

Web Push Notification, si apre un'era per il Digital Marketing: comunicazione diretta con il target senza spam

L'invio di messaggi al device dell'utente da un sito web, anche se questo non è aperto in un browser, è una realtà, e si attiva solo con un opt-in. «Enormi le ricadute, dalle offerte personali al "risveglio" di utenti non attivi», spiega Salvatore Signorelli di Accengage, società specialista di mobile engagement che sta entrando sul mercato italiano



di Salvatore Signorelli* | 14 Dicembre 2015



Salvatore Signorelli, country manager di Accengage

"Retaining a customer is 4 to 5 times cheaper than recruiting a new one" (Forrester Research). "A 10 percent rise in customer retention yields a 30 percent increase in the value of the company" (Bain & Company). Sono solo due delle formulazioni di un concetto fondamentale del marketing, quello della convenienza del trattenere i clienti già acquisiti rispetto alla fatica di conquistarne di nuovi.

In questo senso la **web push notification** è una delle cose più importanti successe al web da qualche anno a questa parte. E siamo ancora all'inizio. Basti pensare che fino a poco tempo fa (qualche mese!) era impensabile per un developer abilitare un sistema di invio push dal web. Adesso le cose sono cambiate e l'invio di messaggi al device dell'utilizzatore da un sito web, anche se questo non è aperto in un browser, è ormai una realtà.

Le ricadute per il marketing digitale sono enormi, e dipendono solo dalla nostra immaginazione. Per comodità possiamo provare a elencare alcune delle più immediate:

- Si possono inviare notifiche di offerte speciali o promozioni di ogni tipo;
- Si possono inviare messaggi di servizio relativi a un ordine passato su un sito d'e-commerce o ringraziare un internauta per la visita al sito;
- Si possono "risvegliare" automaticamente i visitatori non più attivi;
- Un sito d'informazione può notificare la pubblicazione di nuovi contenuti;
- Si possono reindirizzare gli utilizzatori sulle pagine d'interesse attraverso un rich push URL integrato nella web push (post click redirection);

Come accennato, uno dei punti di forza di questa tecnologia è la possibilità di ricevere notifiche sui device supportati anche quando il sito web che le origina non è aperto sul browser, riproducendo, in questo modo, la capacità di re-engagement delle push notification "classiche".

Inoltre, le **web push notification** offrono un canale di comunicazione diretto con gli internauti anche se questi ultimi non hanno dichiarato nessun dato personale (telefono, e-mail etc.), difatti è possibile l'invio di una web push personalizzata basandoci, ad esempio, sulle pagine visitate (leggi gli interessi!) o, se si preferisce, sulla geolocalizzazione del device.

Le **Web Push Notification** sono inviate in maniera dinamica per essere visualizzate sui siti web (sia desktop che mobile) in funzione delle azioni dei visitatori. Questa personalizzazione è, inoltre, possibile senza le complicazioni legate alla gestione del contenuto esistente o all'intervento di tecnici dei Sistemi Informativi aziendali. In questo modo si consente ai professionisti del marketing di comunicare e informare in maniera diretta (e innovativa) la loro platea. Ad oggi, in Italia, pochissime realtà hanno, o stanno integrando, un servizio di questo tipo. Di conseguenza questo diventa un modo per distinguersi dalla massa.

Mentre scrivo, le web push sono disponibili esclusivamente su Chrome di Google (45% del mercato dei browser, fonte StatCounter). I prerequisiti sono dunque :

- **Smartphone e Tablet:** Android (Chrome è il browser per default su tutti i devices Android 4.4 e oltre, cioè il 60% degli utilizzatori Android e a breve sarà disponibile anche su Safari e Firefox). **Desktop:** Windows, OS X & Linux;
- Non (ancora) disponibile su iOS e Windows Phones;
- La richiesta di opt-in va inviata da una web page HTTPS;

Le web push notification comportano un **processo di opt-in** che le rende un canale protetto di comunicazione esente dalle logiche dello spam più molesto.

In conclusione, un sistema di web push si integra in maniera semplice e veloce in quanto, al contrario delle applicazioni mobili, non è necessario nessun update o review. La semplicità d'integrazione si coniuga alla potenza dello strumento, che è capace di farvi comunicare con i vostri clienti o visitatori in maniera personalizzata ed efficace, ma soprattutto innovativa.

* Country Manager Italy di Accengage

TAG: Web Push Notification, Google Chrome, Accengage, notifiche, engagement, Digital Marketing