

Il viaggio da iscritto a cliente: come vendere via email

Il viaggio da iscritto a cliente è un percorso che un potenziale cliente compie per diventare effettivamente un cliente dell'azienda. Durante questo percorso, l'email marketing può svolgere un ruolo fondamentale, aiutando a convertire gli iscritti in clienti effettivi.

Ecco alcuni suggerimenti su come vendere via email lungo il percorso del viaggio da iscritto a cliente:

1. Offri valore fin dall'inizio: Fin dalla prima email, offri valore al tuo pubblico. Puoi farlo fornendo informazioni utili, consigli, contenuti educativi e altro ancora. In questo modo, i destinatari delle tue email vedranno che sei un'azienda competente e affidabile.
2. Crea un rapporto con il tuo pubblico: Utilizza le email per creare un rapporto con il tuo pubblico, inviando contenuti personalizzati e rilevanti per i loro interessi. Puoi farlo segmentando la tua lista di contatti in base alle preferenze dei destinatari, in modo da inviare loro solo contenuti pertinenti e interessanti.
3. Utilizza la call to action (CTA): Ogni email dovrebbe avere una call to action (CTA) chiara e diretta, che spinga il destinatario a compiere un'azione specifica, come fare un acquisto o richiedere informazioni. Assicurati che la CTA sia ben visibile e piazzata in modo strategico all'interno della tua email.
4. Utilizza l'automazione: Utilizza strumenti di automazione per inviare email personalizzate in modo automatico in base all'interazione dei destinatari con

le tue email. Ad esempio, puoi inviare una serie di email di follow-up a coloro che hanno aperto una email ma non hanno ancora effettuato un acquisto.

5. Offri incentivi: Offri agli iscritti incentivi per diventare clienti, come sconti, omaggi o offerte speciali. Questo può essere un modo efficace per spingerli ad effettuare un acquisto.
6. Fornisci social proof: Utilizza le email per fornire social proof, come recensioni dei clienti o testimonianze, che dimostrino la qualità dei tuoi prodotti o servizi e incoraggino i destinatari a effettuare un acquisto.

In sintesi, per vendere via email durante il viaggio da iscritto a cliente, è importante offrire valore, creare un rapporto con il pubblico, utilizzare la CTA in modo strategico, utilizzare l'automazione, offrire incentivi e fornire social proof.