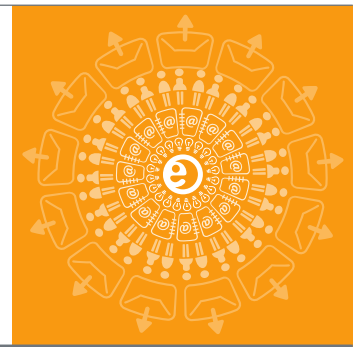


## CASE STUDY

### Successo nell'e-Commerce - TUIfly decolla con un programma di e-mail marketing completo



→ "Per inviare in modo affidabile il nostro volume di newsletter, abbiamo bisogno di un partner professionale, il cui email marketing software sia in grado di garantire la spedizione settimanale in modo rapido ed esente da errori. Con eCircle e la soluzione di invio tecnologicamente avanzata eC-messenger abbiamo fatto la scelta giusta."

*(Ingo Schölzel, Responsabile eCommerce e Distribution Platform presso TUIfly)*

 Email marketing software

## HIGHLIGHT DEL PROGETTO

### LA SFIDA:

- Rafforzare ulteriormente e sfruttare l'email come principale strumento di vendita
- Aumentare la pressione di vendita a prezzi scontati su destinazioni nuove o poco prenotate
- Inviare in modo mirato contenuti di servizio personalizzati, creare sinergie di vendita a prezzi scontati e fidelizzare la clientela

### LA SOLUZIONE:

- Controllo e analisi permanente dei tassi di click e di conversione e sviluppo di provvedimenti mirati
- Grado elevato di automazione della spedizione di email
- Invio di contenuti dinamici in modo automatizzato tramite eC-messenger per rivolgersi in modo mirato alla clientela

### IL RISULTATO:

- Incremento nei tassi di conversione della TUIfly-Luftpost-Newsletter
- Risonanza positiva superiore alla media della Service-Newsletter con ottimi e costanti tassi di apertura di fino al 60%
- Utilizzo del Web Check-in del 12%

---

## TUIfly AG

Sede:	Germania
Settore:	Turismo
Sito web:	www.tuifly.com
Prodotti:	Email marketing software



La compagnia aerea TUIfly è sinonimo di prenotazioni rapide ed efficienti. Non meraviglia perciò che internet costituisca una parte integrante del modello aziendale e oltre l'80% dei voli gestiti da TUIfly siano venduti direttamente in internet. Oltre alle classiche iniziative pubblicitarie come Print & Funk per azioni selezionate, TUIfly si concentra, nell'ambito del marketing mix on-line, sull'email marketing. Oltre alle newsletter settimanali orientate alla vendita promozionale, TUIfly punta a prestazioni di servizio individuali anziché su contenuti generici. Nel settore dell'email marketing TUIfly si affida da ben cinque anni alla potente piattaforma di invio di newsletter eC-messenger di eCircle.

La compagnia aerea con sede ad Hannover è nata nell'estate del 2007 dalla collaborazione tra Hapag-Lloyd Express (HLX) e Hapagfly. TUIfly fa parte di TUI Travel PLC di Londra, in cui TUI AG detiene una partecipazione di maggioranza in qualità di più grande gruppo turistico del mondo. Con 12,5 milioni di passeggeri, TUIfly è la terza principale compagnia aerea tedesca. Alla luce della straordinaria crescita della vendita diretta in internet nel settore turistico, TUIfly ha investito con successo nell'ottimizzazione delle proprie iniziative di e-mail marketing digitale.

### → Internet è oggi il canale di distribuzione più importante

Anche per TUIfly la trasformazione strutturale del settore turistico ha posto nuove sfide ed imposto meccanismi di marketing innovativi. Secondo recenti studi, sono soprattutto le prenotazioni dei voli ad alimentare il mercato dei viaggi on-line. Un tedesco su quattro nel 2007 ha prenotato almeno una prestazione di servizio on-line. Le prenotazioni dei voli si piazzano al primo posto: ben il 12% dei cittadini tedeschi ha acquistato un biglietto aereo facendo clic in rete (Fonte: Studio "Flugbuchungen treiben Online-Reisemarkt" realizzato da forse su incarico dell'associazione di settore IT Bitkom, novembre 2007). In questo mercato caratterizzato da

un'intensa competizione, il dialogo in internet con il cliente riveste un ruolo centrale nella lotta per l'acquisizione di nuovi clienti.

### → Le newsletter orientate alla vendita a prezzi scontati ottengono risultati straordinari

L'email marketing di TUIfly è caratterizzato da una netta separazione tra newsletter orientate alla vendita a prezzi scontati e newsletter orientate ai servizi. Tramite la newsletter settimanale TUIfly-Luftpost, si mira ad incrementare sia lo sfruttamento che la pressione di vendita promozionale per destinazioni e date insolite o non prenotate in modo ottimale.

Tramite prezzi e condizioni speciali disponibili a tempo determinato, le offerte contenute nella newsletter mirano a sollecitare prenotazioni a breve termine. Come incentivi si utilizzano promesse di prezzi garantiti, sconti per bambini o riduzioni di prezzo durante il TUIfly Ticket Time. Mediante un orario di vendita fisso settimanale, TUIfly crea un comportamento di attesa e stabilisce quindi una comunicazione regolare con il cliente. La durata limitata dell'offerta e le offerte supplementari a prezzi aggressivi, come prenotazione di hotel o autonoleggio, intendono aumentare inoltre la pressione di vendita. Tramite la newsletter l'interessato accede alla relativa pagina web, che mostra al cliente una rappresentazione grafica dell'andamento della promozione tramite countdown.

L'invio completo, la rintracciabilità e un'approfondita analisi dei successi della newsletter in lingua tedesca, inglese e italiana sono garantiti dalla potente piattaforma di invio newsletter eC-messenger. Per TUIfly l'email rappresenta il principale strumento pubblicitario per la vendita di singoli posti in aereo ed è perciò essenziale per l'attività dell'azienda. Ingo Schölzel, Responsabile di eCommerce e Distribution Platform sottolinea: "Per

inviare in modo affidabile il nostro volume di newsletter abbiamo bisogno di un partner professionale, il cui email marketing software sia in grado di effettuare invii settimanali in modo rapido ed esente da errori. I processi di valutazione continua per aumentare i tassi di click e di conversione sono indispensabili. Con eCircle e la soluzione di invio tecnologicamente avanzata eC-messenger abbiamo fatto la scelta giusta". E lo dimostrano anche i risultati: la newsletter TUifly-Luftpost, che viene inviata regolarmente ad un distributore di oltre 1,4 milioni di abbonati alla newsletter, continua ad ottenere ottimi tassi di apertura e di click. Anche per quanto riguarda i tassi di conversione TUifly raggiunge alti livelli nel settore dei voli e del turismo. In aggiunta alla newsletter TUifly-Luftpost viene contemporaneamente inviata la Agentur-Newsletter (newsletter per agenzie viaggi) con contenuti identici. Sul mercato internazionale la comunicazione avviene soprattutto in italiano e in inglese e le newsletter raggiungono per ogni lingua oltre 130.000 lettori.

➔ **Potenziare e fidelizzare la clientela tramite l'email marketing**

Tramite eC-messenger non vengono solo inviate newsletter con contenuti orientati alla vendita a prezzi promozionali, ma anche newsletter di servizio automatizzate,

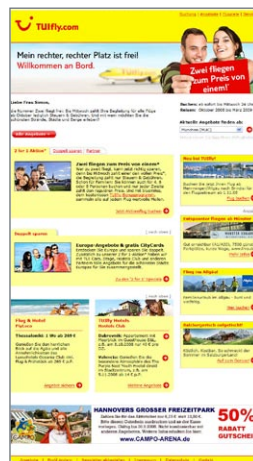
come ad esempio la Web Check-in Newsletter personalizzata. Tramite un'interfaccia, i dati relativi ai voli in partenza vengono trasmessi più volte al giorno all'avanzato email marketing software e determinati moduli, quali data di partenza, numero del volo e rotta aerea, vengono personalizzati all'interno della newsletter. I contenuti dinamici vengono fatti pervenire in modo mirato nella mailbox del cliente, con debito preavviso rispetto al volo, rendendo in tal modo il web check-in di TUifly ancora più comodo per il cliente. Una combinazione delle newsletter di vendita a prezzi scontati e di servizio è costituita dall'invio settimanale di informazioni pre-flight ai clienti prenotanti. Analogamente alla Web Check-in Newsletter, la spedizione avviene automaticamente, previa immissione dei dati, tramite eC-messenger. >>>

"Sia la Web Check-in Newsletter che la Service Newsletter ottengono tassi di apertura elevatissimi, fino al 60%."

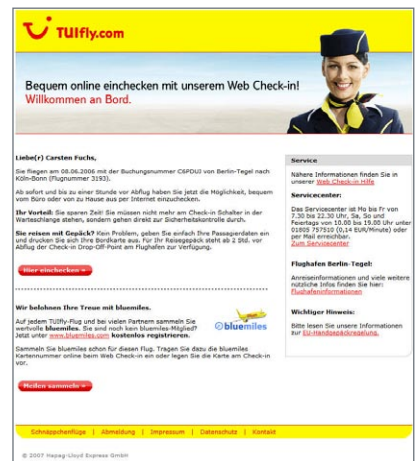
**Ingo Schölzel**  
Responsabile eCommerce e Distribution Platform presso TUifly



La newsletter TUifly-Luftpost con contenuti studiati per spingere le vendite



Offerte speciali a scadenza limitata nella newsletter TUifly-Luftpost settimanale



La newsletter Web Check-in con le informazioni sui voli acquistati dai clienti

➔ Nella selezione di newsletter di TUifly è inclusa anche TUifly-Luftpost, che registra sempre ottimi tassi di apertura e click through. Ad oggi, il 12% dei clienti TUifly utilizza regolarmente il Web Check-in.

I contenuti sono costituiti da informazioni di servizio personalizzate e offerte a prezzi ancora più vantaggiosi per la destinazione prenotata. La Newsletter di servizio si prefigge due obiettivi: da un lato, intensificare i rapporti con la clientela e incrementare la fidelizzazione del cliente; dall'altro, sfruttare potenziali di vendita finora inutilizzati. Vari studi dimostrano che il collegamento intelligente di elementi di cross-selling e di up-selling in messaggi basati su transazioni consente di incrementare il potenziale di fatturato annuo di ben 500.000 dollari USA (fonte: JupiterResearch "Optimizing Transactional Email Messages"). TUIfly è perciò precursore di una tendenza destinata a diventare sempre più importante in futuro e si spinge addirittura un passo più avanti: non solo nelle offerte di volo, ma anche nei prodotti complementari come la prenotazione di hotel e l'autonoleggio, saranno messe a disposizione, tramite contenuti dinamici, offerte vantaggiose per gli aeroporti di partenza o di arrivo nel periodo del volo. L'obiettivo è chiaramente l'apertura di ulteriori potenziali di vendita connessi ai voli e un'ulteriore ottimizzazione del tasso di conversione. Ultimo, ma non meno importante, è l'invio mensile della newsletter Bluemiles che integra la gamma di dialog marketing digitale di TUIfly.

La compagnia aerea è molto soddisfatta dei risultati di email marketing conseguiti. Ingo Schölzel dichiara soddisfatto: "Nella Service Newsletter il CTR (click-through ratio)

è del 32%, nella Web Check-in Newsletter raggiunge addirittura il 38%". Il 12% dei nostri clienti fa già uso del Web Check-in. Questo è un dato straordinario e in futuro intendiamo potenziarlo ulteriormente."

## → Conclusione

Il programma di newsletter-marketing completo di TUIfly dimostra chiaramente come sia possibile impiegare l'email in molteplici modi. Questo mezzo di comunicazione si dimostra non solo un importante strumento di vendita a prezzi scontati, ma anche un valido sistema per informare, fidelizzare e incrementare la clientela. Con un email marketing software professionale è possibile automatizzare complesse procedure di invio elettronico. Inoltre, il sistema modulare con contenuti personalizzati è estremamente semplice da utilizzare per rivolgersi in modo dedicato alla clientela e gestire le campagne email in modo più mirato per soddisfare i diversi interessi della clientela. TUIfly prevede per il futuro un potenziale ancora maggiore. Per conoscere meglio il cliente e i suoi interessi, TUIfly sta progettando un intenso collegamento di analisi web e di email marketing. Grazie all'integrazione continua, in futuro i dati di tracking di analisi web potranno essere sfruttati per un targeting ancora più preciso di azioni di email marketing, ad esempio per l'invio di offerte individuali in base al comportamento di navigazione degli utenti. ■



→ [www.ecircle.com](http://www.ecircle.com) → [info-it@ecircle.com](mailto:info-it@ecircle.com) → +39-(0)2-308 762-0

**Italia:**  
**eCircle S.r.l.**  
Viale Lunigiana, 46  
20125 Milano

**Germania:**  
**eCircle AG**  
Nymphenburger Str. 86  
80636 München

**Inghilterra:**  
**eCircle Ltd.**  
5-9 Hatton Wall  
London EC1N 8HX

**Francia:**  
**eCircle SARL**  
2, Cité Paradis  
75010 Paris

→ **Informazioni su eCircle:** eCircle è uno dei più grandi fornitori europei nel settore pubblicitario e del digital direct marketing. Dal 1999 eCircle è sinonimo di soluzioni di marketing on-line innovative ed efficienti per l'acquisizione di nuovi clienti e la fidelizzazione della clientela. Numerose aziende e agenzie leader in tutto il mondo ripongono la loro fiducia nei nostri servizi professionali, nella nostra pluriennale esperienza e, non da ultimo, nei nostri collaboratori motivati.