

## In vacanza con TUI.it ed eCircle

*L'email marketing innovativo è oggi la chiave del successo per le aziende e-commerce*

*Primario tour operator online si affida a eCircle per spingere le vendite e fidelizzare i clienti grazie a soluzioni di viaggio 'su misura'*

**Milano, 26 gennaio 2010** – eCircle, fornitore leader in Europa nell'email marketing, forte di un continuo sodalizio con alcune delle più importanti realtà commerciali online a livello internazionale, conferma l'importanza e il ruolo fondamentale dell'email marketing per le aziende di e-commerce. Nello specifico, eCircle rende noto un importante progetto finalizzato a sviluppare una strategia di email marketing avanzata realizzato per il tour operator TUI.it, con il quale vanta ormai una consolidata partnership. Grazie a eC-messenger, la piattaforma di email marketing di eCircle, TUI.it è oggi in grado di spingere le vendite online e d'incrementare la customer loyalty attraverso newsletter con contenuti personalizzati sulla base degli interessi e delle preferenze di ciascun destinatario.

Nato nel 2005, il portale TUI.it rappresenta il principale canale di comunicazione e vendita del tour operator, dove è possibile scegliere tra numerose proposte di vacanze che comprendono pacchetti turistici, voli aerei, alberghi e offerte speciali per le principali mete in tutto il mondo.

Per poter promuovere al meglio la varietà di prodotti e di servizi, TUI.it ha compreso, da subito, la necessità di avvalersi di un sistema di email marketing professionale e all'avanguardia e, già nel 2007, l'azienda ha scelto eCircle per la gestione in outsourcing dell'invio della propria newsletter tramite eC-messenger.

Al fine di creare una newsletter efficace e performante, TUI.it ed eCircle hanno lavorato in sinergia sviluppando una strategia di email marketing realizzata in diverse fasi. Le prime sono state dedicate alla revisione e ottimizzazione della newsletter (deliverability, template) e all'ampliamento del database di iscritti tramite attività di lead generation (campagne di address generation multibrand firmate eCircle volte all'acquisizione di utenti a target raccolti con modalità double opt-in).

I risultati non hanno tardato ad arrivare: la 'nuova' newsletter TUI.it ha, infatti, registrato ottimi tassi di gradimento, accrescendo l'open rate del +16% e il CTR del +56% e, grazie ai contatti raccolti tramite le campagne di lead generation, l'azienda ha potuto ampliare in modo considerevole il proprio database, triplicando il numero di utenti in soli 18 mesi.

Per aumentare l'efficacia e soprattutto la conversion della propria newsletter TUI.it è quindi passato alla fase più avanzata della strategia, che consiste nello sfruttare le informazioni relative a preferenze e acquisti di ciascun utente per personalizzare in modo automatico il contenuto del messaggio e proporre solo offerte altamente mirate e pertinenti. Tutto ciò è stato possibile grazie a due

funzioni avanzate disponibili in eC-messenger e pensate proprio per le aziende di e-commerce. La prima funzione permette di 'mappare' interessi e preferenze di ciascun utente in base ai click su una o più categorie di link (es. voli, pacchetti viaggi, aste, ecc) all'interno della newsletter e comporre in automatico il testo della newsletter successiva con contenuti creati dall'ufficio marketing TUI. Grazie a questa funzionalità, ogni utente attivo iscritto alla newsletter TUI riceve un messaggio personalizzato che vede in primo piano le proposte e le offerte speciali che corrispondono alle categorie di viaggio preferite.

La seconda funzione, denominata 'shop tracking', permette a TUI.it di tracciare gli acquisti e di utilizzare queste informazioni, non solo per quantificare il successo della newsletter in termini di ROI e vendite, ma anche per inviare comunicazioni altamente personalizzate (es. newsletter sulla destinazione acquistata, campagne di cross sell con prodotti complementari a quelli acquistati come hotel o noleggio auto, ecc).

L'incremento delle performance si è tradotto anche in un aumento delle prenotazioni e vendite, così come in una maggiore fidelizzazione dei clienti iscritti alla newsletter.

"Siamo particolarmente soddisfatti dei risultati raggiunti con eCircle e fiduciosi sugli sviluppi futuri della nostra strategia di email marketing," ha affermato Francesco Astolfi, Online Marketing Manager TUI.it. "Grazie all'inserimento di contenuti personalizzati e all'integrazione di nuovi elementi che rendono la newsletter più interessante e interattiva, siamo certi che le performance aumenteranno visibilmente sia in termini di vendite sia di customer retention. Il ritorno sugli investimenti in email marketing si è sempre rivelato molto positivo e non potrà che migliorare con l'aumento del grado di personalizzazione dei contenuti della newsletter e con una comunicazione finalmente davvero one-to-one."

#### **A proposito di eCircle**

eCircle, tra i fornitori leader in Europa di prodotti e servizi per l'email marketing, vanta un software all'avanguardia per l'invio di campagne email/SMS e il più ampio database di indirizzi email opt-in per campagne e attività di lead generation a livello europeo. L'azienda offre inoltre ai propri clienti un servizio di consulenza completa nel settore dei new media e del digital/online marketing. Dal 1999, anno della sua fondazione, eCircle si è sempre distinta per le proprie soluzioni di email marketing innovative ed efficaci, volte all'acquisizione di nuovi clienti e alla fidelizzazione di quelli in essere. Sono ormai molte le agenzie e le aziende internazionali, tra cui Diesel, Monclick e Direct Line, che scelgono di affidarsi ai servizi, alla pluriennale esperienza e al team di esperti di eCircle. La società, con sede centrale a Monaco e uffici a Milano, Londra e Parigi, oggi conta oltre 200 dipendenti.

#### **A proposito di TUI.it**

TUI.it è l'agenzia di viaggi online che fa parte del più grande gruppo turistico mondiale, TUI Travel PLC. TUI Travel opera in 180 Paesi del mondo e solo nel 2008 ha fatto viaggiare più di 32 milioni di viaggiatori. TUI.it offre ai suoi utenti la possibilità di scegliere tra un portafoglio molto ampio di prodotti: oltre 40.000 pacchetti vacanza, 550 compagnie aeree – di linea e low cost - tra cui scegliere, 95.000 hotel e infinite possibilità di combinare il volo e l'hotel secondo le proprie esigenze, di tempo e di spesa. Inoltre, attenta all'innovazione nella distribuzione del



prodotto turistico, TUI.it ha introdotto nel 2008 la possibilità di comprare le vacanze con il metodo dell'asta.

**Contatti stampa:**

Chiara Piffaretti – eCircle  
Tel.: +39 02 3087620  
Email: [c.piffaretti@ecircle.com](mailto:c.piffaretti@ecircle.com)  
[www.ecircle.it](http://www.ecircle.it)

Chiara Morelli – LEWIS Communications  
Tel.: +39 0236531375  
Email: [chiam@lewispr.com](mailto:chiam@lewispr.com)  
[www.lewispr.it](http://www.lewispr.it)