



Post-click: Web analytics e ROI

Come misurare il tuo ritorno di investimento sulle campagne di e-mail marketing

*Che cosa fanno gli utenti dopo aver cliccato su un link della tua e-mail?
Quanto tempo trascorrono sul tuo sito? Quali pagine aprono?
Vorresti sapere quanto hai realmente fatturato per ogni euro speso per la tua campagna di e-mail marketing?*

ContactLab permette di **misurare il ritorno delle operazioni di marketing** grazie a indicatori di performance chiari e intuitivi. Con il semplice inserimento di uno script all'interno delle pagine del sito a cui punta l'e-mail, o grazie all'integrazione con sistemi di Web analytics, la piattaforma potrà rilevare il **tasso di conversione** e quindi la redditività della campagna stessa, fornendo informazioni dettagliate su ogni singola variabile.

Oltre i click e le aperture

A parità di click-through, non è detto che due campagne abbiano lo stesso ritorno. E' infatti il **comportamento degli utenti che arrivano dall'e-mail al sito target** a fare la differenza: ad esempio, gli utenti potrebbero aver approfondito l'argomento segnalato dal link ricercando informazioni specifiche, o essere rimasti sul sito di destinazione solo per pochi istanti.

Grazie a ContactLab è possibile analizzare in dettaglio questi comportamenti. Ad esempio, in un sito di e-commerce sarà possibile identificare coloro che sono arrivati alla pagina della transazione e sapere se, come e quanto hanno speso. Sarà infatti possibile determinare l'importo totalizzato, la valuta utilizzata, la modalità di acquisto (carta di credito, bonifico bancario, ecc.) più altri parametri secondo necessità. Questi dati, incrociati, genereranno una serie di report statistici utili per l'analisi comportamentale e per il **calcolo del ROI**.

ContactLab è una piattaforma altamente integrabile con i principali sistemi di analisi e misurazione, attraverso intuitive interfacce di scambio dati e secondo le tecnologie e i formati più diffusi.

