



COMUNICATO STAMPA

Black Friday: crescono i volumi e le performance delle email

Milano, 5 dicembre 2019 - MailUp Group (MAIL) comunica oggi i dati relativi agli andamenti delle campagne email durante la settimana del Black Friday 2019, estrapolati dagli invii effettuati tramite la piattaforma MailUp (mailup.it) per l'Italia, Acumbamail (acumbamail.com) per la Spagna e dai template scaricati dalla piattaforma BEE (beefree.io) a livello globale.

Le performance di invio si rivelano molto soddisfacenti secondo tutte le metriche rilevanti considerate (numero di messaggi creati, volumi di invio, aperture) rispetto al 2018. Il trend marca un progressivo affermarsi del 'venerdì nero' - importato in anni recenti dagli Stati Uniti - come momento chiave nelle strategie commerciali europee, nel settore retail ma non solo.

Italia

Durante la settimana del Black Friday, le performance evidenziano, rispetto al 2018:

- 334 milioni di messaggi di inviati
- +6% di volumi d'invio
- +1% di tasso di recapito
- +23% di tasso d'apertura

Si segnalano in positivo soprattutto i dati relativi al recapito, per nulla scontati se considerata la maggior pressione d'invio. Essi rivelano come, da un lato, i brand siano più attenti e maturi nella gestione di invii consistenti ma targettizzati/rilevanti e, dall'altro, come le infrastrutture di invio appartenenti al gruppo MailUp siano sempre più performanti in termini di recapitabilità.

Spagna

Rispetto alla Black Week 2018, anche il mercato spagnolo mostra ottime performance:

- 127 milioni di email inviate
- +23% di volumi di invio
- +23% tasso di recapito
- +0,42% di tasso di apertura (stabile)

Email create

Il numero di download di template email dalla piattaforma globale BEE (nelle sue versioni Free e Pro) è un altro indicatore significativo della pervasività del Black Friday nelle pratiche di marketing. I numeri mostrano un incremento nell'attività di creazione email nella settimana conclusasi con il Black Friday rispetto allo stesso periodo del 2018:

- +57% di template esportati nella versione Free
- +54% di template esportati nella versione Pro

Nazzareno Gorni, CEO e fondatore di MailUp Group, commenta: *“Il canale email si conferma uno strumento fondamentale e imprescindibile nelle strategie di marketing delle aziende, a prescindere dalla dimensione e nonostante Internet abbia moltiplicato le opportunità di contatto (social media, search, programmatic advertising, content marketing, etc.). Credo che questo successo sia originato da due fattori: il rapporto costo/efficacia e la preferenza che i consumatori ancora riconoscono al canale email nel momento in cui desiderano lasciare i propri dati ad un'azienda”.*



MailUp Group (MAIL) è un operatore integrato verticalmente attivo nelle Cloud Marketing Technologies. La sua crescente suite di soluzioni data-driven consente a PMI e grandi aziende a livello globale di comunicare efficacemente con i propri clienti attraverso modalità in costante evoluzione. A partire dalla capogruppo MailUp (mercato delle tecnologie per Email marketing), il Gruppo ha intrapreso un percorso di costante crescita sia organica sia per linee esterne, grazie all'acquisizione di realtà affermate ed emergenti: Acumbamail (mercato spagnolo e LatAm), Agile Telecom (mercato degli SMS wholesale) e Datatrics (intelligenza artificiale). Un portfolio di brand a cui si aggiunge BEE (www.beefree.io), l'email editor lanciato nel 2017 come linea di business complementare e che conta già migliaia di clienti a livello globale. Oggi MailUp Group è uno dei principali player in Europa nel campo delle Cloud Marketing Technologies, con oltre 22.000 clienti in più di 115 paesi.

La società è ammessa alle negoziazioni sul sistema multilaterale di negoziazioni AIM Italia dal 2014, con un flottante di oltre il 33%.

ISIN IT0005040354 - Reuters: MAIL.MI - Bloomberg: MAIL IM

Media & Guidelines: <https://mailupgroup.com/guidelines/>

Per informazioni

MailUp Group Ufficio Stampa

Maria Giulia Ganassini

+39 392 9743859

press@mailupgroup.com

www.mailupgroup.com