



# Il Primo Software di Mail Marketing 1:1 con AI Integrata

Dati, automazione e intelligenza  
per comunicazioni che performano da sole.



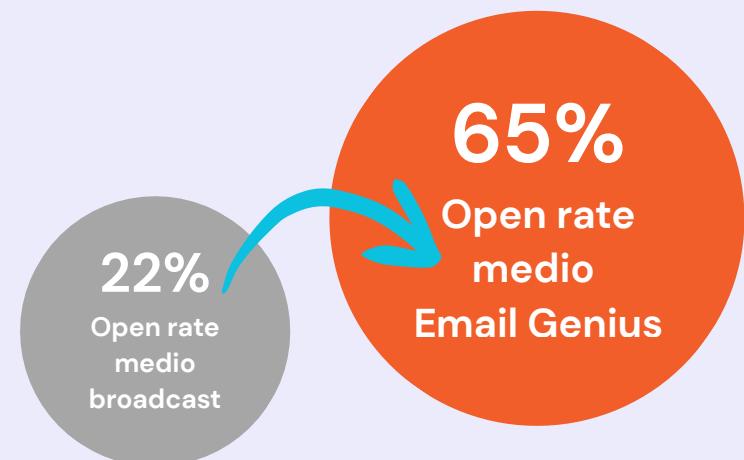
# Con oltre 2,5 milioni di email analizzate e 3 anni di ricerca

EMAIL GENIUS

Nel panorama del marketing contemporaneo, dove l'**attenzione è la risorsa più scarsa** e la personalizzazione è l'unico linguaggio ancora ascoltato, nasce Email Genius — **la prima piattaforma di Mail Marketing 1:1 con intelligenza artificiale integrata.**

Progettata per connettere i dati dei clienti, analizzarne il comportamento in tempo reale e attivare comunicazioni personalizzate su scala, **Email Genius trasforma la gestione dell'email marketing da attività manuale a ecosistema intelligente e autonomo.**

Con oltre 2,5 milioni di email analizzate e 3 anni di ricerca, Email Genius ha dimostrato di generare un ROI medio 9X e un tasso di apertura stabile al 65% in 12 mesi, superando di 9 volte le performance delle campagne broadcast tradizionali.



## La Sfida: dalla massa alla relazione 1:1

Oggi, la maggior parte delle aziende comunica ancora "a cluster": grandi volumi, segmentazioni statiche, stesso messaggio per tutti.

Il risultato è prevedibile: attenzione minima, tassi di apertura in caduta libera e una dipendenza crescente dagli sconti per convertire. 1

Nel 2024, un'analisi su 2,5 milioni di email ha dimostrato che 25.000 comunicazioni personalizzate hanno generato più vendite di 1,5 milioni di invii generici. Il marketing di massa non è solo inefficace: è economicamente insostenibile.

**“L’attenzione è la nuova valuta. Le aziende che rispettano l’attenzione dei clienti vinceranno nell’economia digitale.”**

SATYA NADELLA,  
CEO MICROSOFT, 2024

## Il contesto di mercato



# L'AI riconosce chi ti conosce.

EMAIL GENIUS

## E parla con ognuno in modo diverso

Parlare a un cliente non è come parlare a un lead — e un'AI lo sa.

La maggior parte dei brand, invece, invia lo stesso messaggio a chi ha già acquistato e a chi non ti conosce ancora.

Il risultato? Rumore, dispersione, perdita di attenzione.

Il marketing moderno deve riconoscere il livello di relazione e adattare linguaggio, tono e obiettivo di conseguenza:

**Lead → Disponibilità di Poche Informazioni**

**Clienti → Disponibilità di ampie informazioni**

A volte è preferibile non mandare un messaggio al cliente quando prevediamo che non sia interessato o il messaggio non sia rilevante per lui.

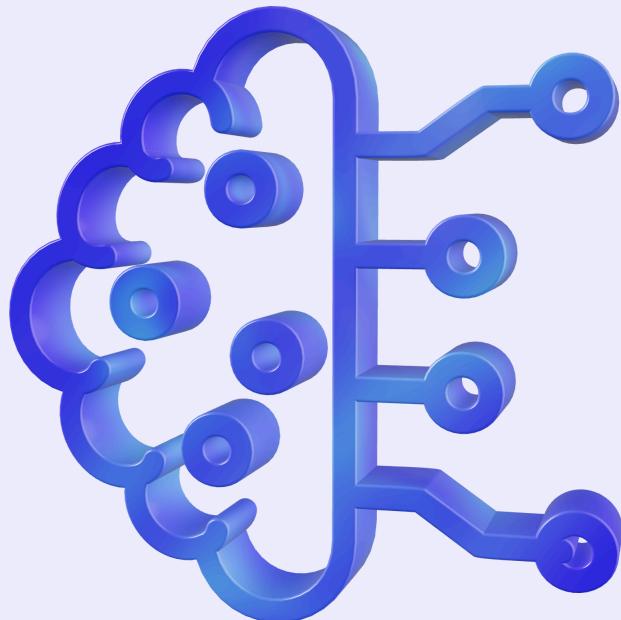
**Solo i brand che distinguono le relazioni creano esperienze personalizzate, non comunicazioni di massa.**

**Con Email Genius, l'AI riconosce automaticamente chi è davanti a te — e adatta o scarta ogni messaggio di conseguenza.**



# Le 5 evidenze chiave del marketing 1:1

EMAIL GENIUS



- Ognuno ha le proprie Preferenze ed Interessi rispetto la tua Offerta
- Ognuno ha un suo Tone of voice ed una Motivazione diversa all'acquisto
- Ognuno ha il proprio Orario
- Lo Sconto Giusto non è uguale per Tutti
- Il Customer Lifetime Value è l'Unica Metrica Che Conta

## Funziona. Scientificamente.

- 65% di tasso di apertura mantenuto per 12+ mesi
- 9X performance vs broadcast
- ROI positivo in 45 giorni

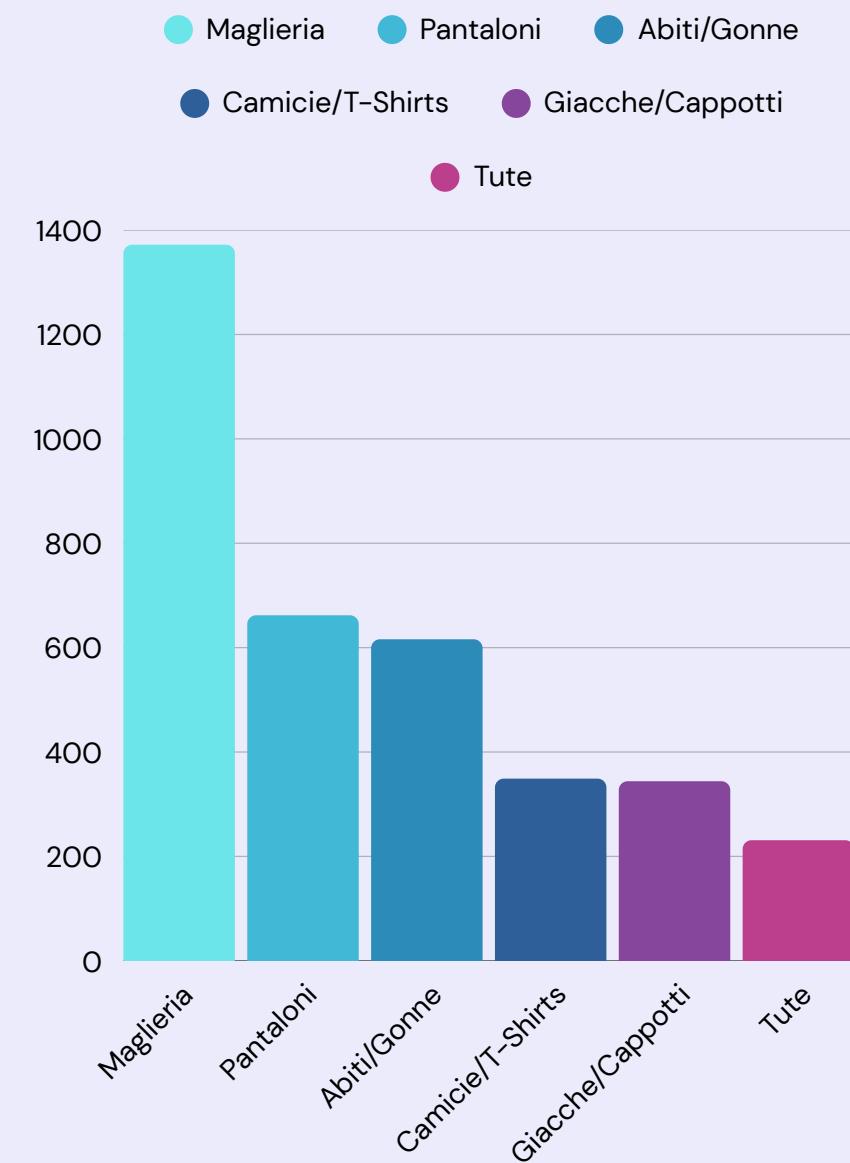
# Ognuno ha le proprie Preferenze ed Interessi rispetto la tua Offerta

Ogni cliente mostra pattern di fedeltà e preferenze uniche, anche all'interno della stessa categoria di prodotto.

Come dimostrano le analisi di Singh, Kumar & Sharma (2024) e Chen, Zhang & Kumar (2024), i modelli di machine learning permettono di identificare micro-segmenti e di adattare dinamicamente offerte, frequenza e contenuto.

Secondo Peppers & Rogers (2024), la relazione 1:1 nasce proprio dal riconoscere la diversità comportamentale e valoriale di ogni individuo, mentre McKinsey (2024) evidenzia che solo il 3% dei brand riesce davvero a personalizzare la proposta in base alle abitudini reali.

**Email Genius utilizza l'intelligenza artificiale per leggere questi segnali e costruire offerte su misura, trasformando i dati di acquisto in strategie di comunicazione predittive e personalizzate.**



fonte: Analisi Email Genius Ecommerce Abbigliamento analisi 50.000 ordini

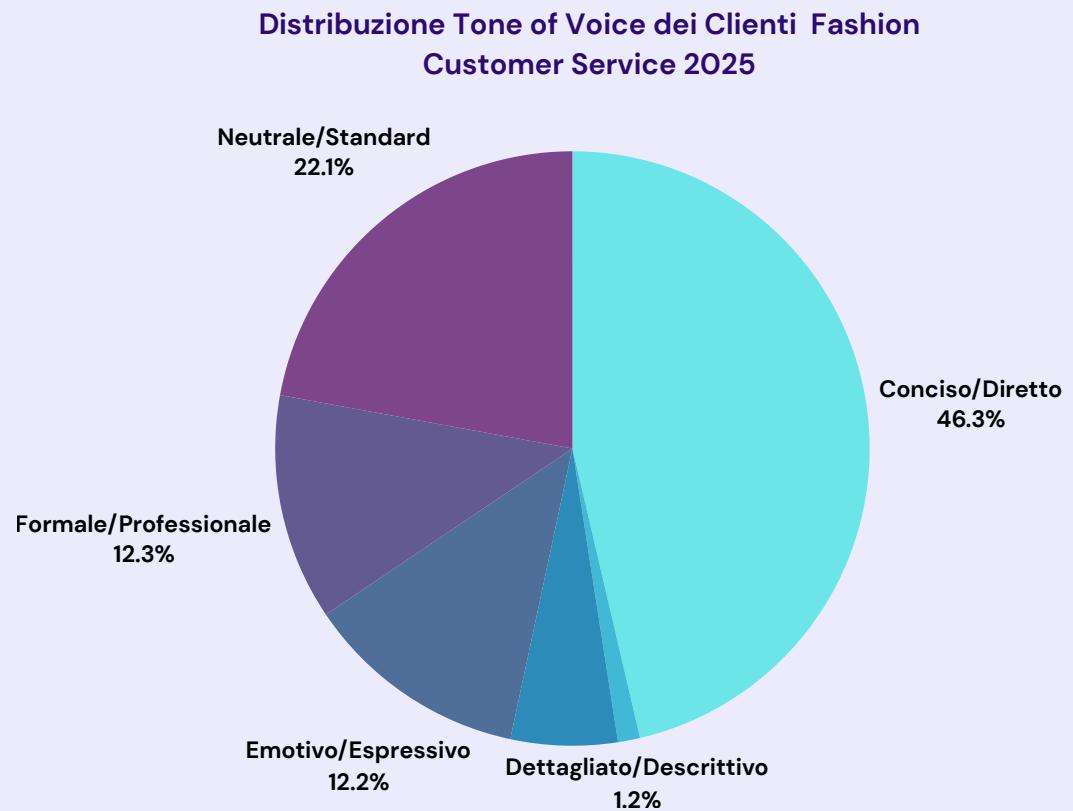
# Ognuno ha un suo Tone of voice ed una Motivazione diversa all'acquisto

Ogni persona reagisce in modo diverso al linguaggio, al tono e allo stile dei messaggi che riceve.

Le ricerche più recenti (**Mummelaneni et al., 2024; Zhang et al., 2025**) dimostrano che il tone of voice influisce direttamente su attenzione, percezione e risposta.

In un'economia dell'attenzione (**Davenport & Beck, 2001**), personalizzare il tono diventa essenziale quanto personalizzare il contenuto.

**Con l'AI di Email Genius, il linguaggio si adatta automaticamente a ogni cliente — rendendo ogni comunicazione più empatica, rilevante e performante.**



# L'impatto del timing sull'engagement delle campagne email personalizzate

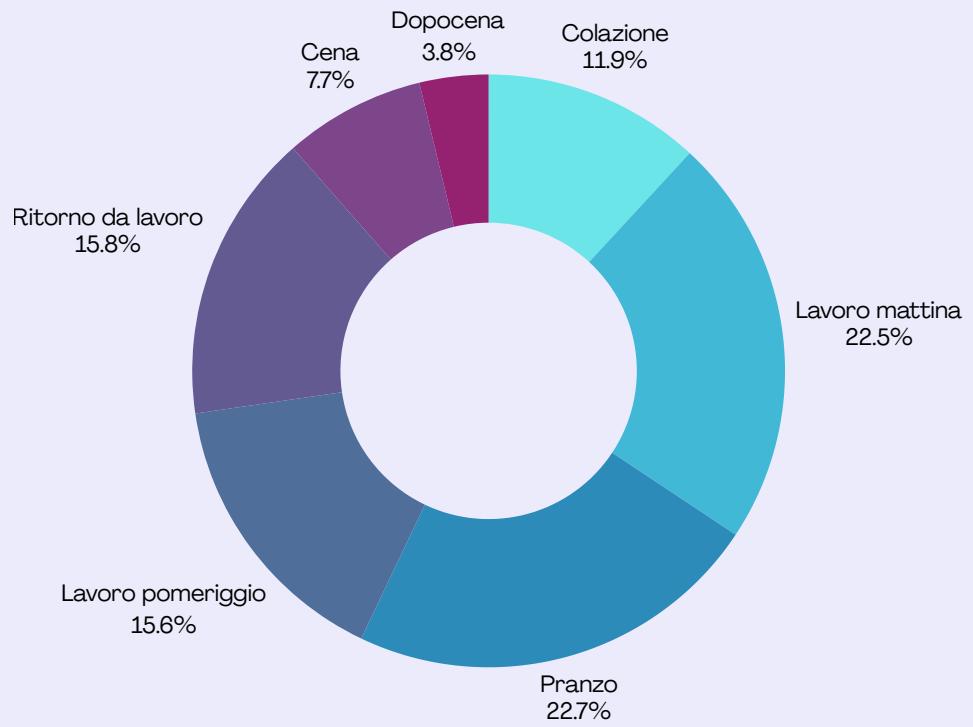
EMAIL GENIUS

L'analisi temporale condotta su un campione rappresentativo di 20.000 clienti rivela pattern di apertura email fortemente differenziati:

**Implicazione Business: Un invio alle 9:00 raggiunge solo il 21,7% del pubblico potenziale.**

Il 78,3% dei destinatari non sarà in uno stato mentale ricettivo al messaggio. Come evidenziato da Vardikou, Gawthrop e Moore (2025)<sup>8</sup> nel loro studio sulla psicologia del timing personalizzato pubblicato sul Journal of Consumer Psychology, l'allineamento temporale tra invio e momento di massima ricettività può aumentare l'engagement fino al 295%.

**L'analisi su 20.000 clienti rivela come la sincronizzazione tra invio e stato mentale del destinatario possa aumentare l'engagement fino al 295%.**



# Analisi econometrica della sensibilità al prezzo nei diversi segmenti di clientela

EMAIL GENIUS

L'analisi di 17.000 ordini mostra come la sensibilità al prezzo vari significativamente tra i segmenti.

**Solo il 36% dei clienti risponde a forti sconti, mentre una parte rilevante del database (oltre il 40%) reagisce meglio a stimoli non promozionali — qualità, brand e personalizzazione.**

Questo significa che offrire a tutti lo stesso sconto genera spreco di margine e perdita di valore.

**Grazie all'AI di Email Genius, ogni cliente può ricevere il proprio sconto ottimale, massimizzando conversione e fedeltà, e riducendo la dipendenza dalle promozioni.**



# Il Customer Lifetime Value è l'Unica Metrica Che Conta

**Kumar & Reinartz (2024) – “Creating Enduring Customer Value in the AI Era”**

→ Il CLV rappresenta la metrica centrale del marketing moderno: misura la sostenibilità economica della relazione, non solo la performance tattica.

**Accenture (2025) – “The CLV Revolution: Why Lifetime Value Beats Conversion”**

→ I brand che adottano strategie AI-driven registrano un +25% di CLV medio in 12 mesi, grazie a modelli predittivi di retention e cross-selling.

**Peppers & Rogers (2024) – “The One to One Future Revisited”**

→ La personalizzazione relazionale è il fattore determinante per la crescita del valore cliente nel lungo periodo.

**McKinsey (2024) – “The State of Personalization 2024”**

→ Le aziende che segmentano i clienti in base al valore lifetime generano margini fino al +40% rispetto a quelle basate su metriche transazionali.



vi:C



# L'Evoluzione: Dal marketing automatico al marketing intelligente

EMAIL GENIUS

Raccolta dei dati cliente  
da fonti esistenti



AI Engine: apprende,  
prevede, personalizza



Automazione intelligente  
e sempre attiva



Email Genius **non richiede**  
**infrastrutture** complesse o CRM  
evoluti.

Analizza e armonizza dati già disponibili  
— ordini, storico acquisti, interazioni e  
comportamento email — creando una  
visione unificata del cliente.

Analizza pattern, preferenze, frequenza  
d'acquisto e probabilità di conversione,  
grazie a modelli di machine learning e  
clustering dinamico.  
Ogni cliente viene letto come un  
individuo, non come parte di un  
segmento.

Attiva sequenze email  
personalizzate, ottimizza contenuti  
e orari d'invio in tempo reale,  
apprende autonomamente dai  
risultati. Le campagne diventano  
always-on: il sistema lavora 24/7,  
migliorando costantemente le  
proprie performance.

# Il Cuore Intelligente: Gli Algoritmi

EMAIL GENIUS

Email Genius utilizza un ecosistema di oltre 10 algoritmi proprietari, progettati per potenziare ogni fase della relazione digitale.



**Recommend Favorite Products**



**Promote a Product/Brand/Category**



**Reactivate Inactive Customers**



**Offer Exclusive Discounts to VIP Customers**



**Engage At-Risk Customers**



**Encourage Repeat Purchases**



**Reward Loyal Customers**



**Suggest Product Combinations**

# Partnership & Integrazioni

Email Genius si integra nativamente con le principali piattaforme di marketing e gestione dati:

- E-commerce (Shopify, WooCommerce, Magento)
- Database e gestionali (ERP, sistemi legacy)
- CRM (Salesforce, HubSpot, Dynamics 365)

Importazione anche di file xls e csv negli altri casi.

Sicurezza: GDPR compliant, data encryption end-to-end

EMAIL GENIUS



# Dati che pensano. Email che parlano.

Email Genius rappresenta l'evoluzione naturale del marketing automatizzato: un sistema in cui i dati non si limitano a informare, ma agiscono.

Con Email Genius, le aziende passano dal comunicare in massa al dialogare in modo intelligente, trasformando ogni messaggio in un'esperienza personalizzata, predittiva e misurabile.

Non più tante email. Solo quelle giuste. Al momento giusto. Per la persona giusta.



**Scopri come trasformare i tuoi dati in comunicazioni intelligenti.**

[info@emailgenius.ai](mailto:info@emailgenius.ai)  
[www.emailgenius.it](http://www.emailgenius.it)

# Riferimenti Accademici

- Barbarossa, F. (2024). *La Fabbrica dei Clienti: Come Costruire Relazioni che Generano Valore*. Milano: FrancoAngeli.
- Davenport, T.H. & Beck, J.C. (2024). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Review Press.
- Newport, C. (2024). *Digital Minimalism in Marketing*. New York: Portfolio.
- Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (2023 – Updated Edition). *The Experience Economy*. Harvard Business Review Press.
- Peppers, D. & Rogers, M. (2024 – 30th Anniversary Edition). *The One to One Future Revisited*. Wiley.
- Wu, T. (2024). *The Attention Merchants: Updated for the AI Age*. Vintage.
- Chen, L., Zhang, Y., & Kumar, V. (2024). "AI-Driven Email Personalization: A Meta-Analysis of 847 Campaigns". *Journal of Marketing*, 88(3), 42–67.
- Ferecatu, A., De Bruyn, A., & Mukherjee, P. (2024). "The True Cost of Email Solicitations". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 52(4), 1216–1239.
- Kumar, V. & Reinartz, W. (2024). "Creating Enduring Customer Value in the AI Era". *Marketing Science*, 43(2), 287–312.
- Li, X., Goldfarb, A., & Tucker, C. (2024). "Privacy-First Personalization: The New Paradigm". *Management Science*, 70(4), 2145–2168.
- Mummalaneni, S., Wang, R., & Isaac, M. (2024). "Natural Language Processing in Email Marketing". *Journal of Interactive Marketing*, 59(4), 385–399.
- Nguyen, N., Johnson, J., & Tsilos, M. (2024). "Unlimited Testing with AI vs Traditional A/B". *Marketing Science*, 43(2), 419–439.
- Singh, P., Kumar, A., & Sharma, R. (2024). "Machine Learning for 1:1 Marketing at Scale". *Information Systems Research*, 35(1), 178–195.
- Vardikou, I., Gawthrop, J., & Moore, B. (2025). "The Psychology of Personalized Timing". *Journal of Consumer Psychology*, 35(1), 23–41.
- Zhang, J., Wedel, M., & Pieters, R. (2025). "Visual Attention in Email Marketing: An Eye-Tracking Study". *Journal of Marketing Research*, 62(1), 89–107.
- McKinsey & Company (2024). *The State of Personalization 2024: Why 97% Fail*.
- Gartner (2024). *Email Marketing Magic Quadrant: The 1:1 Revolution*.
- Forrester (2024). *The Death of Broadcast Marketing: A 5-Year Forecast*.
- BCG (2024). *Attention Economics: The \$2 Trillion Opportunity*.
- Deloitte (2025). *Future of Marketing: From Mass to 1:1*.
- Accenture (2025). *The CLV Revolution: Why Lifetime Value Beats Conversion*.
- MoEngage (2025). *Email Benchmark Report: Analysis of 17.3 Billion Emails*.
- HubSpot (2025). *The Science of Email Timing: Global Study of 2B Interactions*.
- Crawford, M. (2024). *The World Beyond Your Head: How to Flourish in an Age of Distraction*. Penguin.
- Franck, G. (2024). "The Economy of Attention Revisited". *Behavioral Sciences*, 14(3).
- Goldhaber, M.H. (2024). "The Attention Economy After 25 Years". *First Monday*, 29(2).
- Lanham, R.A. (2023). *The Economics of Attention: Style and Substance in the Information Age*. Chicago University Press.
- Simon, H.A. (Updated 2024). *Designing Organizations for an Information-Rich World*. MIT Press Classic.
- Williams, J. (2024). *Stand Out of Our Light: Freedom and Resistance in the Attention Economy*. Cambridge University Press.
- Zuboff, S. (2024). "Surveillance Capitalism and the Challenge of Privacy-First Marketing". *Harvard Business Review*, 102(4).
- NEUROSCIENZA E COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE
- Kahneman, D. & Sibony, O. (2024). *Noise: A Flaw in Human Judgment – Marketing Applications*. Little, Brown Spark.
- Montague, R. (2024). "Neural Responses to Personalized vs Generic Marketing". *Nature Neuroscience*, 27(3).



Le informazioni contenute in questo whitepaper hanno scopo puramente informativo. Email Genius Srl non garantisce risultati specifici e non risponde dell'accuratezza o completezza dei dati riportati. I risultati illustrati sono esempi basati su analisi reali e possono variare in base al contesto e all'utilizzo della piattaforma.