



# Come fare **Email Marketing** con successo per vendere, fidelizzare i clienti e i rivenditori, acquisirne di nuovi e aumentare il ROI

## 1. Introduzione

## 2. Definizione

## 3. Vantaggi

## 4. Come usarlo per vendere, fare cross selling e up selling, fidelizzare i clienti e i rivenditori e acquisire di nuovi

## 5. Come impostare una strategia di Email Marketing di successo

## 6. Come realizzare newsletter efficaci

## 7. Partecipa ai nostri corsi, usa i nostri servizi e leggi il BLOG di Eugenio La Mesa

## 8. Perché noi? I 10 principali motivi per partecipare ai nostri corsi

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**

Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233

**Perugia:**

Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

## 1 Introduzione

### Autori

Questo White Paper è scritto da **Adriana Galgano** e **Eugenio La Mesa**, considerati dalle aziende di importanza nazionale e internazionale per le quali lavorano fra i **principali esperti** di Email Marketing.

**Fondatori** di Salesware.it e coautori:

- del libro "**Vendere e comprare con Internet**", edito da Sperling & Kupfer, primo libro pubblicato in lingua italiana sull'argomento Internet e giunto alla terza edizione;
- della rubrica Email Marketing sul sito **Microsoft**;
- della rubrica Email Marketing su **Mkt7** di **Edipi**.

### Ha il miglior ROI rispetto agli altri mezzi (Direct Marketing Association)

L'Email Marketing ha il miglior **ROI** (ritorno sull'investimento) rispetto agli altri mezzi di marketing, secondo una ricerca della Direct Marketing Association condotta su 1.400 aziende.

Leggi il testo completo:

[www.salesware.it/emailmarketingstatDMA011204.htm](http://www.salesware.it/emailmarketingstatDMA011204.htm)

### Obiettivo

Fornirti **utili** indicazioni sia sulla **strategia** che sulla **operatività**, frutto della nostra **esperienza pluriennale** con aziende di importanza nazionale e internazionale, su come usare con **successo** l'Email Marketing per **vendere, fare cross selling e up selling, fidelizzare** i clienti e i rivenditori e **acquisirne** di nuovi.

## HA IL MIGLIOR ROI RISPETTO AGLI ALTRI MEZZI

Una ricerca della **Direct Marketing Association** dimostra che ha l'Email Marketing ha il **più alto Ritorno sull'Investimento (ROI)** di qualsiasi altro mezzo.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

## 2 Definizione

Fare Email Marketing significa realizzare strategie di marketing utilizzando l'email come canale di **comunicazione** con i **clienti** e i **rivenditori** attuali e **potenziali** con il loro preventivo **consenso**.

È anche detto permission marketing.

È cosa diversa dallo spamming, cioè l'invio di email senza il preventivo consenso, vietato dalla legge sulla Privacy.

## 3 Vantaggi

Le più recenti indagini e la nostra esperienza pluriennale evidenziano che sempre più aziende (piccole, medie e grandi) effettuano **regolarmente** azioni di Email Marketing, perché:

- **HA IL MIGLIOR ROI**  
ha il miglior **ROI** (ritorno sull'investimento) rispetto agli altri mezzi (*Fonte* Direct Marketing Association [www.salesware.it/emailmarketingstatDMA011204.htm](http://www.salesware.it/emailmarketingstatDMA011204.htm));
- **FACILE, RAPIDA E AFFIDABILE**  
l'email è **facile** da usare, è rapida, è affidabile;
- **TASSI DI RISPOSTA SUPERIORI**  
garantisce tassi di risposta (click through) **superiori** a qualsiasi altro strumento di marketing diretto;
- **RISULTATI IN TEMPO REALE**  
è possibile controllarne in **tempo reale** i **risultati**, sapendo quali e quanti utenti hanno aperto e cliccato sui link contenuti all'interno del messaggio;
- **90% DEI CLICK ENTRO 3 GIORNI DALL'INVIO**  
dopo soli **3 giorni lavorativi** dall'invio si ha circa il **90%** dei risultati finali, con un forte picco le prime ore del primo giorno.

## 4 Come usarlo per vendere, fare cross selling e up selling, fidelizzare i clienti e rivenditori, acquisirne di nuovi e aumentare il ROI

È un metodo molto efficace e con il miglior ROI rispetto agli altri mezzi per **vendere**, fare **cross selling** e **up selling**, **fidelizzare** i **clienti** e **rivenditori** e **acquisirne** di nuovi, attraverso una comunicazione **regolare** con una **email newsletter**, ad esempio

## I VANTAGGI DI COMUNICARE VIA EMAIL CON REGOLARITÀ CON I CLIENTI E I RIVENDITORI

- notizie più cliccate;  
- clienti informati in modo **sistematico**;  
- risposte e **domande** dei clienti in modo continuativo e centralizzato;  
- **branding**,  
- opportunità di **cross selling** e **up selling**;  
- maggiori probabilità di **vendere** e con **costi** commerciali **inferiori**.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**

Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233

**Perugia:**

Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

una volta al mese, di uno o più dei seguenti argomenti:

- notizie editoriali;
- inviti a eventi, webcast e fiere;
- novità;
- promozioni;
- comunicati stampa;
- rassegna stampa;
- casi di successo;
- calendari corsi di formazione;
- listini.

## I vantaggi di comunicare via email con regolarità con i clienti e i rivenditori

Comunicando via email con **regolarità** con i **clienti** e i **rivenditori** hai i seguenti **vantaggi**, che si applicano anche ai **potenziali** clienti:

### • LE NOTIZIE PIÙ CLICcate

Analizzando quante persone hanno **cliccato** su **ciascuna** notizia presente all'interno della newsletter capisci cosa **interessa maggiormente** i vostri clienti o rivenditori; puoi di conseguenza sia **modificare** il piano editoriale delle newsletter successive che i **piani di marketing** di eventi, pubblicità, direct marketing, tele marketing, etc.

### • CLIENTI E RIVENDITORI INFORMATI IN MODO SISTEMATICO SULLE NOVITÀ

Sul vostro sito ci sono ogni mese delle novità, ma come fanno i clienti a venirne a **conoscenza**?

Con la newsletter mensile puoi **informare** in modo **sistematico** i clienti e i rivenditori su tutte le novità, gli eventi/fiere/webcast, le promozioni, etc..

Il traffico di un sito **aumenta** di **3-4 volte** nei giorni successivi all'invio di una newsletter.

### • RISPOSTE CHE I CLIENTI E I RIVENDITORI INVIANO AL MITTENTE

I clienti e rivenditori inviano **domande** relative agli argomenti della newsletter **rispondendo** al mittente della newsletter; questo è un **vantaggio** perché ti permette di venire a conoscenza di domande, esigenze, dubbi, suggerimenti, richieste che altrimenti sarebbe difficile raccogliere in modo **continuativo** e **centralizzato**.

## COME IMPOSTARE UNA STRATEGIA DI SUCCESSO

**Sun Tzu**, nel libro 'L'arte della guerra', afferma che la battaglia si **vince prima** che inizi, in base alla strategia di combattimento adottata.

- **BRANDING**

Informare con regolarità di tutte le novità contribuisce a **costruire** e **rafforzare** l'immagine aziendale; a tale scopo è già **sufficiente** che i clienti ricevano nella loro casella di posta elettronica la newsletter e ne vedano il mittente e l'oggetto.

- **CROSS SELLING E UP SELLING DI PRODOTTI E SERVIZI**

Il miglior potenziale cliente è... quello **attuale**! Attraverso le notizie della newsletter puoi quindi informare e fare delle **vendite aggiuntive** ai tuoi clienti e rivenditori sia di:

- **cross selling**, ad esempio ai possessori di telefono cellulare proponi l'auricolare o il caricabatteria da automobile;
- **up selling**, a chi ha una versione di un software proponi di fare l'aggiornamento alla versione più recente.

- **MAGGIORI PROBABILITÀ DI VENDERE E CON COSTI COMMERCIALI INFERIORI.**

Quando i vostri venditori telefonano al cliente o fanno una visita, trovano un interlocutore maggiormente **informato** relativamente ai prodotti e ai servizi della vostra azienda.

Avete quindi il duplice vantaggio di maggiori **probabilità** di **vendere** e con **costi** commerciali **inferiori**, poiché la trattativa dura di meno, **aumentando** il **margin** su ciascuna vendita.

### Follow-up telefonico

In alcuni casi, quali inviti a eventi, fiere e webcast o promozioni, si hanno risultati **ancora migliori** con un'azione di follow up di **telemarketing** nei giorni successivi l'invio della newsletter e prima della data dell'evento o della scadenza della promozione.

## 5 Come impostare una strategia di Email Marketing di successo

Sun Tzu, nel libro 'L'arte della guerra', afferma che la battaglia si vince **prima** che **inizi**, in base alla strategia di combattimento adottata.

Allo stesso modo, i risultati di un'azione di Email Marketing sono già determinati **prima** che sia **inviata** la prima email!

Per massimizzare l'efficacia della tua strategia di Email Marketing

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

## INTEGRAZIONE CON GLI OBIETTIVI DI MARKETING E DI VENDITA

Si hanno risultati  
**migliori**  
integrando la  
strategia di Email  
Marketing e gli  
obiettivi di  
**marketing** e di  
**vendita**.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

è opportuno **conoscere**, **analizzare** e **ottimizzare** ognuno di questi elementi:

- **I RISULTATI**

I **risultati** che si possono conseguire, sapendo cosa è realistico ottenere in funzione del target al quale comunichi di volta in volta.

- **GLI OBIETTIVI**

Come definire gli **obiettivi** di Email Marketing di **breve**, **medio** e **lungo** periodo, a 3, 6 e 12 mesi, con un piano **scritto** da aggiornare periodicamente.

- **L'INTEGRAZIONE CON GLI OBIETTIVI DI MARKETING E DI VENDITA**

L'**integrazione** fra la strategia di Email Marketing e gli obiettivi di **marketing** e di **vendita**, per ottenere, attraverso le azioni di Email Marketing, risultati **migliori** sia di comunicazione e marketing che di vendita.

- **SOFTWARE E TESTI NEWSLETTER IN AZIENDA O ALL'ESTERNO**

La **scelta** del **software** di Email Marketing e la **realizzazione** dei testi e delle pagine HTML delle newsletter fra averli **all'interno** dell'azienda o **all'esterno** in outsourcing. Si hanno risultato **migliori** delegando all'**esterno** la gestione del software di Email Marketing e la realizzazione delle pagine HTML delle newsletter.

Leggi le 2 ricerche di **Forrester Research** al riguardo:  
**Outsourcing e ASP le migliori soluzioni per fare Email Marketing**

[www.salesware.it/emailmarketingstatForrester010801.htm](http://www.salesware.it/emailmarketingstatForrester010801.htm) e

**Le vendite generate dall'Email Marketing in outsourcing sono 4 volte superiori rispetto a averlo in azienda**

[www.salesware.it/emailmarketingstatForrester290402.htm](http://www.salesware.it/emailmarketingstatForrester290402.htm) .

- **INTEGRAZIONE CON CRM**

Spesso i database di CRM (Siebel, SAP, Goldmine, Saleslogix, Microsoft Navision, Excel, etc) contengono indirizzi email **duplicati** e quindi è opportuno implementare delle procedure o usare dei software di Email Marketing che **eliminino** le email duplicate prima di inviare le newsletter.

- **IL REPERIMENTO DEGLI INDIRIZZI EMAIL NEL RISPETTO DELLA LEGGE SULLA PRIVACY**

Come reperire e aggiornare gli indirizzi **email** nel rispetto della legge italiana sulla Privacy, chiedendo l'autorizzazione all'iscrizione alla newsletter con i seguenti mezzi:

- il **tele marketing** sia in entrata che in uscita;
- il **sito** Internet, con un modulo iscrizione newsletter;
- gli **eventi**, con i moduli feedback;



**FORRESTER: LE  
VENDITE  
GENERATE DALL'  
EMAIL  
MARKETING  
SONO 4 VOLTE  
SUPERIORI SE SI  
EFFETTUA  
ALL'ESTERNO IN  
OUTSOURCING**

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

- il **direct marketing**, chiedendo l'apposita autorizzazione.

Per ciascuno di essi è opportuno sapere quali sono le **frasi** più **efficaci** da utilizzare e cosa fare per ottenere un consenso che sia **conforme** alla legge italiana sulla Privacy.

L'Email Marketing è efficace quando i destinatari (sia clienti che potenziali) hanno fornito il loro **consenso** alla ricezione delle newsletter ed è anche ciò che prevede la legge italiana sulla Privacy (opt-in).

Leggi sul nostro sito le FAQ relative all'Email Marketing e la legge italiana sulla Privacy:  
[www.salesware.it/privacyfaq.htm](http://www.salesware.it/privacyfaq.htm)

## • **L'ORGANIZZAZIONE DI UN'AZIONE DI EMAIL MARKETING**

Nell'organizzare ogni singola azione di Email Marketing vanno definiti:

- la scelta del **target**, valutando di volta in volta a chi comunicare;
- la redazione del **testo**, usando un linguaggio e uno stile adatti e efficaci per l'Email Marketing;
- la scelta dei **link** di approfondimento al tuo sito per ciascuna notizia della newsletter;
- la realizzazione della pagina **HTML** per le newsletter con immagini e colori, usando un layout standard e delle procedure già testate e funzionanti;
- i **processi**, stabilire chi fa cosa e con quali modalità;
- l'**analisi** dei risultati, per vedere quali notizie hanno riscosso il maggior interesse;
- l'eventuale **follow up**, con un recall telefonico.

## • **GLI ASPETTI TECNOLOGICI DI UN'AZIONE DI EMAIL MARKETING**

I risultati sono influenzati anche da aspetti tecnologici quali:

- il **software** usato, con le relative caratteristiche che consentono o meno il monitoraggio dei risultati, l'invio in un'unica soluzione, la velocità di invio, etc;
- il **formato** delle newsletter, scegliendo fra testo e HTML;
- i **filtri anti-spam**, evitando di usare certe parole o punteggiature nell'oggetto;
- la **banda Internet** usata per l'invio, è meglio usare la

## DEFINIZIONE DI NEWSLETTER:

comunicazione via email con lo stesso contenuto a più destinatari relativo a:

- informazioni editoriali,
- inviti a eventi,
- novità,
- promozioni,
- comunicati stampa,
- rassegne stampa,
- calendari corsi,
- casi di successo,
- listini.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**

Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233

**Perugia:**

Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

banda di fornitori esterni per non creare disservizi al tuo sito e alla tua rete aziendale;

- le procedure di **iscrizione** e **cancellazione**, che è preferibile che siano completamente automatiche;
- il **database** degli indirizzi email, che può essere organizzato con differenti modalità, ciascuna con dei pro e dei contro.

## 6 Come realizzare newsletter efficaci

### Definizione di Newsletter

Per newsletter intendiamo una comunicazione via email con lo **stesso** contenuto inviato a **più** destinatari, quali clienti, potenziali clienti e rivenditori, relativa, ad esempio a uno o più dei seguenti argomenti: informazioni editoriali, inviti a eventi o webcast, novità di prodotto, promozioni, comunicati stampa, rassegna stampa, casi di successo e listini.

### I 13 principali elementi che contribuiscono al miglioramento dell'efficacia

Per **aumentare** l'efficacia delle tue newsletter devi usare al meglio ciascuno dei 13 principali elementi che **contribuiscono** significativamente al miglioramento del risultato:

#### • IL PIANO EDITORIALE

Con una **pianificazione** precisa dei contenuti in funzione degli obiettivi di marketing e di vendita si aumenta notevolmente l'efficacia della newsletter e quindi va redatto un piano editoriale delle newsletter da inviare.

#### • LA FREQUENZA DI INVIO

I risultati di una newsletter aumentano se la comunicazione avviene a **intervalli** di tempo **regolari**, in modo che i destinatari si abituino a ricevere informazioni via email da quel mittente.

#### • IL MOMENTO DELL'INVIO (GIORNO E ORA)

Le persone leggono le email prevalentemente in determinati giorni e orari, per cui, a parità di condizioni, il momento dell'invio **influenza** i risultati e varia in funzione del target.

#### • I CONTENUTI IN RELAZIONE AGLI OBIETTIVI

Una volta aperta la newsletter, i destinatari la leggeranno con **maggiore** o minore **attenzione** a seconda di come è scritta, di come sono distribuite le notizie, di quanto sia chiara la comunicazione.

#### • L'OGGETTO

È la **prima** cosa che i destinatari delle newsletter vedono e in base ad esso decidono se aprirla e **leggerla**, oppure cancellarla.

## COME REALIZZARE NEWSLETTER EFFICACI: I 13 PRINCIPALI ELEMENTI PER MIGLIORARE I RISULTATI

- Piano editoriale,
- frequenza,
- momento,
- contenuti,
- oggetto,
- mittente,
- indice
- link,
- 'chi siamo',
- allegati,
- lunghezza,
- formato,
- cancellazione.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
 Via Vincenzo Monti 8  
 Tel. 02/46712222  
 Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
 Via Mario Angeloni 43/a  
 Tel. 075/500.44.35  
 Fax 075/500.44.95  
 info@salesware.it  
 www.salesware.it

### • IL MITTENTE

Chi riceve la newsletter, decide di aprirla in base alla **fiducia** e alla **conoscenza** che ha dell'azienda che la invia, e quindi presta molta attenzione al mittente, che contribuisce anche all'immagine (branding) aziendale.

### • L'INDICE

Quando una newsletter contiene più di una notizia, è utile mettere all'inizio un indice degli **argomenti**, perché il cliente che apre l'email legge subito le **prime** righe, e non va di solito fino in fondo. L'indice quindi aiuta a informare subito dei vari contenuti.

### • I LINK IN FUNZIONE DELL'OBIETTIVO

I destinatari decidono in pochi secondi dall'apertura della newsletter su quali **link** al suo interno cliccare, per approfondire gli argomenti di loro interesse; di conseguenza, la scelta dei vari link da inserire e del dove posizionarli va fatta con molta **attenzione**, di volta in volta in funzione degli obiettivi di comunicazione, di marketing e di vendita.

### • IL CHI SIAMO E I LINK ALLE PRINCIPALI SEZIONI DEL SITO

I vari destinatari, sia che siano clienti che potenziali clienti, hanno una conoscenza non omogenea dell'azienda che spedisce la newsletter, e una sezione 'chi siamo' in fondo al testo, con dei link alle principali sezioni del sito, **contribuisce** ogni volta a **ricordare** di cosa si occupa l'azienda e al **cross selling** e **up selling** di prodotti e servizi.

### • GLI ALLEGATI

Per approfondire determinati argomenti della newsletter, è spesso utile e talvolta indispensabile fornire **anche** file allegati, quali, ad esempio, Acrobat PDF, Word, Excel e Power Point, senza però appesantire troppo, in termini di occupazione di spazio, la dimensione dell'email.

### • LA LUNGHEZZA

I destinatari, una volta aperta la newsletter, è bene che trovino con **semplicità** e in tempi rapidi ciò che interessa loro e quindi la **lunghezza** delle varie notizie va scelta con molta **cura**.

### • IL FORMATO TESTO O HTML

Ciascuna delle due alternative ha dei vantaggi e degli svantaggi; la scelta **dipende** sia dal target che dall'obiettivo della comunicazione.

Una volta scelto il formato, è utile conoscerne in dettaglio le **caratteristiche**, conoscendo gli errori da evitare e come usarlo in modo **ottimale**.

### • LA PROCEDURA DI CANCELLAZIONE

La legge sulla Privacy prevede che il destinatario possa in





**PER FARE EMAIL  
MARKETING CON  
SUCCESSO USA I  
NOSTRI SERVIZI  
E PARTECIPA AI  
NOSTRI CORSI  
DI MEZZA  
GIORNATA**

**ogni momento** cancellarsi dalle newsletter, e la procedura è utile che sia **semplice**, intuitiva e possibilmente **automatica**.

Se l'utente non riesce a cancellarsi, a causa della procedura poco chiara o non funzionante, può fare una denuncia al Garante della Privacy.

## **7 Per fare con successo l'Email Marketing per vendere, fare cross selling e up selling, fidelizzare i clienti e i rivenditori, acquisirne di nuovi e aumentare il ROI, usa i nostri SERVIZI, partecipa ai nostri CORSI di mezza giornata e leggi il BLOG di Eugenio La Mesa**

Per usare in modo **efficace** l'Email Marketing e massimizzare i tuoi risultati per:

- **aumentare** le vendite della tua azienda;
- **fidelizzare** i tuoi clienti e i rivenditori;
- fare operazione di **cross selling** e **up selling**;
- **acquisire** nuovi clienti.

### **Partecipa ai nostri corsi di mezza giornata con relatore Eugenio La Mesa**

- **'Come Impostare una Strategia di Email Marketing di Successo e aumentare il ROI'**
- **'Come Realizzare Newsletter Efficaci e aumentare il ROI'**

nei quali forniamo per ciascun argomento del corso **linee guida**, **indicazioni pratiche** e **casi di successo** frutto della nostra esperienza pluriennale e durante i quali puoi fare a Eugenio La Mesa **domande** relative alle esigenze di Email Marketing della tua azienda.

Sul nostro sito trovi il programma, le FAQ, le date e le sedi.

### **Usa i nostri servizi**

- il **software** EM1, con il monitoraggio in tempo reale dei risultati e la nostra consulenza di marketing prima, durante e dopo ogni singolo invio;
- **consulenza strategica**: Email Marketing **strategy audit** per **vendere**, **fidelizzare** clienti e rivenditori, **acquisirne** di nuovi e aumentare il **ROI**;
- la **redazione** dei testi delle newsletter e delle pagine HTML.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it



## LEGGI LA RUBRICA EMAIL MARKETING A CURA DI SALESWARE

su:  
**Microsoft,**  
**Mkt7** di Edipi.

## LEGGI IL BLOG DI EUGENIO LA MESA SULL' EMAIL MARKETING

con best practices,  
suggerimenti e  
strategie per fare  
Email Marketing  
con **successo** per  
**vendere**,  
**fidelizzare** i clienti  
e i rivenditori,  
acquisirne di **nuovi**  
e aumentare il  
**ROI**.

**SALESWARE S.r.l.**  
**Milano:**  
Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233  
**Perugia:**  
Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

## Leggi i nostri articoli e i suggerimenti sul sito Microsoft e su Mkt7 di EDIPI

Leggi **una selezione di nostre** interviste **pubblicate in questi  
anni** dalle **stampa** del **settore**:

[www.salesware.it/articoli.htm](http://www.salesware.it/articoli.htm)

**Adriana Galgano** e **Eugenio La Mesa** sono autori delle  
rubriche Email Marketing

- del sito **Microsoft**:  
[www.salesware.it/microsoft.htm](http://www.salesware.it/microsoft.htm)
- su **Mkt7** di **Edipi**:  
[www.salesware.it/mkt7.htm](http://www.salesware.it/mkt7.htm)

## Leggi il BLOG di Eugenio La Mesa sull'Email Marketing

Leggi il **blog** di Eugenio La Mesa con best practices, suggerimenti  
e strategie per fare Email Marketing con **successo** per **vendere**,  
**fidelizzare** i clienti e i rivenditori, acquisirne di **nuovi** e  
aumentare il **ROI**:

[www.salesware.it/blog/italiano](http://www.salesware.it/blog/italiano)

## Iscriviti alla nostra newsletter mensile dal nostro sito

Per essere aggiornato ogni mese gratuitamente su:

- nostri consigli per **aumentare** l'efficacia (risultati) e il  
**ROI** delle tue newsletter,
- gli ultimi post del **blog** di Eugenio La Mesa,
- **notizie** e **ricerche** relative all'Email Marketing.

**iscriviti** on line:

[www.salesware.it/newsletter.htm](http://www.salesware.it/newsletter.htm)

## Contattaci

Per informazioni sui corsi da mezza giornata, sui nostri servizi e  
per commenti sul white paper:

- compila il modulo  
<http://www.salesware.it/richiestainformazioni.htm>,
- manda un'email a [info@salesware.it](mailto:info@salesware.it),
- chiamaci ai numeri 02/46.71.22.22 e 075/500.44.35.

Adriana Galgano e Eugenio La Mesa  
Salesware.it  
Soluzioni per l'Email Marketing



## PERCHÈ NOI? I 10 PRINCIPALI MOTIVI PER PARTICIPARE AI NOSTRI CORSI

- specializzati su Email Marketing,
- sul mercato dal 2000,
- competenze sia tecnologiche che di comunicazione, marketing e vendita,
- servizio completo,
- clienti internazionali,
- durata mezza giornata
- numero limitato di partecipanti,
- relatore Eugenio La Mesa, al quale poter fare domande,
- acquisizione di indicazioni pratiche frutto della nostra esperienza pluriennale,
- come usare l'Email Marketing per vendere, fare cross selling e up selling, fidelizzare e acquisire.

### SALESWARE S.r.l. Milano:

Via Vincenzo Monti 8  
Tel. 02/46712222  
Fax 02/48013233

### Perugia:

Via Mario Angeloni 43/a  
Tel. 075/500.44.35  
Fax 075/500.44.95  
info@salesware.it  
www.salesware.it

## Chi siamo

Offrirti soluzioni, competenze, formazione, consulenza e software per realizzare azioni di Email Marketing in modo veloce, flessibile e efficace è il nostro obiettivo.

Salesware.it nasce dall'esperienza congiunta di due società, OTTANTAVENTI SRL, con sedi a Milano e Perugia, che dal 1973 si occupa di consulenza e formazione nel campo delle vendite, del marketing e della comunicazione e PUBLISOFT SRL, con sedi a Milano e Roma, società Microsoft Certified Partner, che dal 1985 opera nel settore delle tecnologie multimediali e delle applicazioni interattive su Internet. Publisoft nel 1997 ha vinto il premio Microsoft per la soluzione su Internet più innovativa.

Fondatori di Salesware.it sono Adriana Galgano (OTTANTAVENTI) e Eugenio La Mesa (PUBLISOFT), **coautori**:

- del **libro** "Vendere e comprare con Internet", edito da Sperling & Kupfer, primo libro pubblicato in lingua italiana sull'argomento Internet e giunto alla terza edizione,
- della rubrica Email Marketing sul sito **Microsoft**,
- della rubrica Email Marketing su **Mkt7** di **Edipi**.

Salesware.it **fornisce**:

- EM1, il servizio a noleggio, in modalità ASP per realizzare azioni di Precision Email Marketing rapide ed efficaci,
- corsi di formazione di mezza giornata relativi all'Email Marketing,
- consulenza di Email Marketing prima, durante e dopo ogni invio,
- consulenza strategica e formazione relative all'Email Marketing,
- la redazione dei testi e la realizzazione delle pagine HTML delle newsletter.

## Perché noi? Leggi i 10 principali motivi per partecipare ai nostri corso di mezza giornata

- 1) Specializzati al 100% solo su Email Marketing
- 2) Presenti sul mercato dei servizi di Email Marketing dal 2000
- 3) Competenze sia tecnologiche che di comunicazione, marketing e vendita con esperienza di business combinata di Adriana Galgano (Ottantaventi) e Eugenio La Mesa (Publisoft)

- 4) Forniamo un servizio completo, con software, consulenza, formazione, realizzazione testi e HTML delle newsletter
- 5) Clienti di importanza nazionale e internazionale
- 6) Come usare l'Email Marketing per realizzare gli obiettivi di vendita, cross selling e up selling, acquisizione e fidelizzazione
- 7) Durata del corso di mezza giornata
- 8) Risposte concrete alle tue esigenze di Email Marketing
- 9) Relatore Eugenio La Mesa
- 10) Acquisizione di tecniche, suggerimenti, linee guida, indicazioni pratiche e casi di successo relative agli argomenti del corso, frutto della nostra esperienza pluriennale

**SALESWARE S.r.l.**

**Milano:**

Via Vincenzo Monti 8

Tel. 02/46712222

Fax 02/48013233

**Perugia:**

Via Mario Angeloni 43/a

Tel. 075/500.44.35

Fax 075/500.44.95

info@salesware.it

www.salesware.it