



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

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



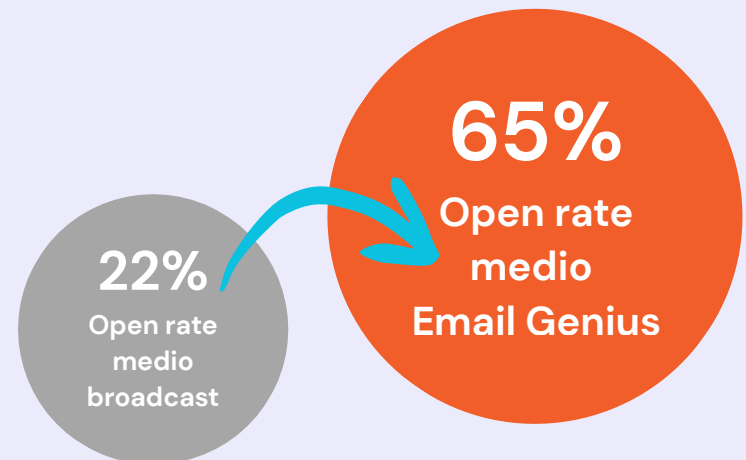
Con oltre 2,5 milioni di email analizzate e 3 anni di ricerca

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

EMAIL GENIUS

Il contesto di mercato



L'AI riconosce chi ti conosce. 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

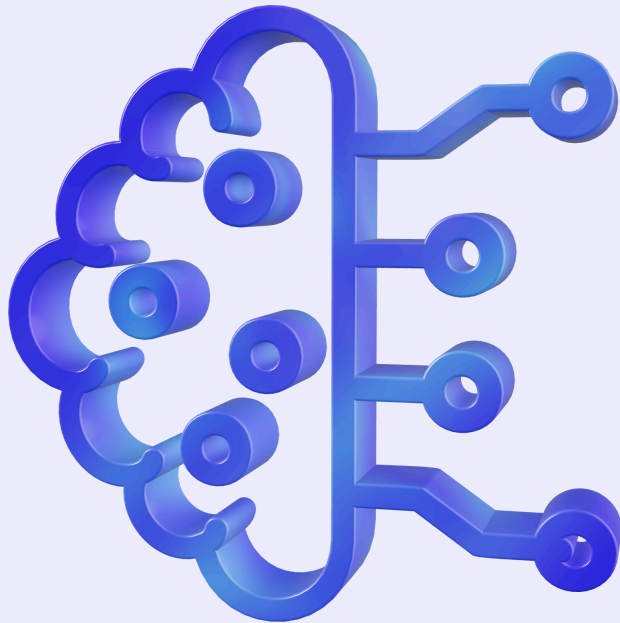
A volte è preferibile non mandare un messaggio al cliente quando prevediamo che non sia interessato o il messaggio non sia rilevante per lui.

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



- 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.

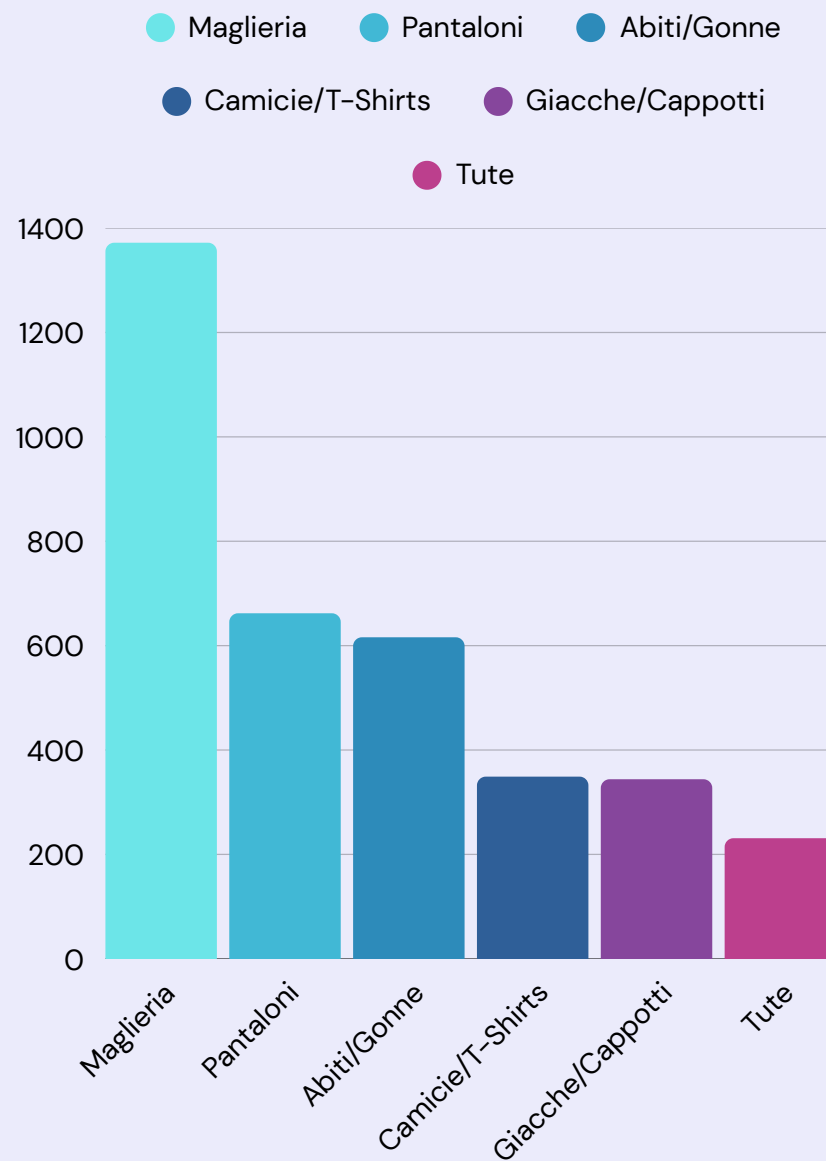
- 65% di tasso di apertura mantenuto per 12+ mesi
- 9X performance vs broadcast
- ROI **positivo** in 45 giorni

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

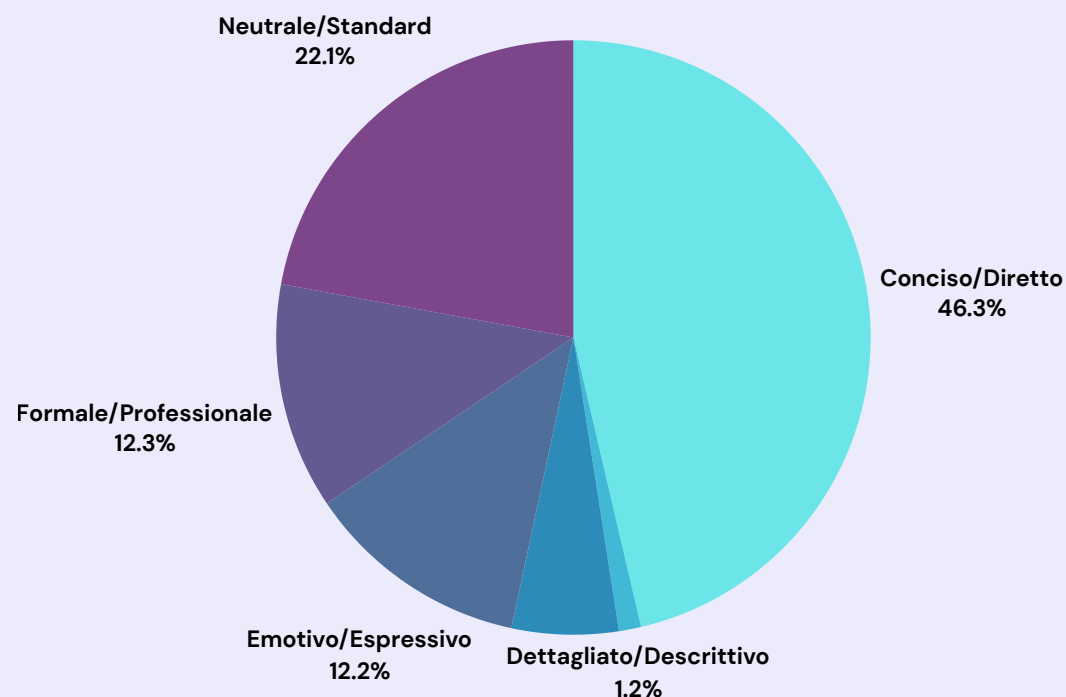
Ogni persona reagisce in modo diverso al linguaggio, al tono e allo stile dei messaggi che riceve.

Le ricerche più recenti (**Mummalaneni 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.

Distribuzione Tone of Voice dei Clienti Fashion
Customer Service 2025



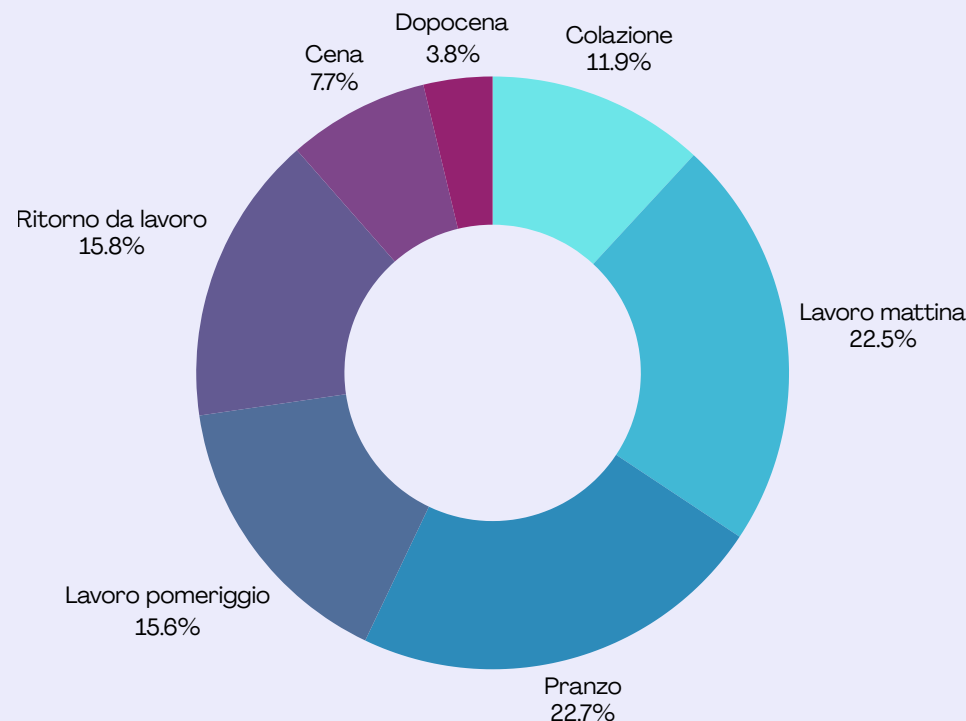
L'impatto del timing sull'engagement delle campagne email personalizzate

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)⁸ 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

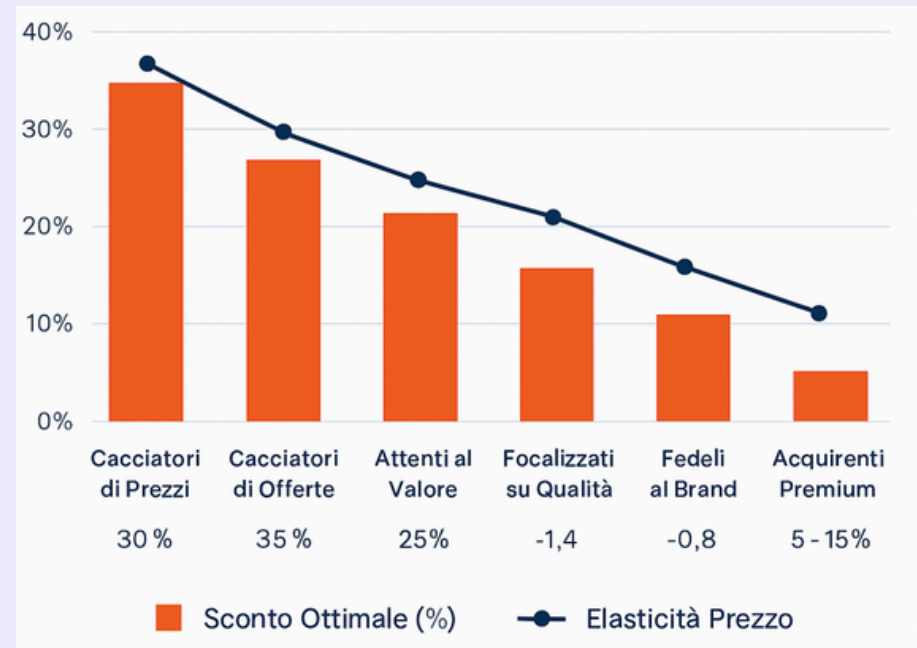
EMAIL GENIUS

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.



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



HubSpot



Woo



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

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., & Tsiros, 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.