

APPROFONDIMENTO SULLE FUNZIONALITÀ

E-mail marketing con Adobe Journey Optimizer

Consegna e-mail personalizzate e rilevanti, sia per campagne pianificate sia per l'engagement in tempo reale, in contesto con il customer journey.

Gli esperti di marketing desiderano sfruttare al massimo l'impatto dei programmi di e-mail con messaggi personalizzati che coinvolgono ogni cliente e sono rilevanti rispetto al contesto e puntuali in base ai comportamenti dell'utente.

Le e-mail rimangono uno dei canali più efficaci per raggiungere i clienti su larga scala, ma sussiste il problema delle caselle di posta sovraccariche e piene di spam, che per le aziende sono un ostacolo all'obiettivo di catturare l'attenzione dei destinatari. Per superare questa sfida, gli esperti di marketing devono affiancare le campagne di e-mail marketing personalizzato con e-mail puntuali e altamente rilevanti basate sui comportamenti dell'utente in tempo reale. Questo approccio aiuta a eliminare alcuni ostacoli, a catturare l'attenzione e a promuovere maggiore engagement tramite e-mail.

Adobe Journey Optimizer permette agli esperti di e-mail marketing di mettere in pratica questo approccio in cinque aree chiave:



Campagne e-mail e percorsi. Una singola applicazione per l'invio di campagne on-demand e in batch e per percorsi con trigger in tempo reale.



Progettazione e personalizzazione delle e-mail. Strumenti utili agli esperti marketing per progettare e modificare le e-mail da zero, ma anche i modelli o l'HTML, personalizzando in base agli attributi dei profili, ai contenuti dinamici e al supporto multi-lingua.



Ottimizzazione e approfondimenti con l'IA. Intelligenza utilizzata per migliorare l'efficienza del flusso di lavoro, inviare i messaggi e le offerte giuste nel momento giusto e ottimizzare i programmi e-mail con decisioni, sperimentazione e reportistica sulle esperienze.



Recapitabilità. Funzionalità per il successo della consegna di e-mail che applica le best practice per l'acquisizione, l'autorizzazione e il mantenimento delle liste dei contatti, su larga scala, con l'ulteriore supporto per il monitoraggio, la diagnostica di problemi e il miglioramento delle prestazioni.



Conformità, consenso e privacy. Policy integrate per la privacy e la governance dei dati mirate al rispetto delle preferenze dei clienti, oltre ai programmi Privacy and Security Shield e Healthcare Shield per i settori con necessità di sicurezza avanzate.

Orchestra campagne e-mail e percorsi da un singolo punto.

Da una singola applicazione, gli esperti di e-mail marketing possono inviare sia campagne in batch basate sull'audience sia percorsi basati sugli eventi in tempo reale.

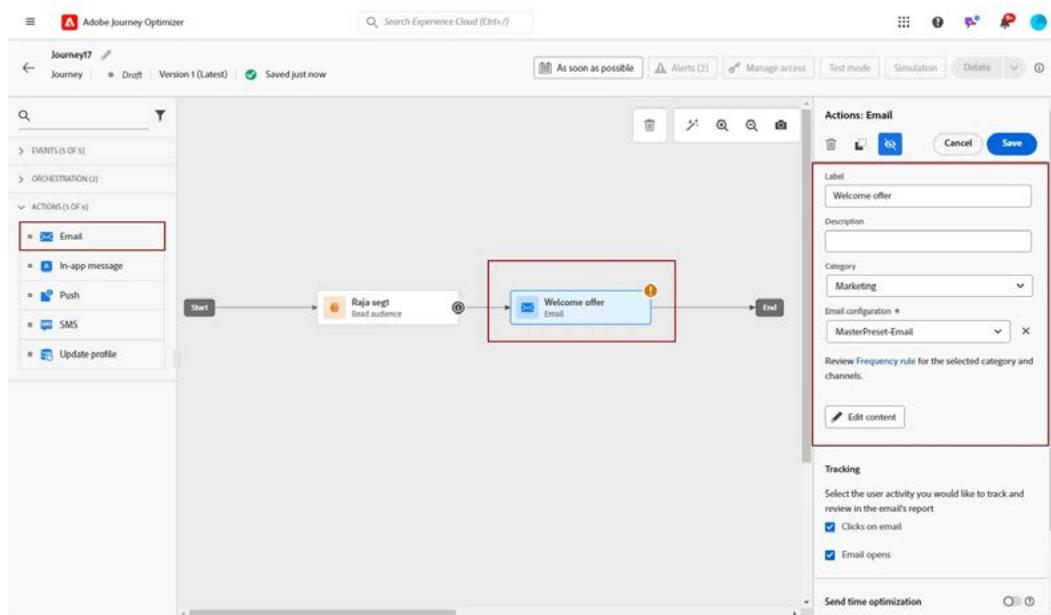
Campagne on-demand targettizzate

Le campagne e-mail in batch sono spesso alla base delle strategie di marketing e comunicazione dei brand. Creare e distribuire campagne e-mail pianificate oppure on-demand a una base di clienti o a un tipo di pubblico specifico è un modo rapido, semplice ed economico per informare sui prodotti, generare lead e creare brand awareness. Ad esempio, una catena di hotel di lusso può utilizzarle per incoraggiare nuove prenotazioni degli ospiti che hanno già soggiornato con loro inviando e-mail settimanali con appositi sconti. Oppure potrebbe inviare una newsletter mensile via e-mail a tutti i clienti per mostrare le strutture in destinazioni comuni o uniche.

Percorsi in tempo reale

Inviare e-mail in base agli eventi in tempo reale, ad esempio quando inizia la vendita dei biglietti di un evento, è uno dei modi migliori per migliorare l'engagement della clientela. Ma non solo: le e-mail possono anche integrarsi in un percorso a più fasi che risponde a ogni azione dei clienti e invia loro un messaggio in base al tipo di evento. Ad esempio, se un cliente fa un investimento può ricevere una serie di e-mail guida in cui gli vengono spiegate tutte le funzionalità principali della sua operazione bancaria.

Le e-mail possono anche integrarsi in un percorso a più fasi che risponde a ogni azione dei clienti e invia loro un messaggio in base al tipo di evento.



L'e-mail può essere inserita come parte del customer journey ed essere inviata dopo una specifica azione del cliente o un evento, ad esempio quando il cliente entra a far parte di un dato tipo di audience.

Comunicazioni coerenti tra i diversi canali

Le e-mail e le comunicazioni da altri canali outbound come SMS/MMS, in-app o notifica push, così come quelle dei canali inbound come i siti web, possono essere gestite molto facilmente grazie a Journey Optimizer. Dato che tutte le comunicazioni possono essere realizzate nel contesto dei percorsi in tempo reale dei clienti, gli esperti marketing possono mantenere la coerenza e ottimizzare la rilevanza delle comunicazioni per promuovere la conversione.

Progetta e-mail personalizzate per tutti.

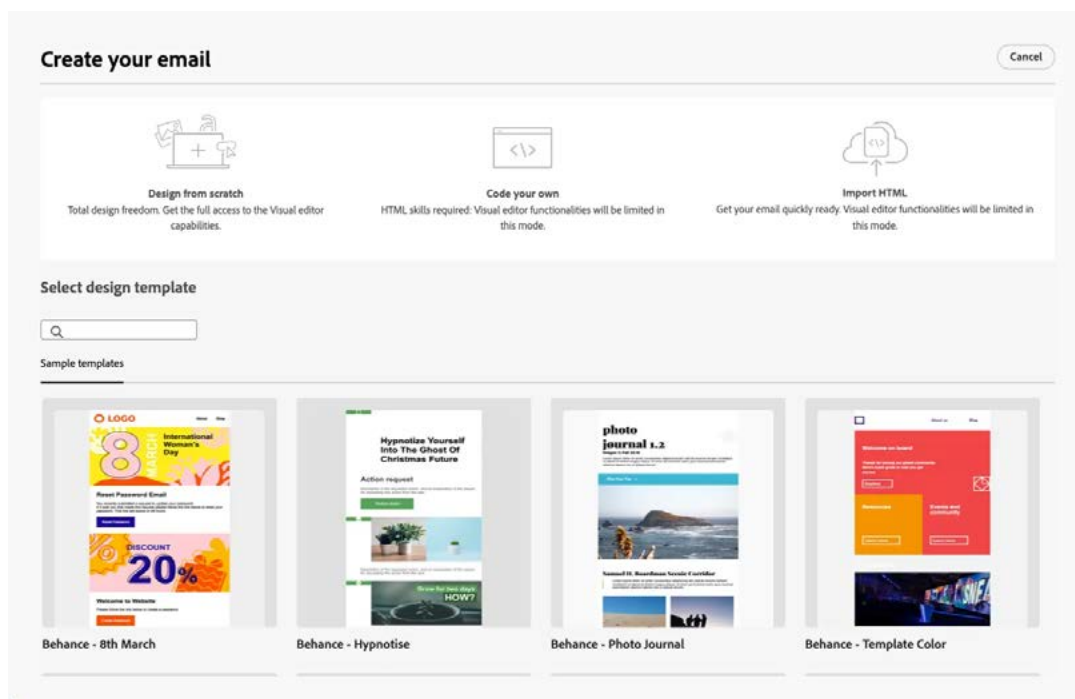
Gli strumenti utili per gli esperti marketing permettono di progettare e modificare le e-mail rapidamente con modelli, importazioni HTML o progetti creati da zero. Le funzionalità di personalizzazione, come le regole, i contenuti dinamici e il supporto multilingue, assicurano che il messaggio raggiunga tutti i tipi di audience e tutti i clienti in base alla loro posizione e alla loro lingua preferita.

E-mail designer per l'autoring flessibile

L'e-mail designer è un editor grafico a trascinamento che facilita la progettazione del layout, dei componenti di contenuto e delle immagini per ottenere e-mail estremamente coinvolgenti. I modelli pronti all'uso, l'accesso alle immagini Adobe Stock, i frammenti di contenuto riutilizzabili, la massima flessibilità sull'HTML e l'editing WYSIWYG (what-you-see-is-what-you-get) sono tutti elementi che accelerano i flussi di lavoro per la creazione di e-mail.

Creazione, importazione e conversione di file HTML

Un editor di codice HTML supporta le e-mail di codice in HTML da zero o l'importazione dell'HTML di un'e-mail oppure di un modello pre-esistenti. Il codice HTML importato viene automaticamente convertito in componenti di trascinamento per l'editing grafico e la personalizzazione nell'e-mail designer, facilitando e velocizzando il lavoro degli esperti tecnici e non che devono finalizzare le e-mail.



Le e-mail possono essere create in un editor grafico con un e-mail designer, codificare in HTML da zero o basate su codice importato da un'e-mail HTML.

Facile accesso alle risorse

Adobe Experience Manager Assets Essentials è una DAM leggera inclusa in Journey Optimizer. Essendo integrata, la DAM consente di archiviare, gestire, scoprire e distribuire le risorse digitali utilizzate nelle comunicazioni via e-mail tramite un'interfaccia singola oppure di sfruttarle direttamente dalle applicazioni Adobe Creative Cloud come Adobe Photoshop.

Attributi per la personalizzazione

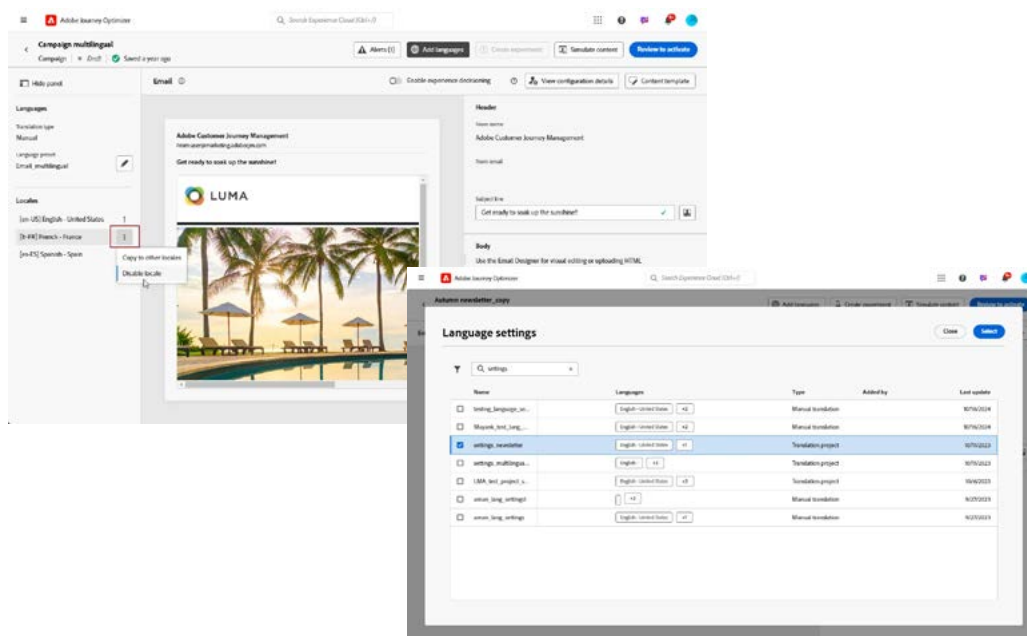
La personalizzazione basata sugli attributi dei profili cliente, come il nome e la posizione, possono portare i destinatari delle e-mail a percepire ogni messaggio come appositamente creato per loro. Come nel caso di un cliente che ha acquistato un'auto in una concessionaria e che riceve un'e-mail di congratulazioni in cui viene chiamato per nome, appare una foto dell'auto in questione e gli viene offerto un cambio di olio a 5.000 km. Questi tipi di e-mail personalizzate riescono infatti a coinvolgere i clienti e creare fidelizzazione.

Contenuti dinamici

Il generatore di regole permette un ulteriore passo avanti nella personalizzazione fornendo la capacità di impostare delle regole per adattare gli elementi delle e-mail in base agli attributi del profilo, agli eventi contestuali o all'audience. Tra gli elementi delle e-mail che possono essere dinamicamente personalizzati ci sono le righe di oggetto, il corpo, i link, le offerte e molto altro. I contenuti dinamici si adattano quindi ai singoli clienti che ricevono il messaggio, come nel caso dell'immagine per un utente di New York che si adatta dinamicamente includendo la Statua della Libertà.

Contenuti multilingua

Molti marchi hanno clienti in tutto il mondo e lavorano con fornitori di traduzioni di terze parti per creare versioni localizzate in più lingue di tutte le loro comunicazioni, comprese le e-mail. Dato che Journey Optimizer si integra con servizi di traduzione umana e automatica di terze parti, permette agli esperti marketing di aggiornare automaticamente le e-mail nella lingua del destinatario. In questo modo, un cliente che vive in Francia riceverà le e-mail in francese, mentre uno che vive in Giappone le riceverà in giapponese. Journey Optimizer fornisce anche flussi di lavoro efficienti per i marchi che eseguono le traduzioni direttamente in-house.



Quando Journey Optimizer si integra con un servizio di traduzione, specificare la lingua preferita dell'utente permette di aggiornare in automatico e pertinente il corpo di testo dell'e-mail.

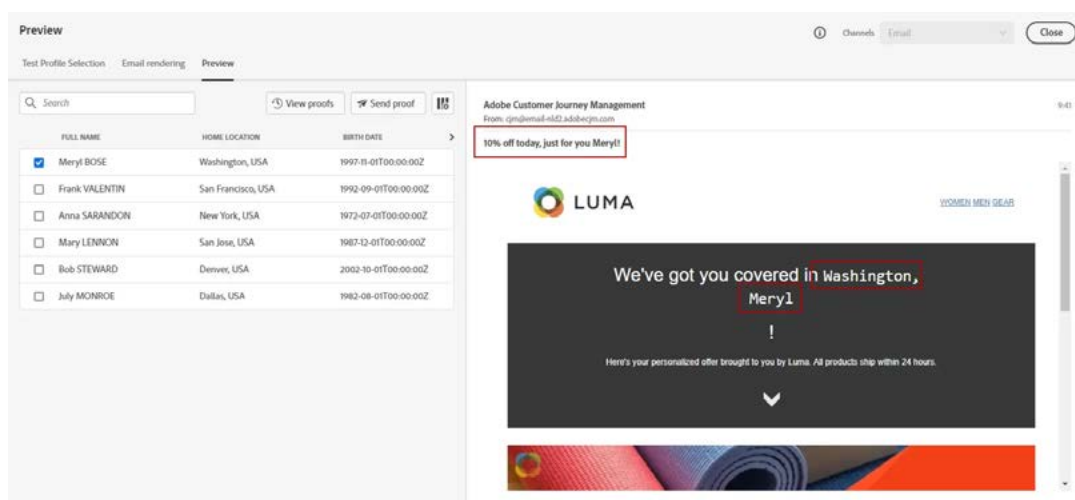
Blocco dei contenuti

Gli esperti marketing devono assicurarsi che gli elementi delle e-mail, come le intestazioni, gli stili dei font e i loghi, siano allineati e coerenti con il marchio. Inoltre, devono ridurre il numero di revisioni della qualità necessario per prevenire qualsiasi modifica indesiderata. Le e-mail, infatti, contengono anche contenuti governativi o relativi alla conformità essenziali, come link di iscrizione, dichiarazioni di non responsabilità e informazioni di contatto, che non devono essere modificabili. Journey Optimizer è utilissimo in questi casi, perché permette agli esperti marketing di bloccare interi modelli, elementi specifici o contenuti singoli di questo tipo per controllarli dettagliatamente.

Flussi di lavoro di approvazione, anteprima e verifica

Prima di essere inviate, le e-mail devono essere totalmente approvate e controllate. Infatti, è innanzitutto necessario assicurarsi che i contenuti siano precisi e ottimizzati. Journey Optimizer include flussi di lavoro di approvazione integrati, permettendo ai professionisti di richiedere le revisioni, le approvazioni e i commenti a persone specifiche prima dell'invio. I team di marketing possono assegnare ruoli, policy e responsabili dell'approvazione per tipo di campagna, percorso e canale, comprese le e-mail. In questo modo, i responsabili delle approvazioni possono revisionare, commentare e inviare notifiche automatizzate a membri del team specifici che dovranno eseguire le modifiche.

I profili di test utilizzati con le funzionalità di "simulazione dei contenuti" consentono agli esperti di e-mail marketing di visualizzare in anteprima e verificare i contenuti delle e-mail, compresi gli elementi personalizzati, prima di inviarle. Inoltre, grazie all'integrazione con Litmus, Journey Optimizer mostra anche un'anteprima dell'aspetto delle e-mail sui vari dispositivi e client.



L'utilizzo dei profili di test spiega prima dell'invio in che modo i contenuti, tra cui gli elementi personalizzati, appariranno nell'e-mail.

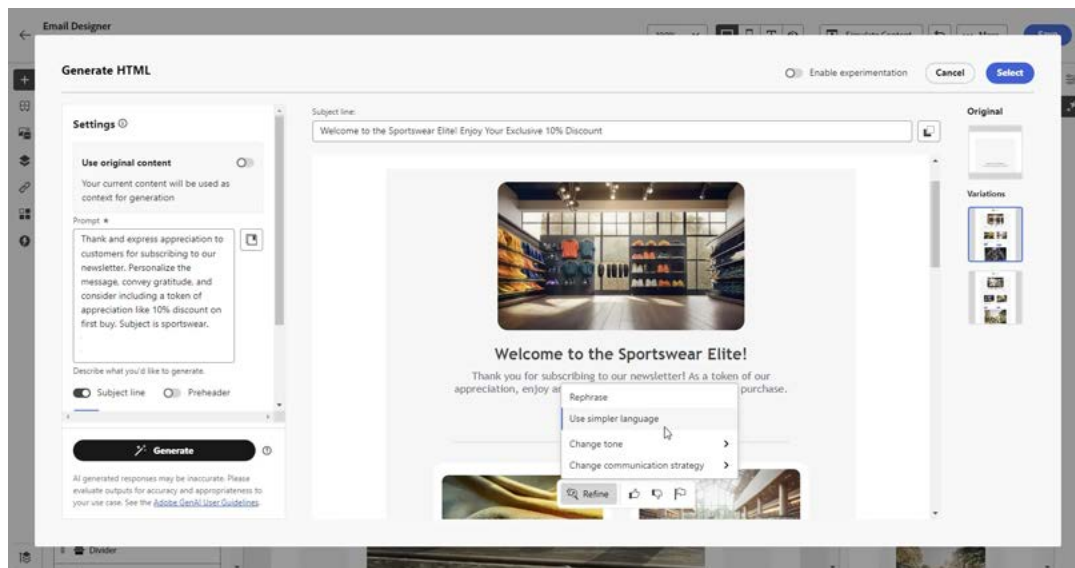
Fatti ispirare, ottimizza e ricava informazioni grazie all'IA

Gli esperti marketing possono sfruttare le potenti funzioni dell'IA generativa per creare e-mail, testi e immagini, ma anche per inviare i messaggi e le offerte giusti nei momenti giusti e per sperimentare con l'obiettivo dell'ottimizzazione dei programmi e-mail e dell'ottenimento dell'engagement massimo.

Assistente IA per la generazione di contenuti

L'[Acceleratore di contenuti con Assistente IA](#) in Journey Optimizer, che si basa sull'IA generativa, velocizza l'ideazione e la creazione delle e-mail generando messaggi coinvolgenti e in linea con il marchio secondo le linee guida di branding, e-mail e contenuti delineate. Inoltre, l'Assistente IA riesce a progettare i componenti

delle e-mail, come le righe di oggetto, le pre-intestazioni, il corpo di testo e le immagini, sia per e-mail singole che con modelli e-mail preselezionati. Per generare le e-mail, gli esperti marketing forniscono dei prompt basati sul linguaggio naturale, come "Ringrazia ed esprimi apprezzamento ai clienti per l'iscrizione alla nostra newsletter. Personalizza il messaggio, trasmetti gratitudine e includi un token di apprezzamento come il 10% di sconto sul primo acquisto. L'ambito è l'abbigliamento sportivo".



L'Acceleratore di contenuti con Assistente IA velocizza la creazione di e-mail e contenuti di qualità in base ai prompt di linguaggio naturale, al contesto e alle linee guida del marchio.

Ottimizzazione dei tempi di invio

Grazie all'IA, l'ottimizzazione dei tempi di invio prevede il momento migliore per inviare le e-mail a ogni cliente con l'obiettivo di perfezionare l'engagement in base allo storico delle aperture e al tasso di clic. Per migliorare i tassi di apertura e di clic delle e-mail, il modello di machine learning analizza le tempistiche di invio ottimali per ogni cliente considerando l'orario, il giorno e la combinazione di entrambi gli aspetti e pianificando di conseguenza la consegna, in modo da ottimizzare l'engagement.

Decisioni intelligenti nei flussi di lavoro di progettazione delle e-mail

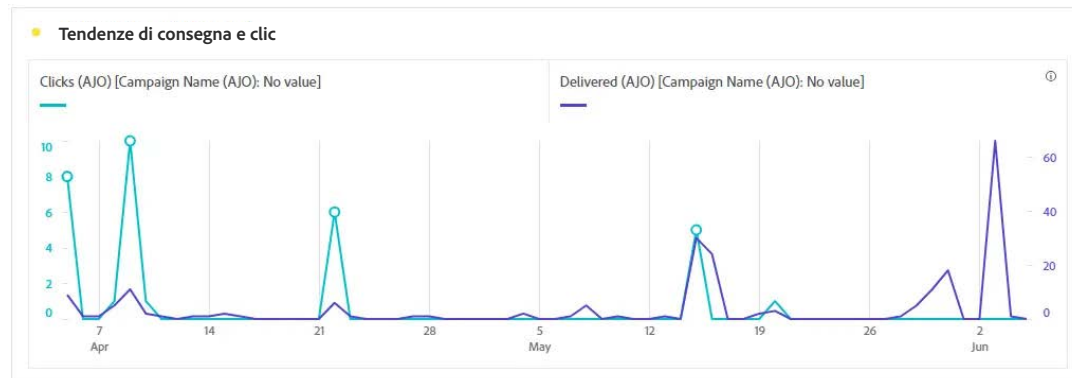
Durante la creazione dei messaggi nell'e-mail designer, possono essere prese delle decisioni in base alle regole definite dagli esperti marketing o alle linee guida IA per determinare l'offerta, il messaggio o il prodotto migliore per ogni e-mail. Ad esempio, si può decidere di inserire un'offerta che mostrerà uno sconto variabile in base al livello di fedeltà del cliente che la riceve.

Sperimentazione (test A/B)

Eseguire esperimenti su diverse varianti di e-mail, anche limitandosi all'oggetto, al corpo di testo e al mittente, aiuta a determinare quale delle opzioni ha più probabilità di raggiungere l'obiettivo aziendale. Le varianti vengono infatti indirizzate a una percentuale dell'audience definita dagli esperti marketing per valutarne le prestazioni. L'opzione di invio dell'attuale esperienza a una parte dell'audience mostra se la nuova variante dispone di prestazioni migliori. Quando l'esperimento ha individuato la variante migliore, questa può essere implementata senza interrompere le campagne in corso.

Reportistica e misurazione

I report che aggiornano i dati minuto per minuto forniscono una visione chiara delle prestazioni operative dei programmi e-mail. Quelli basati su grafici e tabelle indicano dei parametri chiave, ad esempio il numero di e-mail inviate, consegnate e rimbalzate, ma anche la percentuale di ricezione rispetto ai clic, quali link hanno generato più traffico e quali oggetti hanno funzionato meglio. Le prestazioni delle e-mail nel tempo possono essere revisionate anche utilizzando i dati storici, in modo da comprendere i tassi di consegna e interazione e la progressione del cliente nel percorso.



Il report sulle tendenze di consegna e clic mostra il numero di e-mail consegnate correttamente in una campagna, ma indica anche l'engagement generato dal numero di clic.

Migliora la recapitabilità con funzionalità pronte all'uso

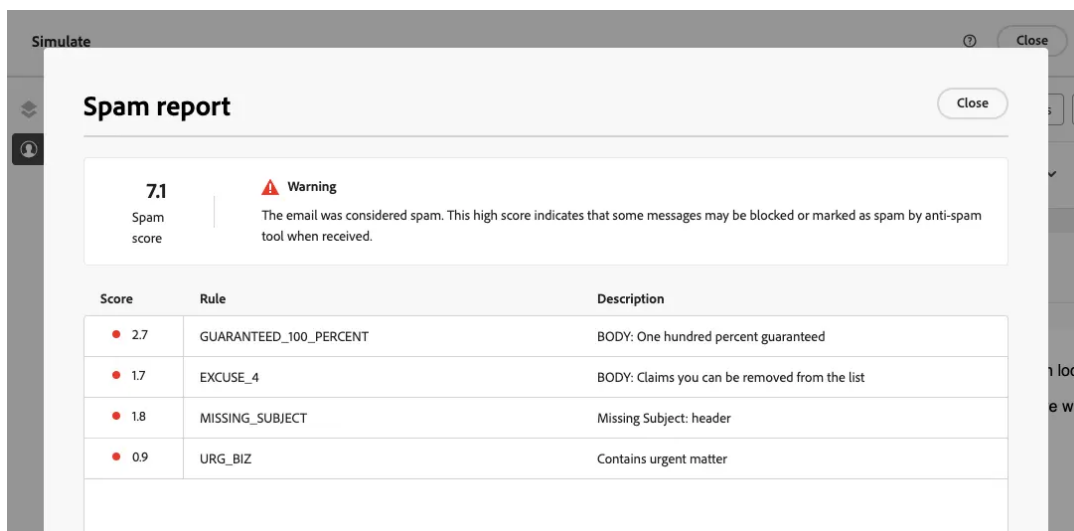
Journey Optimizer offre un set molto potente di funzionalità di consegna pronte all'uso, combinate con servizi strategici opzionali che monitorano, diagnosticano e introducono le migliori prassi per l'ottimizzazione del posizionamento nella casella di posta in arrivo e il controllo dei rischi legati alla consegna.

Preparazione efficiente degli IP

Per evitare che i clienti ricevano e-mail indesiderate, i fornitori di servizi Internet (ISP) e quelli di servizi e-mail (MBP) valutano e determinano la reputazione di ogni nuovo mittente. La preparazione degli IP aiuta quindi gli esperti marketing a mostrarsi affidabili e a impostare la reputazione di ogni nuovo indirizzo IP associato al programma di e-mail marketing. I flussi di lavoro automatici di preparazione degli IP in Journey Optimizer inviano metodicamente piccoli volumi di e-mail e li aumentano gradualmente nel tempo per migliorare la recapitabilità e creare una buona reputazione.

Analisi, test e avvisi sul controllo dello spam

Le funzionalità integrate di controllo degli spam analizzano i contenuti delle e-mail, gli oggetti, l'HTML e il corpo di testo per individuare i trigger più comuni degli spam e avvisare tempestivamente gli esperti di e-mail marketing per evitare potenziali problemi. Queste funzionalità offrono la possibilità di comprendere come funzionano i filtri spam, di regolare le strategie e di correggere i problemi, permettendo così di ridurre il rischio del contrassegno di spam e di ottimizzare la recapitabilità delle campagne e-mail. Tutto ciò aiuta a rafforzare la reputazione del marchio e a identificarlo come mittente affidabile.



La funzionalità di controllo anti-spam revisiona automaticamente le e-mail, contrassegna i problemi relativi a potenziali spam, valuta ogni problema in base alla gravità e fornisce un punteggio generale di spam, un feedback importantissimo che aiuta gli esperti marketing a migliorare le loro e-mail.

Velocità e scalabilità

I programmi di e-mail marketing devono gestire in modo efficace miliardi di profili, consegnare decine di milioni di messaggi personalizzati con offerte ogni ora e supportare la consegna rapida delle comunicazioni urgenti. Con Journey Optimizer, gli esperti marketing ottengono la velocità e la scalabilità aziendali necessarie per un programma e-mail di successo.

Servizio e strategia

Per i programmi di e-mail marketing con requisiti di recapitabilità delle e-mail più complessi e sofisticati, Adobe offre la possibilità di aggiungere pacchetti di consulenza premium per la recapitabilità. Questi pacchetti offrono supporto al prodotto e guida strategica, aiutano a diagnosticare i problemi, eseguono un monitoraggio proattivo e prevedono riunioni di riepilogo mensili e consulenza con esperti.

Assicura il rispetto degli standard di conformità, consenso e privacy

I clienti vogliono che i marchi rispettino la privacy dei loro dati e le loro preferenze di comunicazione. Per questo, Journey Optimizer offre diverse funzionalità che aiutano gli esperti marketing a rispettare questi requisiti per mantenere la fedeltà da parte dei clienti.

Lista di soppressione delle e-mail

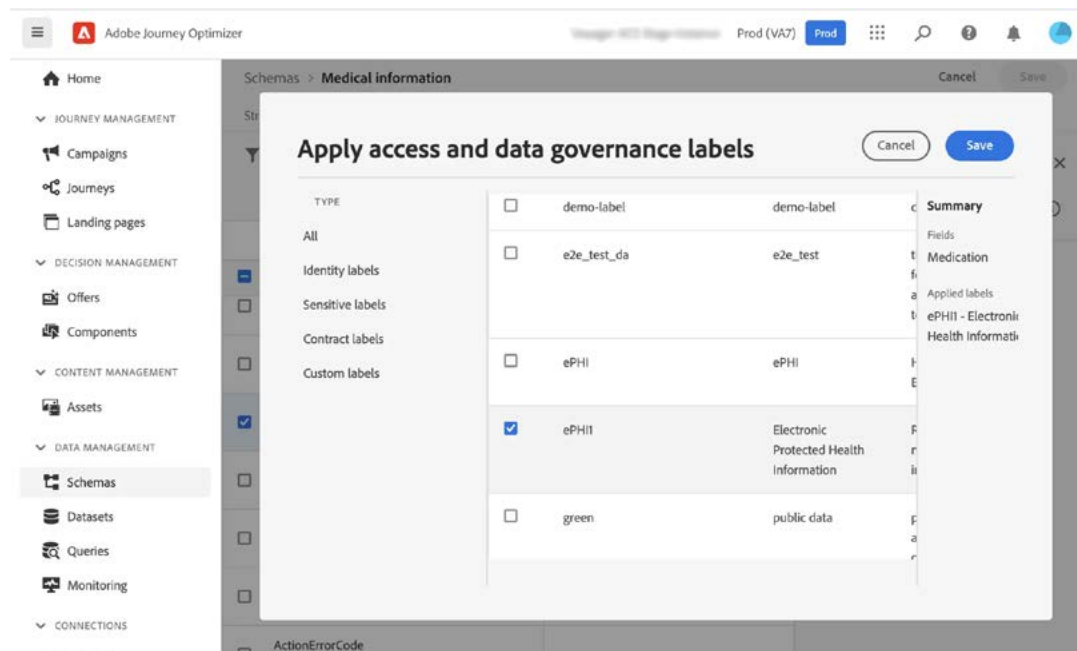
Utilizzare le liste di soppressione delle e-mail aiuta a evitare l'invio a indirizzi che non dovrebbero essere inclusi grazie al filtro di tali contatti durante la segmentazione. Le motivazioni per l'inclusione in una lista di soppressione possono essere diverse: un esempio sono i contatti che hanno segnalato i messaggi come spam, ma anche gli indirizzi con alto tasso di rimbalzo o quelli non validi.

Regole di frequenza delle e-mail

L'applicazione di una regola di frequenza delle e-mail aiuta a ridurre i problemi a livello di marketing e a rispettare le preferenze di comunicazione. Per esempio, alcuni clienti di una società di informazione potrebbero preferire un'e-mail settimanale di riepilogo delle notizie invece di aggiornamenti giornalieri o e-mail su temi specifici.

Governance per l'utilizzo, la registrazione e la tutela dei dati (DULE)

Per proteggere la privacy dei clienti, il framework DULE (Data Usage Labeling and Enforcement) di Adobe Experience Platform supporta i campi di registrazione con dati sensibili. Le policy sulla governance dei dati possono essere applicate su tutti i canali. Per esempio, registrare un campo che indica lo stato civile dell'utente come "marital_status_private" per un'operazione di "targeting e-mail" può impedire l'invio di un'e-mail che include i dati sullo stato civile del destinatario o che li utilizza per la personalizzazione.



Il framework DULE permette di indicare se un campo di dati contiene informazioni sensibili; in questo modo, le policy di governance dei dati possono impedire che tali informazioni vengano condivise o utilizzate per personalizzare contenuti e-mail oppure canali di comunicazione.

Privacy e sicurezza

Adobe prende sul serio la questione della privacy e della sicurezza dei dati e se ne occupa insieme a diversi gruppi di settore importanti, tra cui M3AAWG (Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group), ESPC (Email Sender and Provider Coalition) e DMA (Digital Marketers Act). Inoltre, nel caso di clienti di settori altamente regolati, Adobe offre pacchetti di privacy e sicurezza aggiuntivi per Experience Platform, ovvero il [Privacy and Security Shield](#) per quelli dei settori finanziari e l'add-on [Healthcare Shield](#) per il settore sanitario.

Informazioni su Adobe Journey Optimizer

Nativamente integrato nel leader di settore Adobe Experience Platform, Adobe Journey Optimizer aiuta i marchi a gestire le campagne omnicanale pianificate e i momenti uno-a-uno per milioni di clienti in un'unica applicazione nativa per il cloud, ottimizzando tutto il percorso clienti con decisioni e approfondimenti intelligenti.

Trova maggiori dettagli su Adobe Journey Optimizer e scopri come iniziare a usarlo nelle campagne di e-mail marketing più rilevanti.

Scopri di più

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a white, bold, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.