

L'email marketing sposa il Crm

L'utente che risponde alle campagne viene inserito direttamente nel database

Il Crm integra l'email marketing. E' il succo dell'accordo Siseco, specializzata nelle soluzioni di Customer relationship management e Intercosult che lavora nell'email marketing per il b2b. La collaborazione tra le due società consente di integrare direttamente nel Crm i nuovi contatti che si generano grazie all'email marketing.

Chi risponde in modo positivo, grazie all'integrazione con **b.com Crm di Siseco**, viene direttamente inserito nel database dell'azienda, che può quindi utilizzare il nuovo contatto per ulteriori azioni mirate. *"Il primo passo che un'azienda deve fare per avviare un'azione di successo è avere ben chiaro l'obiettivo che si intende raggiungere - dice Bruzzechesse -. Non a caso, l'approccio consulenziale è il nostro punto di forza: seguiamo il cliente a 360°, dalla definizione dell'obiettivo di business e del progetto per raggiungerlo, fino alla completa realizzazione della campagna e al **monitoraggio dei risultati**. Insieme elaboriamo la forma più adatta, per grafica e contenuti, del messaggio, quindi lo spedito a una nostra lista "mirata" di contatti, in base al target di riferimento del cliente. Le nostre campagne di e-mail marketing si contraddistinguono anche per un elevato tasso di deliverability, merito di un costante lavoro di pulizia delle liste, della reputazione dei server di invio, nonché della qualità e pertinenza dei contenuti".*

Italia una mail su 10 non raggiunge la casella di posta in arrivo del destinatario, afferma Roberto Lorenzetti, amministratore delegato di Siseco. Questo per le aziende si traduce in nuovi contatti e quindi in un incremento del business, un argomento di primaria importanza tra le aziende. Da qui nasce la volontà di integrare il sistema di Crm, per la gestione dei clienti, con una delle società storiche italiane specializzate in email marketing, Intercosult, da 10 anni specializzato nell'e-mail marketing b2b.