

3 MODI PER USARE I CONTENUTI CONDIZIONALI NELLE TUE MAIL

Se ti piace avere nuove idee per usare i contenuti condizionali con la massima efficacia nelle tue email, questa guida è stata pensata appositamente per te. Vedremo tre esempi per riuscire a spingere al massimo le tue campagne email grazie a questo potentissimo strumento.

INTRODUZIONE

I contenuti condizionali sono un ottimo modo per targettizzare i tuoi messaggi in base a specifici campi o tag. Puoi usare questo tipo di strumento sia nelle campagne, che nelle automazioni.

I contenuti condizionali servono per creare un messaggio personalizzato per l'utente: questo aiuta ad aumentare l'efficacia dell'attività di email marketing e ti permette di consolidare il rapporto con i tuoi utenti.

In questa guida andremo a vedere tre esempi dove il contenuto condizionale viene utilizzato con la massima efficacia: partendo da questi esempi potrai ottenere il massimo dai tuoi messaggi pubblicitari inviando il messaggio giusto all'utente giusto, in base ai suoi interessi e al suo comportamento.

ESEMPIO #1: TAGGARE PER INTERESSE

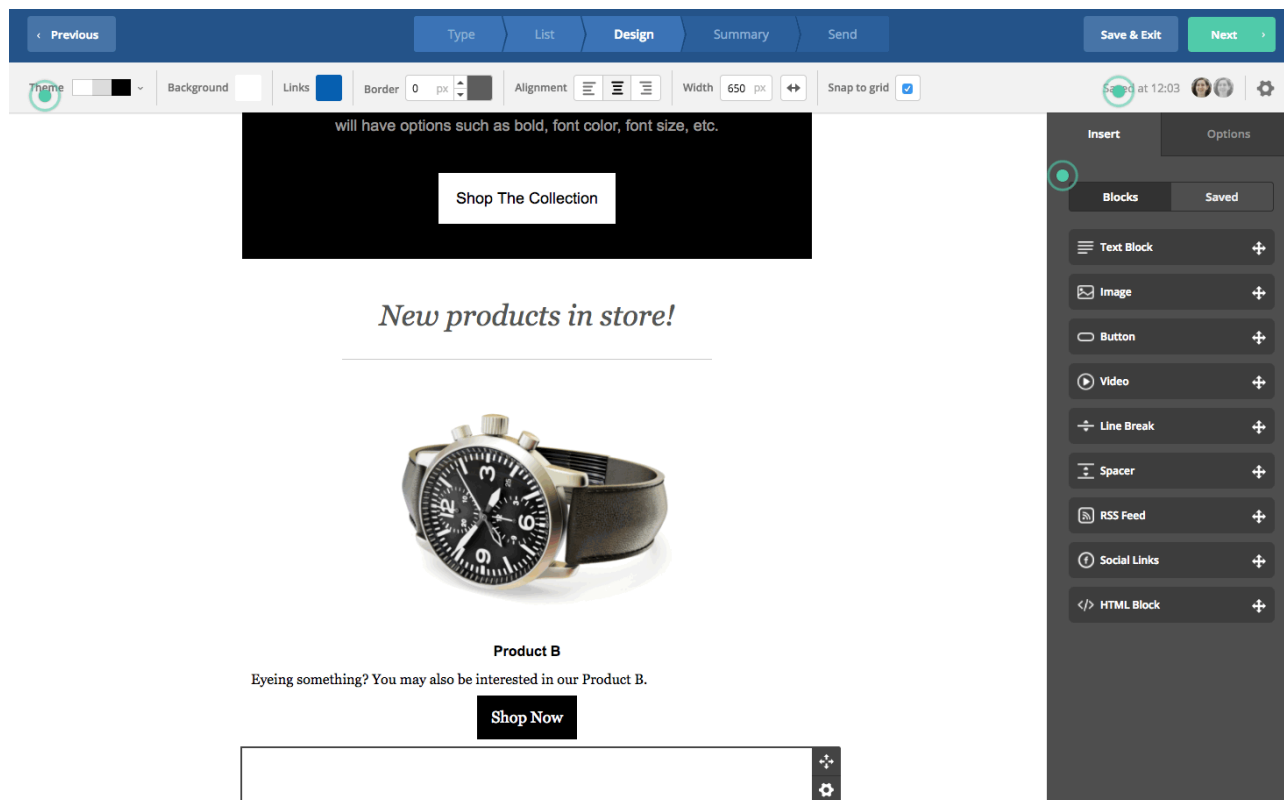
Puoi usare i contenuti condizionali con dei tag per personalizzare il contenuto in base a determinati interessi dei tuoi utenti.

Per esempio, se un utente visita molte volte una pagina di un Prodotto A, allora potresti inserire un'automazione per taggare questo utente per questo specifico interesse ("Interesse - Prodotto A").

Puoi anche utilizzare questo contenuto condizionale per fare un cross-sell molto efficace: se pensi che a questo utente possa interessare anche un prodotto B, puoi inviargli un messaggio maggiormente mirato.

Per farlo, devi semplicemente iniziare la creazione di una email dalla sezione Campaigns della piattaforma. All'interno dell'editor, ti basterà cliccare e trascinare un blocco di testo dal menu all'interno della tua campagna. Scrivi il tuo copy all'interno del blocco di testo e quindi clicca sull'icona dell'ingranaggio che appare sulla destra a selezionare "Make conditional".





Seleziona l'opzione "Tag exists" dal menu a cascata e poi inserisci il nome del tag (ad esempio "Interesse - Prodotto A").

Clicca su OK e sei a cavallo. Ora questo tipo di contenuto apparirà solo ai contatti che hanno tra gli interessi il "Prodotto A".

Puoi anche creare un contenuto aggiuntivo con l'immagine del prodotto B e renderlo condizionale per chi ha tra gli interessi il "prodotto A". Un'immagine del prodotto B ti aprirà un mare di occasioni per fare cross-selling.

ESEMPIO #2: USARE LE INFORMAZIONI GEOGRAFICHE IN UN CONTENUTO CONDIZIONALE

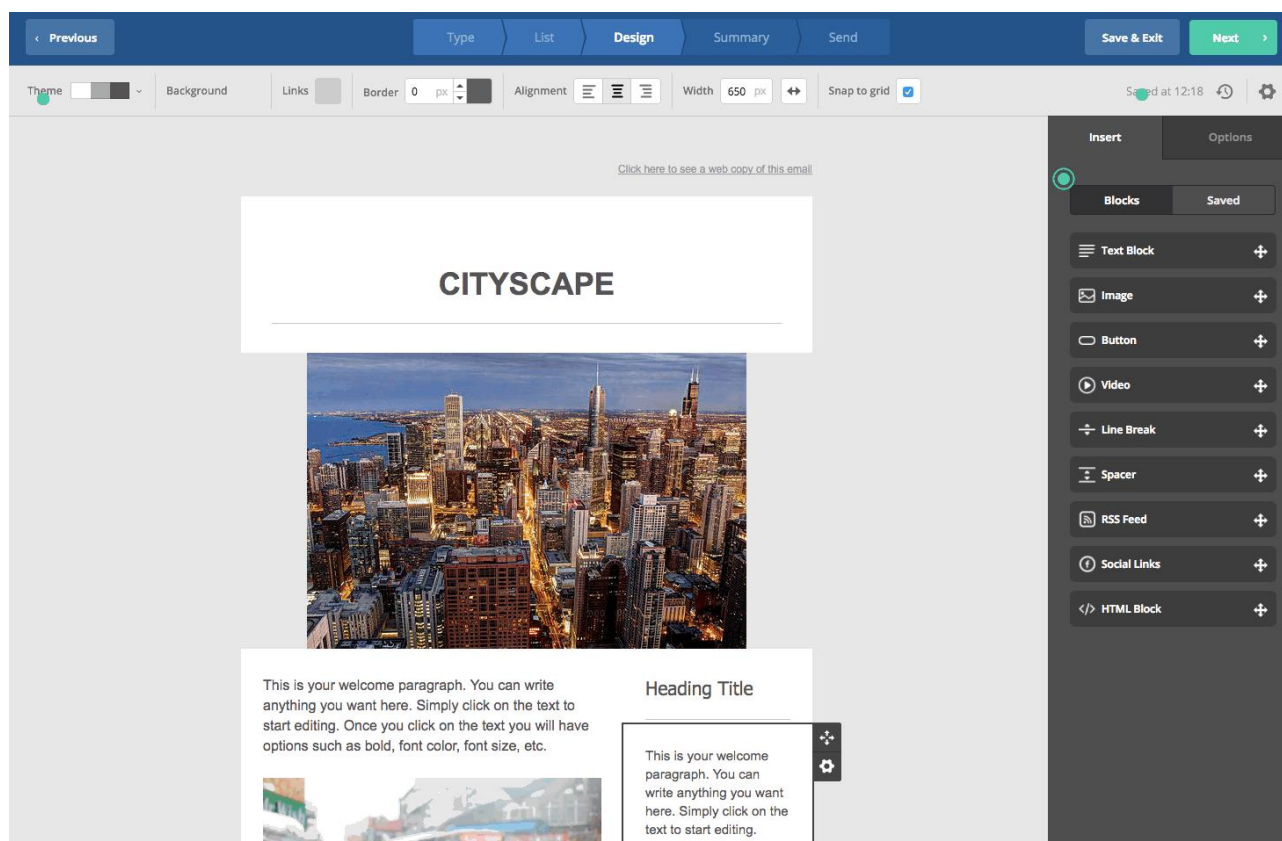
Puoi usare molte informazioni geografiche per creare un contenuto condizionale. Qualche esempio? La città o il paese dei tuoi contatti.

Immaginiamo che la maggior parte dei tuoi contatti sono localizzati vicino a tre grandi città: potresti voler inviare loro delle email con l'immagine delle relative città in cui vivono. La ragione potrebbe essere quella di inviare un messaggio maggiormente personalizzato per i tuoi utenti.



Nel pannello di controllo per la creazione delle tue email, aggiungi il blocco per inserire un'immagine all'interno del tuo editor e carica la prima immagine - ad esempio la foto di Roma. Quindi clicca sull'icona dell'ingranaggio che appare di fianco al contenuto e seleziona "Make conditional".

Seleziona l'opzione "GEO - City" dal menu a cascata e quindi scegli Roma:



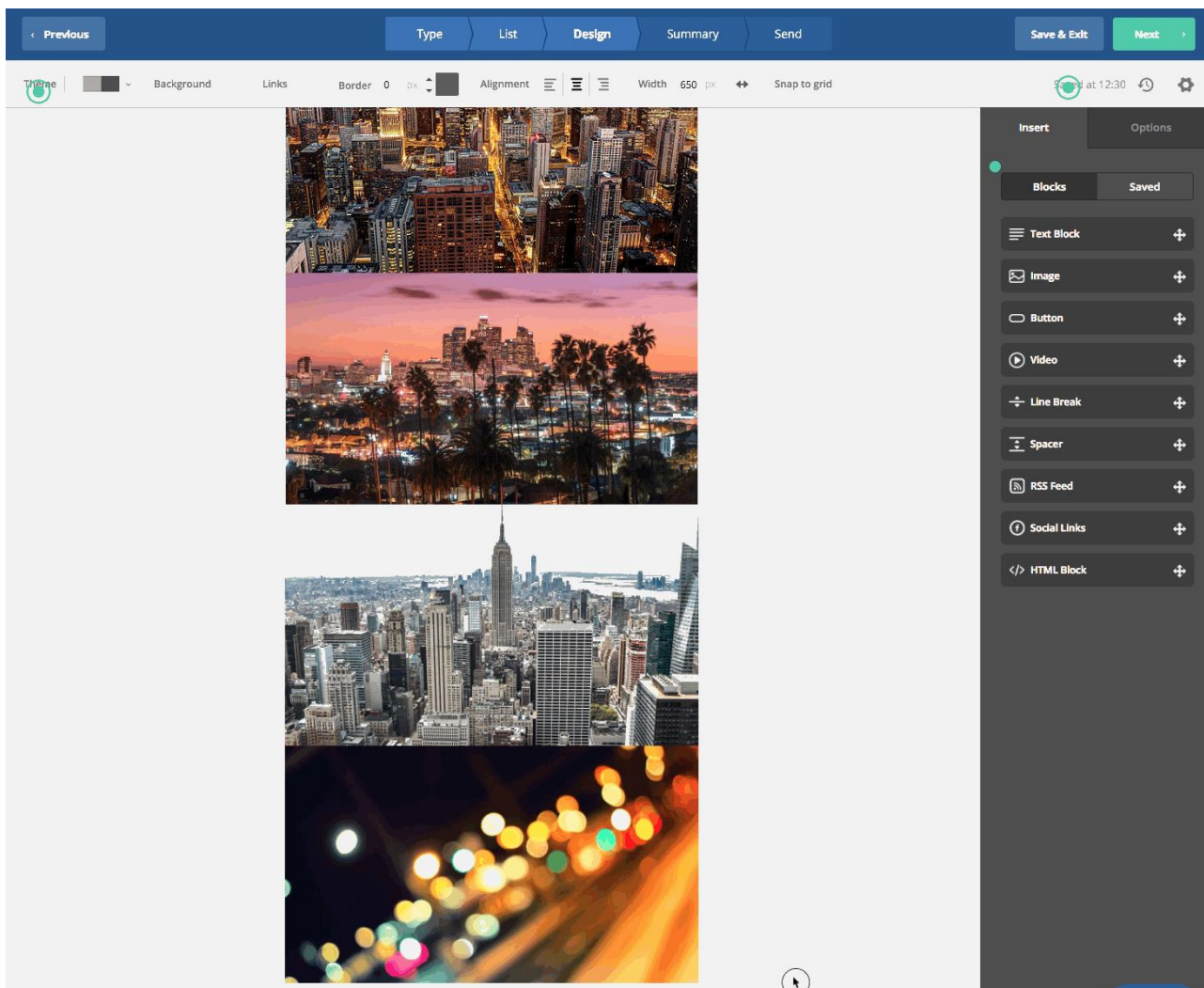
Ora la foto di Roma apparirà solo ai contatti che nel tuo database hanno Roma come città di residenza. Puoi creare questo tipo di contenuto condizionale per ogni tipo di città o provenienza geografica: ad esempio Milano e Napoli.

Ma alcuni dei tuoi contatti potrebbero non venire da nessuna delle tre grandi città descritte poco sopra. Come fare in questo caso? Molto semplice: ti consigliamo di inserire un contenuto condizionale con una foto e selezionare che debba apparire solo ai contatti che NON vivono vicino a queste città (cioè Milano, Roma o Napoli).

Per fare questo basterà aggiungere la foto e cliccare sull'icona dell'ingranaggio: successivamente seleziona "Make conditional". A questo punto basterà selezionare "GEO - City" (come hai fatto poco sopra), ma questa volta selezionare il segno di omissione dal menu sotto e cliccare su "Does not Equal (Is Not)" prima di scrivere, ad esempio, Roma.

Ora ripeti il procedimento anche per Milano e Napoli.





Quando hai finito clicca su OK. Ora questa foto apparirà solo a chi non abita vicino alle tre grandi città elencate sopra!

ESEMPIO #3: UTILIZZARE CON EFFICACIA I CONTENUTI CONDIZIONALI PER I GRUPPI

Se il tuo compito è gestire del personale, puoi utilizzare i contenuti condizionali per includere una firma personalizzata all'interno delle tue campagne email.

La prima cosa che devi creare è due campi personalizzati: ad esempio Assigned_Sales_Rep e Assigned_Sales_Rep_Email.

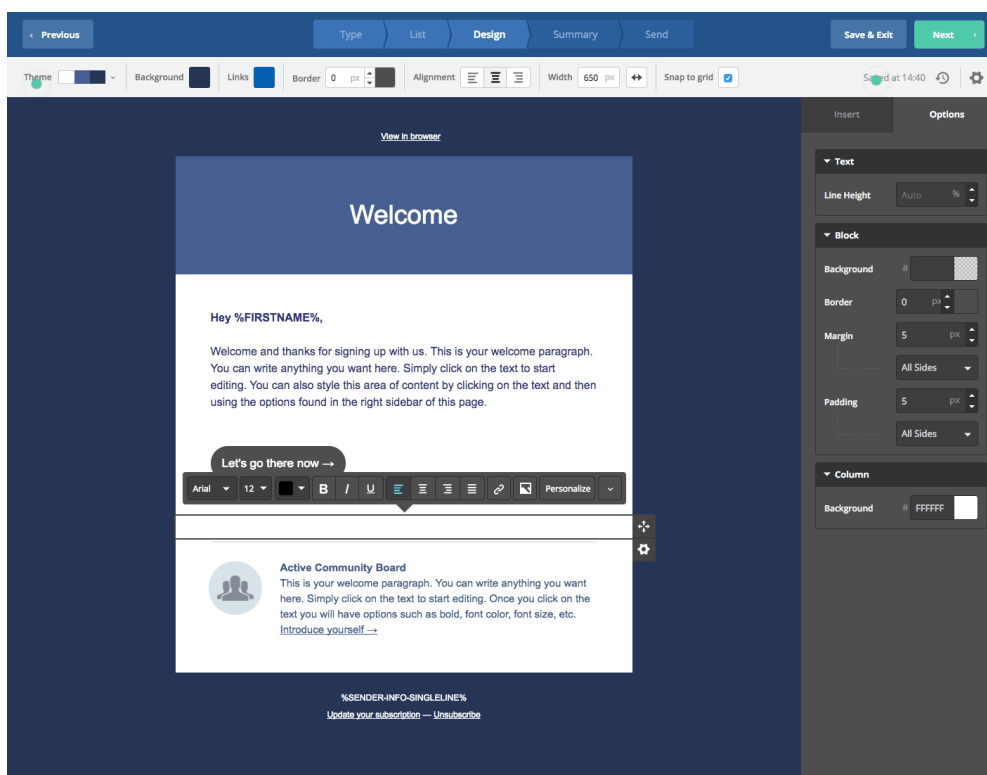
Una volta che hai creato i tuoi campi personalizzati, devi andare indietro alla sezione Campaign della piattaforma e cliccare sul pulsante verde New Campaign per iniziare la tua campagna email. Una



Articolo di [Roberto Tarzia](#) per [Active Powered](#)

volta che sei dentro l'editor per i tuoi messaggi email, aggiungi un nuovo blocco di contenuto come visto negli esempi precedenti.

Successivamente inserisci le informazioni della tua firma. Siccome in questo esempio stai creando i campi personalizzati per il rappresentante commerciale, puoi usare il campo personalizzato per inserire il nome e l'email del rappresentante destinato ad ogni contatto. Ti basterà cliccare sul pulsante Personalize all'interno della sezione Edit per trovare e selezionare il giusto campo personalizzato alla fascia della firma.



Una volta che hai finito di inserire le informazioni per la firma, ti basterà cliccare sull'icona a forma di ingranaggio di fianco al blocco del contenuto e cliccare su "Make conditional". Quindi seleziona Assigned_Sales_Rep dal menu a cascata e digita il nome del rappresentante commerciale, ad esempio "Mario Rossi". Poi clicca su OK.

Ora questo contenuto apparirà solo ai contatti a cui è stato assegnato Mario Rossi come rappresentante commerciale. Il tag personalizzato inserirà automaticamente il suo nome e il suo indirizzo email ai contatti giusti.



[View in browser](#)

Welcome

Hey Kara,

Welcome and thanks for signing up with us. This is your welcome paragraph. You can write anything you want here. Simply click on the text to start editing. You can also style this area of content by clicking on the text and then using the options found in the right sidebar of this page.

Let's go there now →

Sam Sells
kandersen+samsells@activecampaign.com
312-000-0000
[1 N. Dearborn, Chicago, IL](#)

Active Community Board
This is your welcome paragraph. You can write anything you want here. Simply click on the text to start editing. Once you click on the text you will have options such as bold, font color, font size, etc.
[Introduce yourself →](#)

ActiveCampaign, [1 North Dearborn Street, Suite 500, Chicago, IL 60602, United States](#)
[Update your subscription](#) — [Unsubscribe](#)

Puoi aggiungere tutti i blocchi di contenuto che vuoi ripetendo questo passaggio, a seconda del personale destinato a ciascuna categoria di contatti. Se quindi hai tre rappresentanti commerciali che si occupano di gestire i clienti basterà inserire tre diversi blocchi di contenuto, ognuno con le giuste informazioni e impostazioni.

E questo era l'ultimo esempio su come puoi sfruttare efficacemente i contenuti condizionali all'interno dei tuoi messaggi email per massimizzare il tuo impegno profuso nell'attività di email marketing.



Articolo di [Roberto Tarzia](#) per [Active Powered](#)

SCOPRI DI PIÙ

Se vuoi personalizzare al massimo i tuoi contenuti per essere sicuro che ciascun utente riceva il messaggio giusto, allora i contenuti condizionali sono quello che fa per te. Ricordati che questa funzione ti permette di ottenere il massimo dalle tue campagne email senza spendere troppo tempo per personalizzare ciascun messaggio.



Articolo di [Roberto Tarzia](#) per [Active Powered](#)