file **CSS** – come nei Template CreateSend dovrete scrivere il **codice all'interno** del file – non tramite @import o collegamento esterno.

In merito al CSS evidenziamo come **i client email non sono come il web** e suggeriamo che il CSS sia ad uso esclusivo della formattazione del testo ma di tenere le **Table** come criterio di impaginazione.

- Il peso del file non deve essere superiore a 60Kb, comprese le immagini in formato .png, .gif o .jpg. In generale comunque non abusare del numero di immagini.
- Assicurarsi che tutti i link siano funzionanti.

- Non utilizzare un formato superiore ai 560 / 600 pixel in modo da consentire all'utente di visualizzare tutto il messaggio nell'anteprima del suo client di posta.
- Considerare che sui cellulari e smartphone le email vengono scaricate solo nella prima parte e vengono tradotte automaticamente in formato testo, suggeriamo dunque di inserire nella prima parte del messaggio le informazioni più importanti.
- Usare un background bianco e non usare immagini come sfondo.
- Non scrivere testo di colore bianco, usare colori CMYK (non =green, etc), dimensione dei font con valore assoluto e non sopra il *size 4*, non usare parole accentate è, à, ì ò, ma prediligere l'uso dell'accento '.
- Non includere popup.
- I link devono avere il tag *\_blank* per aprire in una pagina esterna; con l'uso del Template questo viene fatto automaticamente.
- Non utilizzare il tag *div* in particolare con posizionamento assoluto.
- Suggeriamo di testare il vostro HTML tramite il validatore W3C che attesta lo standard HTML e CSS e tramite la comoda utility Tidy vi corregge automaticamente eventuali errori.
- Evitare se possibile il link mailto.
- Mettere sempre un titolo alle immagini tramite il tag *alt*.
- Il file HTML deve contenere la doctype declaration.

## **SUGGERIMENTI GENERALI**

- Considerate sempre che il vostro destinatario riceve in media numerose email commerciali e dunque dovrete conquistarlo a prima vista poiché difficilmente leggerà tutta la vostra email se questa è sin da subito poco interessante. Concentrate dunque all'inizio le notizie più interessanti.
- Testate la vostra pagina su diversi client di posta o utilizzate il Design Test di CreateSend per visualizzare uno screenshot su più di 30 client di posta differenti in maniera automatica.
- Invia gratuitamente quanti test vuoi ai tuoi colleghi o a te stesso per visualizzare in modo automatico e immediato una prova di invio.