

Come leggere e interpretare il dato percentuale di “Open Rate” ?

L'indice “Open Rate” è il tasso percentuale di apertura della tua campagna.

Misura quante persone in un elenco aprono una campagna email. Il tasso di apertura è normalmente espressa in percentuale, e viene calcolato come segue:

$$\text{Tasso di Apertura Open Rate} = \frac{\text{email aperte}}{\text{email spedite - bounced}}$$

Quindi, un tasso del 20% di apertura vorrebbe dire che ogni 10 email consegnate alla Posta in arrivo, 2 sono state aperte.

Come si monitorano le aperture ?

Quando ogni e-mail viene spedita, si aggiunge automaticamente un codice di ritorno legato ad una immagine invisibile che verrà scaricata dai nostri server web. Così, quando un lettore apre la posta elettronica, l'immagine sarà scaricata, e verrà registrato il recapito al destinatario.

E' importante capire che il tasso di apertura non potrà mai essere una misura pari al 100%. La registrazione di un'apertura può avvenire solo se il client e-mail del destinatario è in grado di visualizzare html con immagini, e che l'opzione è attivata. Quindi, se si inviano e-mail di solo testo, non c'è modo di registrare i tassi di apertura. Allo stesso modo, persone che leggono la tua email html senza visualizzare le immagini non saranno registrate come aperture (a meno che non faccia click su un link).

Un altro problema è che i tuoi lettori possano avere un riquadro di anteprima nel loro client di posta elettronica. Questo riquadro di anteprima potrebbe visualizzare la vostra e-mail automaticamente e quindi scaricare le immagini senza che il destinatario abbia mai dovuto fare click su di essa e vederla. Per lo stesso motivo se dovete riscontrare numerose aperture della vostra email è perché ogni volta che l'utente passa, anche tramite scroll, sopra la vostra email questa verrà registrata come lettura. Non preoccupatevi di questo poiché le percentuali di lettura vengono calcolate sulle “aperture uniche” ovvero se un utente apre la vostra email 20 volte la statistica leggerà sempre una sola apertura.

Non si deve mai prendere il vostro tasso di apertura come un numero fisso ma piuttosto come indice relativo, utile ad esempio per calcolare dei trend della vostre campagne e paragonarle tra loro.

Che cosa è un tasso tipico aperto?

Il tasso ottenuto per ogni lista o gruppo di liste dipenderà da come è stato misurato, quando è stato inviato il messaggio, la dimensione della lista e un moltissime altre variabili. Non c'è carenza di numeri di riferimento e statistiche a proposito ma anche tra settori di riferimento uguali troverete grande variazione dei tassi di apertura.

Un semplice grafico mostra che la maggior parte delle industrie hanno tassi medi di apertura tra il 20% e il 40%.

Ci sono certamente delle tendenze generali sui tassi di apertura, ad esempio:

- Tanto più la lista è numerosa quanto tende a diminuire il tasso di apertura, probabilmente perché le imprese più piccole hanno maggiori probabilità di avere rapporti personali con la loro lista degli iscritti.
- Le società e le organizzazioni che hanno nella loro lista associati o simpatizzanti molto legati empaticamente alla loro mission: chiese, le squadre di sport, non profit, etc. possono vedere tassi di apertura più elevati rispetto ad imprese commerciali.
- Temi specifici e di nicchia in genere hanno tassi di apertura più alti.

Questo schema riportato vi consentirà di avere un riferimento da prendere sempre con molta cautela circa i tassi di apertura per settore merceologico:

Tipici Tassi di Apertura per settore merceologico (%)

