



DIRECT EMAIL MARKETING DIVISION

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



Direct Email Marketing (DEM) – Cos'è

Con l'acronimo DEM si intende l'**attività promozionale online** basata sull'invio di un messaggio pubblicitario tramite email verso una lista di utenti selezionati e targettizzati.

Una DEM viene inviata tramite posta elettronica agli abbonati di un database online (es. utenti registrati di un sito, società specializzate nel database marketing ecc.) e linkata al sito web dell'azienda sponsor.

Si distingue dalla sponsorizzazione di una newsletter **per l'esclusività del messaggio** che non veicola altro testo editoriale, dedicando l'intero corpo della comunicazione email allo sponsor.

La DEM è uno **strumento** particolarmente **efficace per raggiungere contatti qualificati**. Questa sua caratteristica determina gli **ottimi tassi di conversione** sia in click sia in lead (ordini, richieste informazioni ecc) ma anche costi unitari più elevati rispetto alle forme di comunicazioni online mass-oriented (es. banner).

L'azienda non acquista gli indirizzi email a cui inviare il messaggio, bensì soltanto il servizio di spedizione. In altri termini, una volta individuato il target della campagna pubblicitaria, si consegna il profilo alla società che gestisce il database. Quest'ultima estrapola una lista di utenti in target ed invia il messaggio pubblicitario via email soltanto a questi. L'azienda sponsor non conosce la lista degli indirizzi email a cui è stata inviata la comunicazione.

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



Quanto costa?

Il prezzo di una DEM è espresso in CPM (costo per mille spedizioni email). Il costo del servizio è determinato da tre fattori:

- Quantità: numero delle spedizioni (deliveries) acquistate.
- Qualità: accuratezza della selezione o vicinanza dei destinatari al proprio target.
- Qualità del database: serietà della società proprietaria del database nel rispettare le norme sulla privacy e informazioni disponibili sugli utenti registrati ('profilazione').

Come avviene la spedizione della DEM

Una volta acquistato il servizio l'azienda proprietaria del database e fornitrice del servizio provvede alla spedizione fisica della DEM.

La creatività pubblicitaria e il link di destinazione (landing page) sono forniti dall'azienda cliente. A questo punto l'azienda cliente non deve fare nulla.

L'acquisto di una spedizione pubblicitaria tramite DEM è facilmente misurabile. Alla fine della campagna il fornitore del servizio DEM riconsegna all'azienda cliente un report con i risultati sintetici ottenuti in termini di:

- Numero email spedite (deliveries)
- Apertura delle email. La percentuale dei destinatari del messaggio email che ha aperto la DEM.
- Numero dei click. La percentuale dei click ottenuti sulla DEM.

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



TARGET DEM è la divisione Direct di Direct Channel, specializzata dal 2007 nel Direct Email Marketing.

7.000.000 di contatti unici Italiani profilati **B2C** e **800.000 B2B**,
(dato in costante espansione).

Fonte B2C

➔ **Editori** qualificati nei comparti informazione su acquisti, intrattenimento, lavoro, informatica, community, spettacolo, tempo libero.

Fonte B2B

➔ Direct postale: profilabile per categoria merceologica, numero dipendenti, area geografica, fatturato.

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



Direct Email Marketing Division

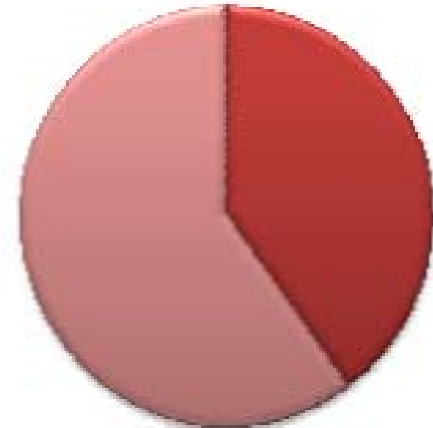
B2C

ETA'

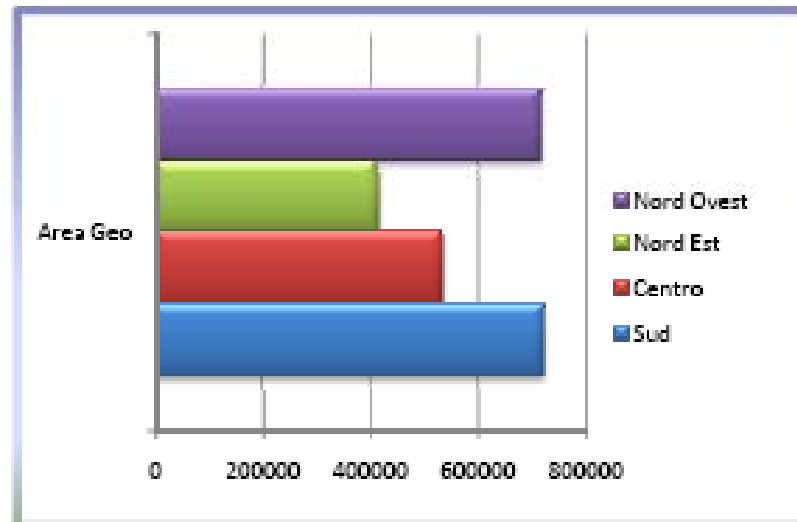


- 18-30
- 30-50
- over 50

SESSO



- Donne
- Uomini



Direct Channel

data base & marketing solutions



Direct Email Marketing Division

INTERESSI

- POSSESSORI VIDEOGAMES: 264.000
- PROPENSIONE SCOMMESSE ONLINE: 800.000
- INTERESSE BEAUTY: 900.000
- INTERESSE TURISMO: 500.000
- LAVORO: 1.700.000
- SENSIBILITA' CAUSE SOCIALI: 400.000

TITOLO DI STUDIO

- DIPLOMA MEDIA INFERIORE: 337.000
- DIPLOMA MEDIA SUPERIORE: 424.000
- LAUREA 153.000

PROFESSIONE

- IMPIEGATO: 125.000
- OPERAIO 109.000
- LIBERO PROFESSIONISTA: 94.000
- IMPRENDITORE: 46.000
- STUDENTE: 180.000

MICRO TARGET

- MAMME CON I FIGLI PICCOLI: 75.000
- POSSESSORI ANIMALI: 51.000
- LUXURY: 130.000
- STUDENTI SCUOLE SUPERIORI: 50.000
- APPASSIONATI FOTOGRAFIA: 31.000
- MOTORI ALTO STIPENDI: 90.000

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



Liste tenute vive nel rispetto della normativa sulla privacy

Fanno parte del nostro database solo liste che ci vengono concesse da Editori selezionati che raccolgono utenza nel pieno rispetto della normativa (Opt-in). Le liste sono mantenute vive grazie alle seguenti azioni che non le espongono a rischio di stress:

- **2 invii settimanali massimo** per ogni utenza in accordo con l'editore;
- **Oggetto e soggetto riconoscibili** dall'utente in modo da massimizzare il tasso di apertura delle email;
- Cancellazioni immediate;
- Aggiornamento settimanale nuovi iscritti;
- Bounce massimi compresi tra 0-2;
- **Partner tecnologico per l'invio** Kiwari.it riconosciuto dai maggiori provider di posta elettronica in modo da **non essere archiviati come spam e a garanzia della trasparenza del nostro operato**

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



SERVIZI CENTRI MEDIA – AGENZIE

Le agenzie rappresentano per TARGET DEM l'interlocutore per eccellenza. Alle agenzie pertanto è riservato un trattamento di assoluto privilegio.

- Massima velocità nei tempi di interrogazione del Database e di preventivazione campagne;
- Consulenza su eventuali profilazioni aggiuntive per rendere la campagna ancora più efficace;
- CTR con variazioni da un minimo dell'1% a un max 6% (click sul totale invii);
- Condizioni economiche di assoluto riguardo;
- Consultazione redemption in tempo reale con link riservato e possibilità di tracciamento;
- Assistenza continua per eventuale risoluzione problematiche tecniche o di efficacia legate alla creatività;
- Acquisizione di nuove liste in linea con i target più richiesti.

Inoltre siamo pronti ad accogliere eventuali richieste personalizzate in modo da creare una partnership sulla quale possiate fare affidamento nel tempo.



Caratteristiche tecniche del materiale utilizzato per veicolare le campagne DEM

Per poter veicolare correttamente una campagna di Direct email marketing, il cliente deve fornire la creatività nel rispetto delle seguenti caratteristiche tecniche:

- Utilizzare solo codice HTML standard. (obbligatorio)
- Larghezza massima del layout: 700 pixel. (obbligatorio)
- Background della creatività di colore bianco. (obbligatorio)
- No Gif Animate. (facoltativo, non garantiamo sul risultato della campagna)
- No animazioni Flash. (obbligatorio)
- No codice Javascript. (obbligatorio)
- No tag DIV (usare le tabelle = TABLE). (se proprio non può il cliente ci pensiamo noi)
- No tag Form (moduli per inserimento dati) (obbligatorio)
- No tag MAP (mappatura di più link per immagine) (se proprio non può il cliente ci pensiamo noi)
- No CSS esterni (fogli di stile) – utilizzare al loro posto i tag. (se proprio non può il cliente ci pensiamo noi)

Nell'eventualità in cui il cliente non sia in grado di uniformarsi ad alcune delle caratteristiche sopra elencate, è possibile consultare il nostro reparto tecnico, per valutare se queste possono essere corrette internamente senza sforzi particolari.

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions



Direct Email Marketing Division



DIRECT EMAIL MARKETING DIVISION



Via Pindaro, 17 – 20128 Milano
Tel. +39 02 252007.1 – Fax +39 02 252007.333
E-mail: info@directchannel.it
www.directchannel.it

**Direct
Channel**

data base & marketing solutions