

Usare i campi dinamici

Il campo dinamico (detto anche **tag dinamico**) è quella funzione che consente di creare particolari **codici “segnaposto”** da usare per personalizzare i messaggi. Questi segnaposto vengono sostituiti automaticamente nel momento dell'invio dai **dati relativi a ciascun destinatario**.

Più nel concreto, i campi dinamici sono elementi inseriti tra parentesi quadre (come ad esempio **[name]**), che la piattaforma riconosce e sostituisce con il valore corretto per ogni singolo **contatto in database**.

L'utilizzo delle variabili personalizzabili è fondamentale nel **mondo dei servizi**, per tutte quelle realtà che vogliono ricordare ai clienti **orari delle visite, sede di un appuntamento**, o avvisarli di un **cambio di orario**; così come sono fondamentali per tutte quelle realtà commerciali che comunicano **numeri di prenotazione, codici di acquisto o date di ritiro** del prodotto.

Oltre che nel corpo dell'email, un campo dinamico può essere inserito nell'**oggetto**, per dare evidenza e risalto a una parola, una frase, un brand.

1. I dati anagrafici (e quelli di sistema)

Tutti abbiamo ricevuto almeno una volta un'email da un'azienda che ha inserito il nostro nome nel corpo dell'email. Non si tratta dell'uso più innovativo dei tag dinamici, ma rimane comunque un must per l'email marketing. Solo il fatto che il mittente si sia preso la briga di inserire il mio nome nell'email può costituire un **valido incentivo all'apertura** della comunicazione. Ma i modi per sfruttare i **dati anagrafici** non si esauriscono al nome. Per una catena di ristoranti, ad esempio, sarebbe utile inviare email che contengono il riferimento alla città di residenza del destinatario. Ecco una lista di informazioni anagrafiche che possono essere inserite nei tuoi messaggi di posta elettronica grazie a tag dinamici.

- Nome
- Cognome
- Indirizzo email
- Numero di telefono
- Residenza (Città/Regione/Paese)
- Reddito familiare
- Titolo di lavoro
- Informazioni sulla società

Molti di questi dati, nella piattaforma MailUp, prendono il nome di **campi di sistema**, alcuni legati a proprietà del destinatario, altri legati a impostazioni del sistema. Nella [pagina dedicata](#) del nostro manuale trovi l'elenco completo.

2. I dati professionali per il B2B

Se sei un'azienda B2B, è molto probabile che tu stia raccogliendo **informazioni sui lead** per valorizzarli con **attività di profilazione**. Perché allora non utilizzare una parte di questi dati per personalizzare i messaggi di posta elettronica? Un esempio: se vendi macchine da caffè e conosci i segmenti di mercato a cui i tuoi clienti appartengono, puoi inviare email personalizzate di questo tipo: "Sappiamo quanto possa essere faticoso il mondo del [settoreaziendale]. I tuoi dipendenti possono contare su un buon caffè per affrontare la giornata?". Solo un esempio, ma che dà la misura di come i campi dinamici possano donare alle email un **maggior grado di rilevanza**. Ecco altre tipologie di informazioni professionali che puoi sfruttare con i campi dinamici:

- Nome dell'azienda
- Tipo di business (non profit, B2B, B2C, e-commerce, ecc.)
- Settore professionale
- Dimensioni dell'azienda/numero di dipendenti
- URL del sito
- Ricavi annuali
- Obiettivo di business
- URL del principale competitor

3. I dati social

Se invece il tuo database contiene destinatari con una **marcata presenza social** e conosci il loro profili sulle diverse piattaforme, puoi sfruttare queste informazioni per **promuovere campagne social o concorsi**. Ecco un esempio: "Ciao [twitterusername], stiamo lanciando un concorso tra i nostri contatti più attivi sui social media. Abbiamo pensato che la cosa potesse interessarti e saremmo felici se partecipassi". Di seguito è riportato qualche esempio di informazione relativo al bacino social:

- Username di Twitter
- Contatore dei follower Twitter
- URL della pagina di Facebook
- Comportamento/attività

4. I dati da CRM

Se invece la tua piattaforma di invio fosse collegata a un sistema CRM, potresti raccogliere dal sito web alcune **informazioni rilevanti sul comportamento e le attività** dei tuoi contatti. Dati che puoi convertire in campi dinamici per citare il loro comportamento e offrire qualcosa che integri quell'attività. Un esempio: "Il [datadisottoscrizione] hai attivato la tua piattaforma di prova gratuita. Hai ancora 20 giorni per sfruttare il suo potenziale: ecco una guida aggiornata per conoscerne tutti i segreti". Ma le possibilità di creare tag dinamici calibrati sul comportamento sono tantissime:

Sito di provenienza
Data della prima (o dell'ultima) conversione
Data della prima (o dell'ultima) visita
Ultima email aperta/cliccata
Data di inizio della trial
Data di richiesta demo
Data di contatto commerciale
Ultimo articolo acquistato
Nome dell'addetto commerciale assegnato
Settore/business di riferimento

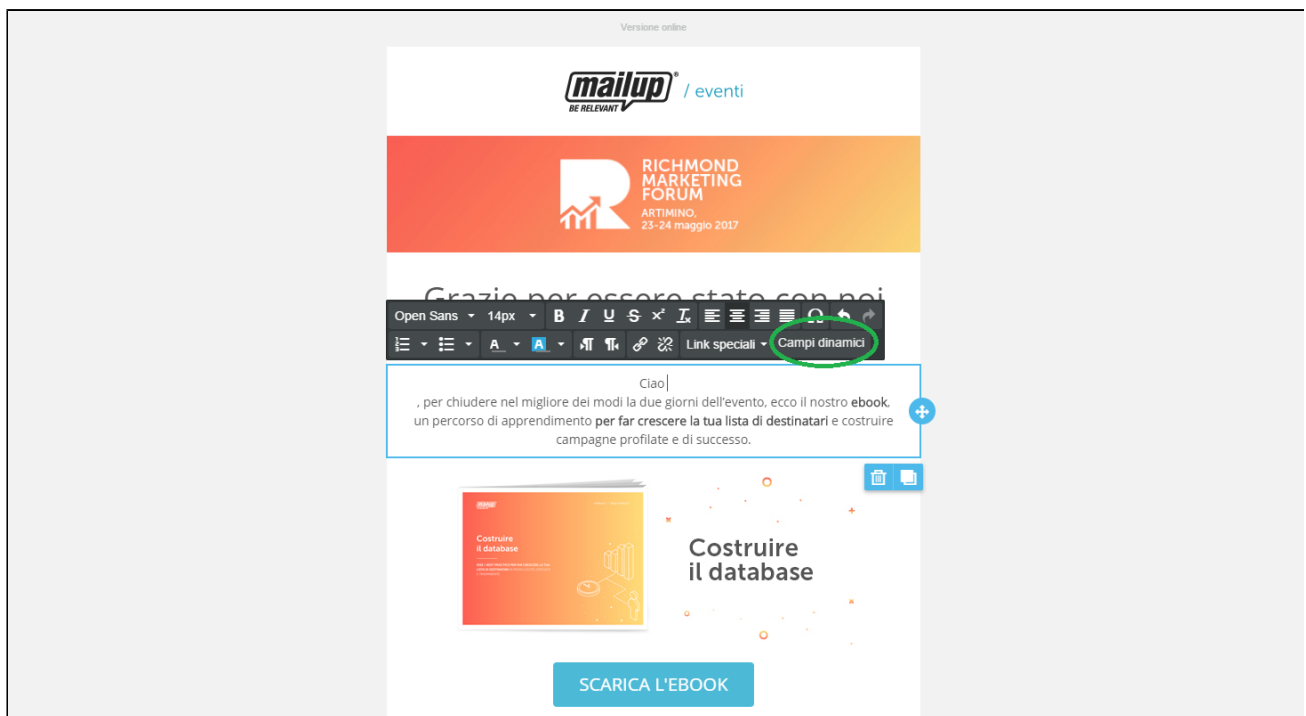
5. Dati su interessi e preferenze

Infine, il mondo di dati relativi agli interessi delle persone. Un vasto segmento di informazioni fondamentale nel **B2C**. Con i **moduli di profilazione** e le **landing page** puoi chiedere ai tuoi **clienti e prospect** alcune informazioni da sfruttare per mettere a punto comunicazioni personalizzate. Facciamo l'esempio di un e-commerce di abbigliamento: Stitch Fix richiede a ogni nuovo iscritto di compilare una pagina composta di tre schede: Stats (le misure del corpo), Fit (le preferenze sul taglio degli abiti: slim, regular, skinny...), Style (le preferenze di stile: business, casual, formal, night-out...).

Come inserire campi dinamici in MailUp

Una volta accertata la presenza del dato nella lista di destinatari, **impostare un campo dinamico con MailUp** è semplicissimo. È sufficiente:

- Aprire il messaggio su cui si sta lavorando
- Una volta all'interno dell'editor BEE, collocare il puntatore del mouse nel punto del testo in cui si desidera inserire il tag dinamico
- Selezionare la voce *Campi dinamici* nella barra degli strumenti, come indicato nell'immagine qui sotto



- Scegliere il tag dinamico associato a uno dei campi creati in precedenza sulla piattaforma.

Una via ancora più immediata è quella di posizionarti con il puntatore del mouse nel punto del testo in cui si vuole inserire il tag e **digitare la chiocciola @**: si aprirà un menu a tendina da cui puoi selezionare il campo dinamico. Un truccetto che ti permette di risparmiare diversi clic e velocizzare le operazioni.

Oppure può scriverli direttamente all'interno della sua newsletter, inserendo il nome del campo tra parentesi quadre. Ad esempio se scrive:

Gentile [nome] ...

diventa *Gentile Andrea*, piuttosto che *Gentile Simone*, in base al valore all'interno del campo anagrafico dell'anagrafica caricata al momento dell'invio.

Può applicare lo stesso principio per un documento.

Le basta infatti importare in un campo anagrafico da destinare a tale scopo i link pubblici dei documenti specifici per ciascun destinatario. I passaggi da seguire sono:

- l'indirizzo destinatario1@dominio.com, deve visualizzare il documento FileDestinatario1.pdf
- l'allegato FileDestinatario1.pdf deve essere caricato in un server esterno o spazio web pubblico in modo che sia raggiungibile.
- ricavare il link pubblico che ad esempio potrebbe essere <http://www.nomeDelSito.com/doc/FileDestinatario1.pdf>
- inserire tale link nel campo anagrafico che è stato destinato a questo utilizzo in piattaforma MailUp tramite un'importazione. In pratica dovrà avere un file con questo formato:

Email:Url_specifico

destinatario1@dominio.com;http://www.nomeDelSito.com/doc/FileDestinatario1.pdf

destinatario2@dominio.com;http://www.nomeDelSito.com/doc/FileDestinatario2.pdf

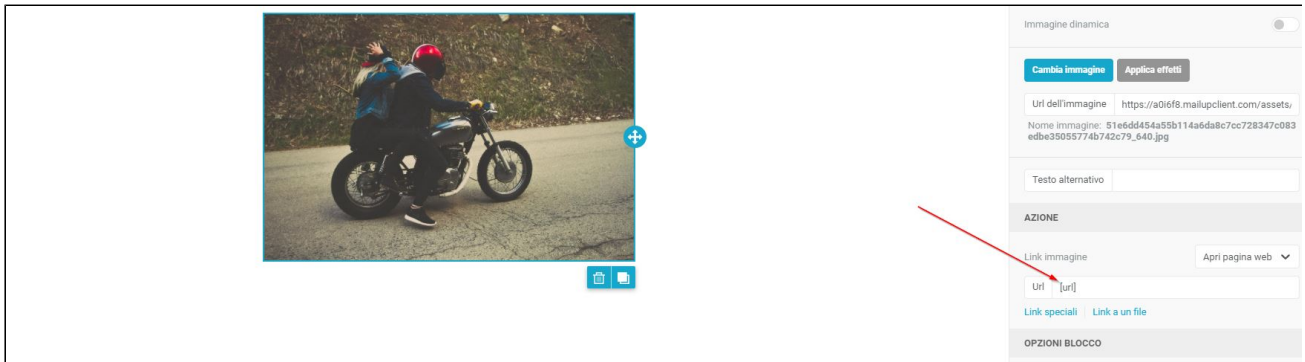
destinatario3@dominio.com;http://www.nomeDelSito.com/doc/FileDestinatario3.pdf

Tale inserimento lo potete fare tramite il processo di importazione che andrà ad aggiornare il campo anagrafico. Successivamente segue le indicazioni che le ho riportate precedentemente per l'inserimento dei campi dinamici. Ad esempio:

Gentile [nome] questo è il tuo file [campoanagraficoX]

Se invece deve associare il campo dinamico a un url dinamico e questo a un'immagine può procedere in due modi:

- Il primo è quello di inserire il campo dinamico nell'url dell'immagine scrivendo tra parentesi quadre come da immagine a seguire. In questo esempio url è il nome del campo anagrafico scelto e va scritto tra parentesi quadre in questo modo [url]



- Il secondo è utilizzare un blocco HTML e il seguente codice (che può anche essere modificato in base alle sue preferenze).

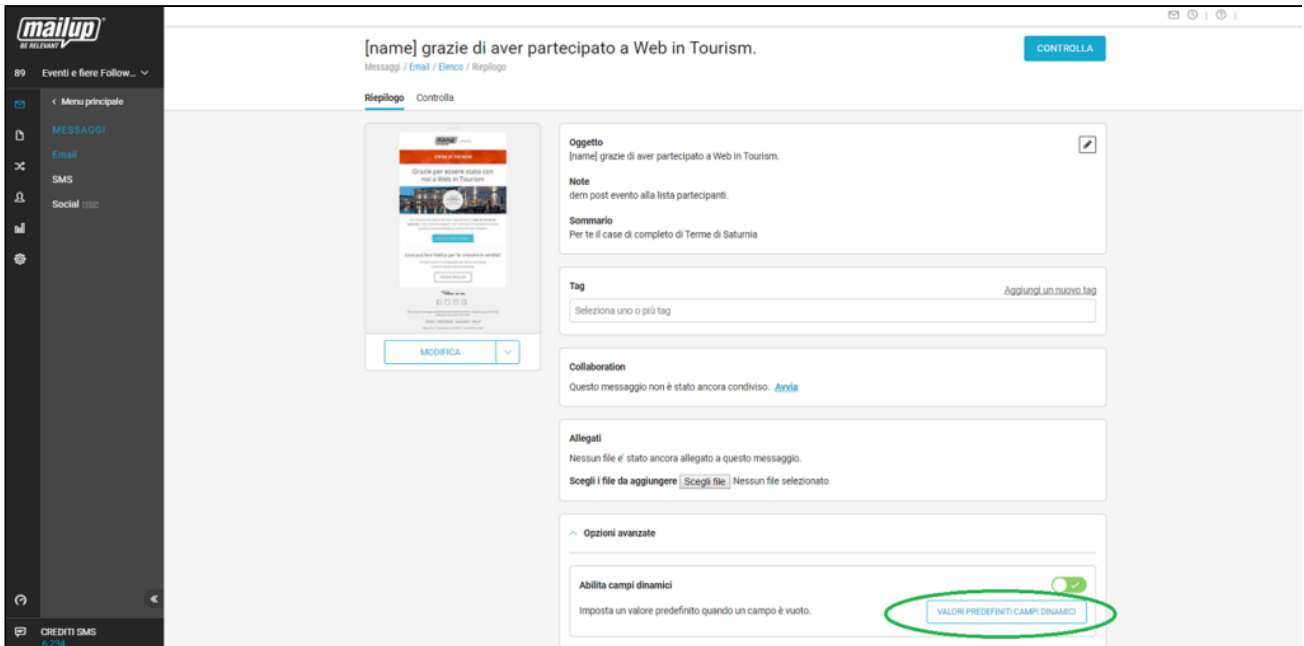
Il codice da utilizzare è simile a quello seguente:

```
<a href="http://%5btrack%5d/http://www.mio_sito.it/[url]" target="_blank"></a>
```

Ovvero nel codice del link va ad inserire il campo dinamico che verrà sostituito per ogni destinatario.

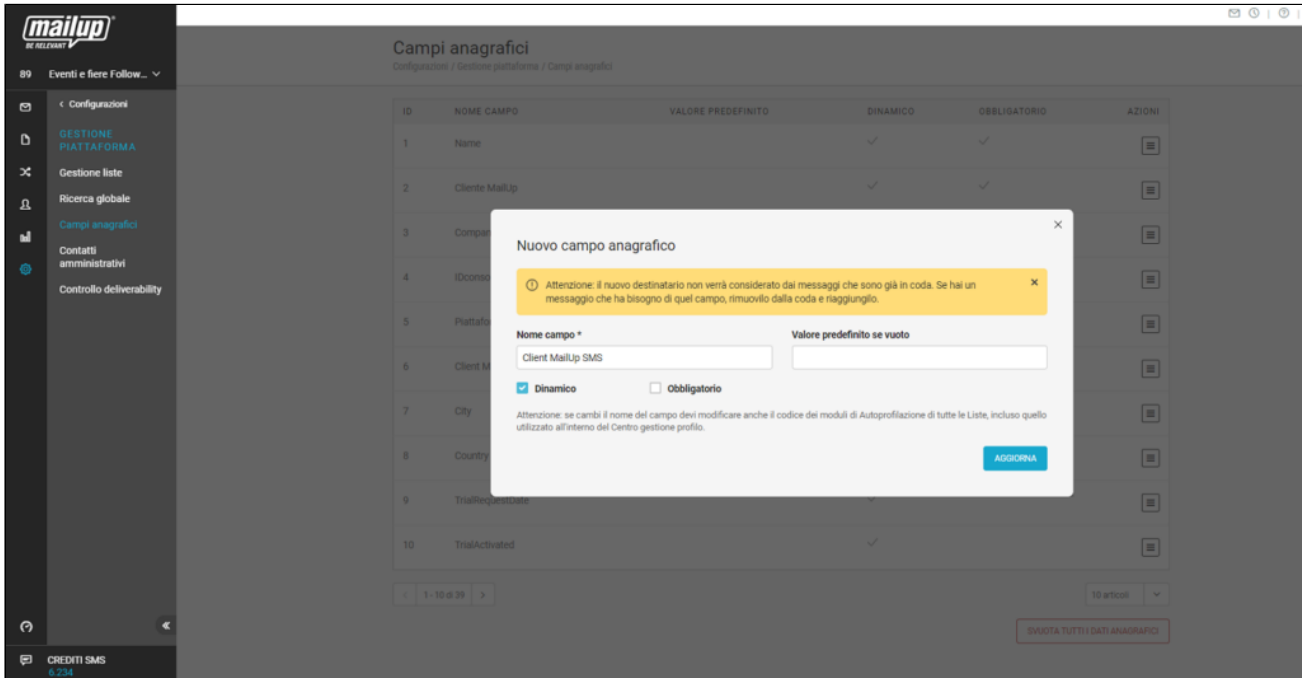
Nel caso la scheda di un tuo contatto non contenesse il dato che attiva il campo dinamico, hai la possibilità di inserire un **valore predefinito**. Una valida alternativa che può funzionare da fondamentale paracadute, scongiurando il rischio di inviare email con un tag disattivato. Ecco allora dove trovare il campo del valore predefinito in MailUp:

- Vai su *Messaggi > Email* e seleziona il messaggio su cui stai lavorando
- Clicca su *Opzioni avanzate*
- Seleziona *Valori predefiniti campi dinamici*.



Se invece volessi impostare i valori predefiniti a livello di piattaforma e non di singola email, ti basta:

- Entrare in *Configurazioni > Gestione piattaforma > Campi anagrafici*
- Cliccare su *Azioni*, in corrispondenza del campo a cui si vuole impostare il valore predefinito, e selezionare *Modifica*. Ti troverai davanti a questa schermata:



Dai tag ai contenuti dinamici

Come forse saprai, i campi dinamici sono solo uno degli strumenti a disposizione per **profilare le campagne**. A un livello più ampio di personalizzazione puoi contare sui **contenuti dinamici**, strumenti avanzati di marketing che, combinati ai **filtri**, permettono di creare newsletter e comunicazioni su misura.

Con i **contenuti dinamici** è possibile modificare dinamicamente, cioè a seconda di chi legge, le parti di un messaggio. Il contenuto può essere un **testo** (il nome e il cognome del destinatario), un'**immagine** (diversa per uomini e donne), un link (importante a seconda di chi legge) o un **feed RSS** (basato sugli interessi del contatto).

Grazie ai contenuti dinamici una stessa newsletter può avere elementi differenziati a seconda che i destinatari siano, per esempio, uomini o donne, clienti o prospect, di Milano o di Roma.