



LEGGERE LE STATISTICHE DI UNA CAMPAGNA EMAIL

 Difficoltà: Base  Tempo di lettura: 3 minuti

Saper leggere correttamente le statistiche delle tue campagne email è molto importante per poter capire non solo l'efficacia della singola campagna email ma della tua strategia in generale.

In questa guida:

Email inviate/recapitate (#1)

I bounces (#2)

Segnalazioni di spam e disiscrizioni (#3)

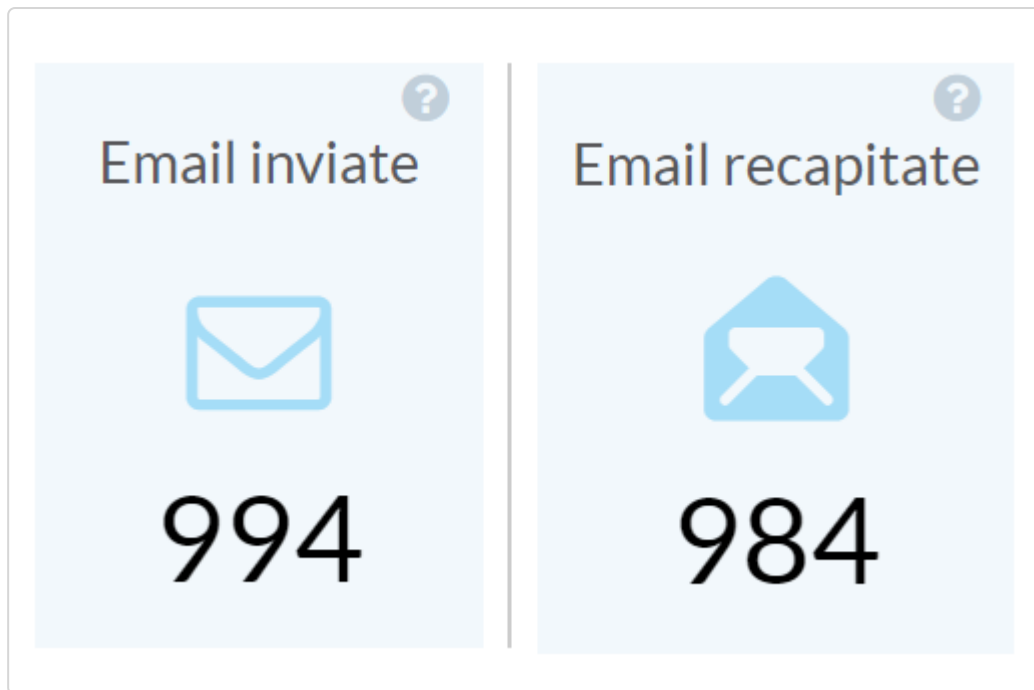
Aperture e click (#4)

Entrare nel dettaglio (#5)

Social (#6)

Email inviate /recapitate

Questo dato ti fornisce un primo importante feedback, ovvero quante email sono state inviate (al netto da eventuali soppressioni in invio) e quante di queste sono state recapitate. Con recapitate si intende che l'email è stata consegnata e presa in gestione dal provider di posta del destinatario. Le email recapitate ovviamente non potranno mai superare il valore delle email inviate, tuttavia può essere possibile che sia inferiore. Quando le email recapitate sono inferiori a quelle inviate ciò significa che si sono verificati dei bounces ovvero delle email che il provider di posta ha "rimbalzato" quindi non accettato.



I bounces

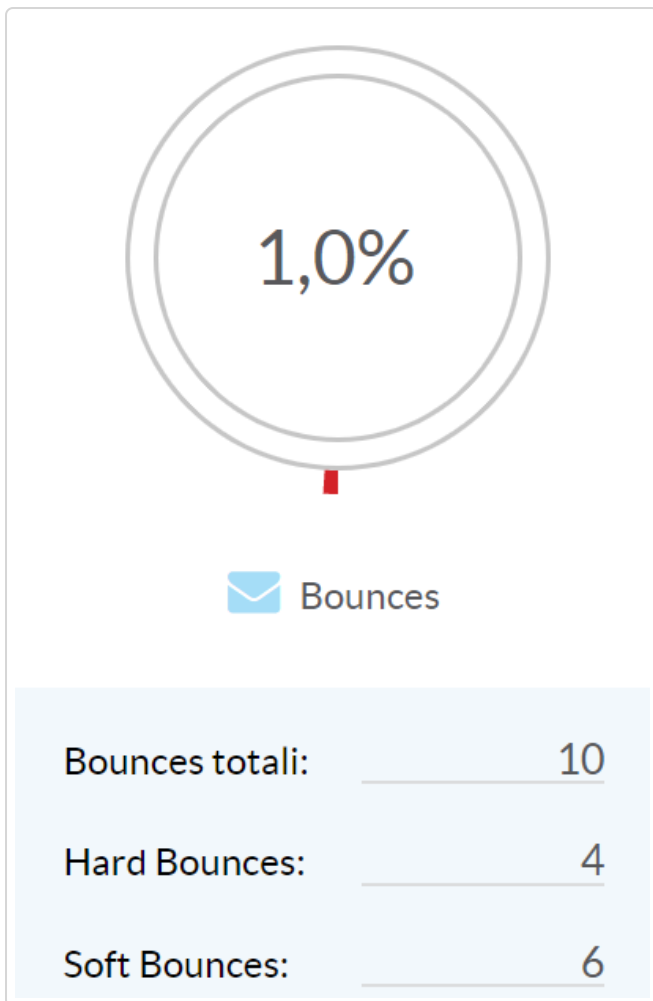
I bounces sono email che vengono "rimbalzate" ovvero che a seguito del tentativo di consegna non vengono accettate dal provider ricevente. I bounces possono dividersi in "soft" o "hard" vediamo qual'è la differenza:

1. Soft - un soft bounce è un errore di consegna lieve e potenzialmente temporaneo dato per esempio da una caselle di posta piena.
2. Hard - un hard bounce è un errore di consegna grave e permanente dato per esempio da un indirizzo email inesistente o non più attivo.

I soft bounces per quanto meno gravi degli hard sono dati da tenere sotto controllo in quanto potenzialmente identificano indirizzi di posta poco utilizzati da parte dei tuoi iscritti.

Gli indirizzi che rilevano un hard bounce vengono soppressi globalmente immediatamente per salvaguardare la tua reputation, mentre i soft bounce rimangono attivi in lista per ulteriori 15 invii, tuttavia se il medesimo indirizzo email registra per 15 volte un soft questo verrà soppresso globalmente.

Una lista con pochi bounce è indice di una buona lista, aggiornata e acquisita correttamente.



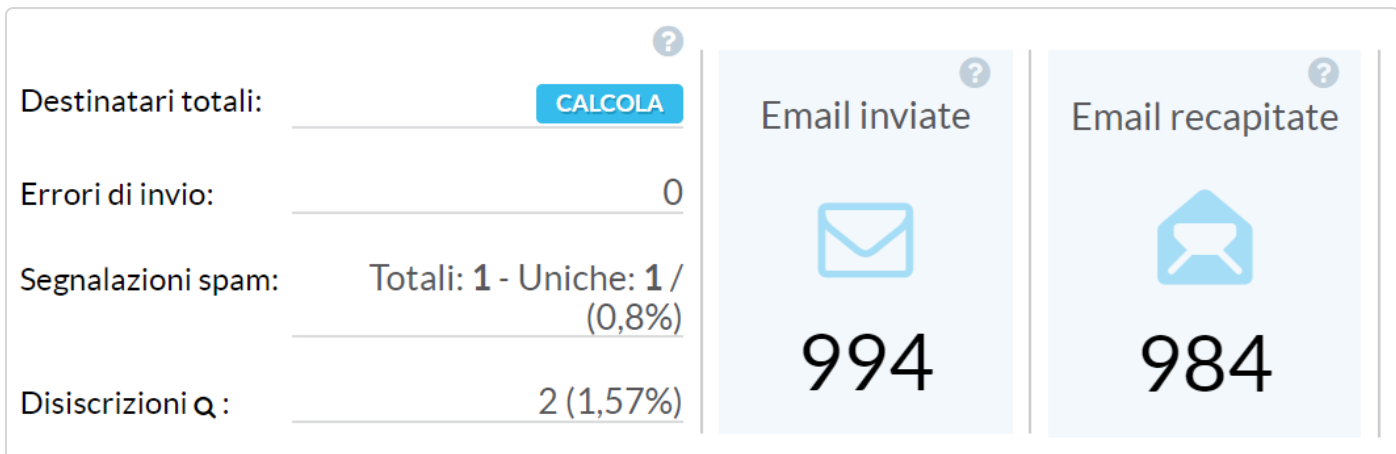
Segnalazioni di spam e disiscrizioni

Questi due dati statistici sono molto importanti perché indicano sia che la tua lista è stata acquisita correttamente sia che i contenuti che invii sono di reale interesse per i tuoi iscritti.

Le "segnalazioni di spam" vengono effettuate dall'iscritto direttamente sul suo client di posta ed è una dichiarazione molto forte a non voler ricevere più quelle comunicazioni sia perché non le trova di suo interesse sia perché le trova invasive e persistenti. Generalmente le segnalazioni di spam sono scaturite da utenti che si ritrovano a ricevere email senza essersi iscritti a nessun servizio.

Se hai ottenuto delle segnalazioni di spam rivedi attentamente i tuoi metodi di acquisizione contatti e i contenuti che invii siano di interesse per i tuoi iscritti oltre che chiari e affidabili.

Le "disiscrizioni" vengono fatte dai tuoi iscritti direttamente tramite il link di disiscrizione obbligatorio. La gravità è sicuramente minore rispetto alla segnalazione di spam, tuttavia può identificare un problema sul contenuto che invii se questo dato è molto alto. La disiscrizione è un chiaro segnale che il contatto non vuole più ricevere email perché non più interessato oppure perché non reputa interessante ciò che invii.

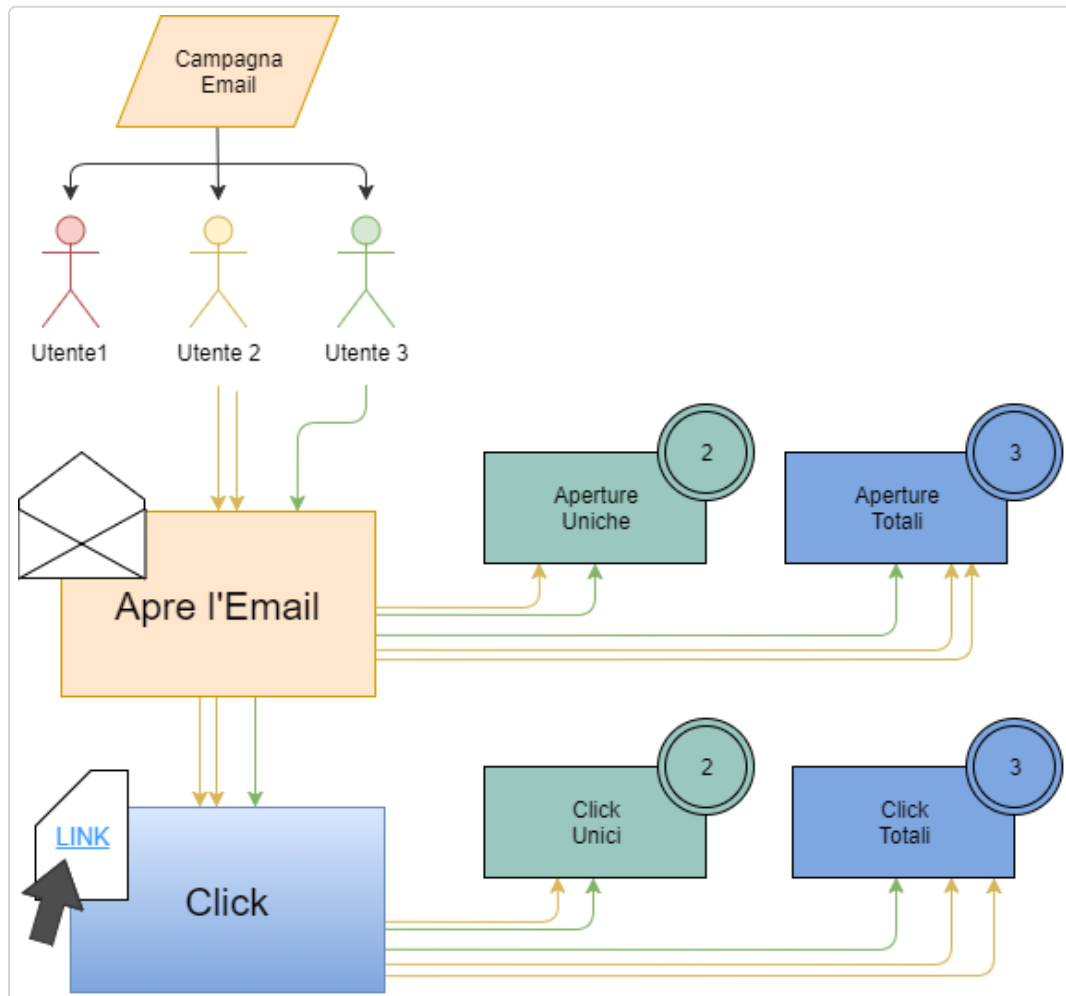


Aperture e click

Questi due dati identificano l'efficacia della tua campagna.

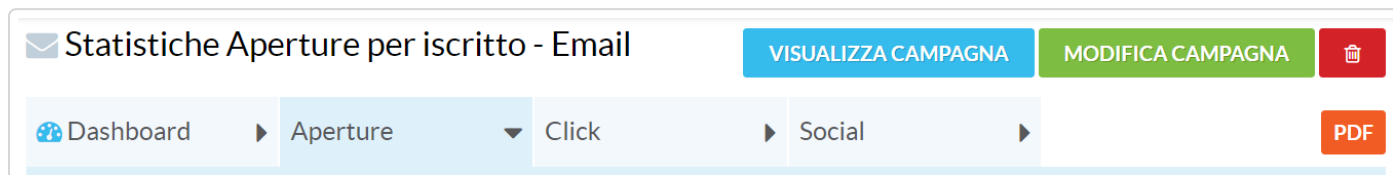
Possono dividersi in totali o uniche ovvero:

1. Aperture / click unici - Indica quanti utenti hanno aperto o effettuato un click sulla tua campagna.
2. Aperture / click totali - Indica il totale delle aperture e dei click fatti dai tuoi iscritti non unici (un iscritto può aprire più volte l'email o effettuare più click).



Entrare più nel dettaglio

Se desideri approfondire meglio le performance delle aperture e dei click puoi utilizzare il menu orizzontale della dashboard della campagna per accedere alle relative sezioni e avere i dati per:



Aperture

1. - Per iscritto
2. - Per dispositivo
3. - Per dominio
4. - Report geografico

Click

1. - Per iscritto
2. - Per link
3. - Per tag
4. - Sul browser
5. - Report geografico

Social

Se hai inserito nella tua campagna i bottoni di share suoi social nella sezione "Social" potrai verificare i click, le condivisioni e il tasso di viralizzazione (percentuale dei click effettuati sui link di condivisione).



Riassumendo:

Le email inviate vengono calcolate al netto delle soppressioni.

Le email consegnate sono le email che i provider di posta hanno accettato (la presa in carico di un'email da parte di un provider non implica che venga consegnata subito).

I soft bounce sono email non accettate dai provider di posta per errori temporanei come per esempio caselle di posta piene.

Gli hard bounce sono email non accettate dai provider di posta a causa di errori permanenti come per esempio indirizzi email inesistenti o non più attivi.

Le aperture e i click unici rappresentano i contatti che hanno aperto o cliccato la tua campagna.

Le aperture e i click totali rappresentano la somma di tutte le aperture o i click che la tua campagna ha ottenuto.