

# Cosa non fare per ottenere risultati nel mailing

di Valerio Melandri\*

**In molti cercano la ricetta della lettera di mailing perfetta. A dire il vero non esiste una lettera perfetta ma ci sono invece degli errori comuni a molte lettere di mailing che sono decisamente da evitare. Ne abbiamo raccolti alcuni dalle varie lettere rilevati dai diversi autori letti in questi anni (Stephen Pidgeon, Mal Warwick, Neil Galford e altri ancora).**

Quello che trovate scritto qui, non è quindi tutta "farina del nostro sacco", ma pensiamo che questo *collage* di errori possa essere di grande aiuto a tutti. Ne abbiamo contati quindici di cui almeno i primi cinque causano i maggiori problemi. I problemi in tal senso non sono solamente gli errori in sé che vengono commessi ma gli scarsi risultati in termini di raccolta di fondi tramite l'utilizzo non corretto dello strumento del *mailing*.

## Pensieri caotici

Una scrittura efficace inizia e finisce con un pensiero chiaro e disciplinato. Il progetto di scrivere una lettera deve avere alla base una struttura, così come per fare un grattacielo ci vorranno mattoni e acciaio, in una lettera abbiamo bisogno di prosa. Una tenda si tira su secondo una certa logica, una cattedrale con una

logica diversa; ciò non significa che bisogna avere sempre un modello in mente, ma soltanto che è meglio avere un'idea di ciò che si andrà a fare. Quindi, prima di appoggiare un dito sulla tastiera o mettere la penna sulla carta, abbiate chiaro in mente cosa volete comunicare; decidete dove volete andare e come arrivarci. Se necessario, delineate i passi che farete lungo il cammino. Se non decidete in anticipo qual è il punto, è improbabile che riusciate a farlo capire.

## Scrittura disconnessa ed esitante

Nel *mailing* oramai non c'è più posto per una scrittura lenta ed esitante (quasi disordinata) che vaga di punto in punto, non c'è spazio dunque per la pigrizia quando si vuole scrivere una lettera per ottenere risultati. Arrivate al punto, prima è, meglio è!

A meno che non riusciate a pensare ad una frase iniziale oggettivamente migliore, vi consiglio di iniziare una lettera con queste parole: «Ti scrivo oggi perché...». Questo approccio non vincerebbe il premio creatività, ma costringe a comunicare in maniera veloce e diretta il risultato che sperate di ottenere con la vostra lettera. La creatività non raccoglie denaro, l'essere diretti sì. Se il vostro testo non arriva al punto, gli occhi e la mente dei vostri lettori si allontaneranno alla ricerca di attività più soddisfacenti.

## Inizi noiosi

Se vi trovate di fronte al compito di scrivere una lettera di sei pagine o un promemoria di dieci

pagine, dovete assicurarvi che il paragrafo di apertura, ed in particolare la frase iniziale, sia abbastanza intrigante da catturare l'interesse dei vostri lettori. E ciò a maggior ragione nel caso di una lettera finalizzata a ottenere una donazione o vendere un prodotto.

Un testo che cattura l'attenzione del lettore spesso inizia con una domanda, una sfida, una storia interessante, un'affermazione in grassetto, una frase familiare, o comunque con estrema chiarezza.

Le particolari circostanze e condizioni del vostro compito di scrittura, o della vostra semplice ispirazione, possono suggerire quale di questi approcci sia il più appropriato. Potrebbe anche bastare semplicemente sommare i punti che tratterete, se li esponete in maniera abbastanza coinvolgente e scegliete il tono più appropriato al pubblico al quale vi rivolgete.

Per esempio: «Ti scrivo oggi per invitarti a unirti a me nel lanciare un'iniziativa storica con grandi possibilità di migliorare la qualità della vita nella nostra comunità locale.». Per un pubblico generico questo inizio pomposo potrebbe garantire alla vostra lettera un posto d'onore nel cestino, ma per un gruppo che ha dimostrato un impegno nei confronti della vostra comunità e che abbia una relazione con la persona che firma la lettera o il promemoria, l'audacia della vostra affermazione potrebbe risultare vincente.

## Fraasi infinite

Le frasi troppo lunghe sono un problema in qualsiasi tipo di testo, una lettera per la raccolta fondi può essere cestinata velocemente se contiene frasi eccessivamente prolisse. Se una frase è più lunga di tre righe analizzatela e cercate un modo per spezzarla in due o tre frasi più semplici e più brevi. Nella maggior parte dei casi, così facendo, raggiungerete l'obiettivo in modo più efficace.

Tenete presente che un lettore abbastanza volenteroso da affrontare Proust o Joyce potrebbe voler concentrarsi abbastanza da seguire un

pensiero tortuoso in un periodo complesso. Ma è improbabile che i vostri lettori vi dedichino tanta attenzione; frasi lunghe metteranno alla prova la durata limitata dell'attenzione dei lettori e i vostri tentativi falliranno.

## Il fallimento dell'utilizzo di strumenti visivi per guidare il lettore

Un romanziere con grandi capacità di guidare il lettore da una pagina all'altra potrebbe essere in grado di farlo semplicemente con il potere delle parole.

La maggior parte di noi non è così fortunata e i nostri lettori, spesso meno motivati a portare a termine la lettura, sono generalmente molto meno tolleranti. Per scrivere in maniera efficace ed avere impatto dovrete probabilmente utilizzare liberamente:

- sottotitoli,
- elenchi puntati o numerati,
- titoli di sezioni in grassetto,
- altri strumenti per spezzare la monotonia di un testo grigio, ininterrotto.

Soltanto offrendo ai vostri lettori degli indizi immediatamente visibili potrete far sembrare il vostro testo davvero facile da leggere e questa impressione sarà accentuata utilizzando frasi e paragrafi brevi.

Segnali come questi inviano un messaggio importante al lettore, ossia che state scrivendo per lui, non per voi.

## Conclusioni inconcludenti e poco interessanti

Un appello forte richiede sia una conclusione forte che un inizio stimolante; non basta sommare e ripetere i punti più forti. Una lettera dovrebbe finire con una nota alta: affermare la relazione tra il firmatario e il destinatario e costruire l'appello intorno alla *mission* dell'organizzazione e ai valori che la ispirano. Terminate sempre con qualcosa che i lettori ricorderanno.

## Linguaggio vago

Un testo scritto male è pieno di scuse, qualifiche, eccezioni e avvertimenti. Per esempio una lettera commerciale potrebbe iniziare così: «La maggior parte delle persone ritiene che questo prodotto sia uno dei migliori dopo l'*hula hoop*. Non si capisce se questo prodotto è effettivamente la cosa migliore oppure no? Se «la maggior parte delle persone» lo ritiene, perché non scrivere invece: «Questo prodotto incredibile vi sorprenderà! Acquistatelo da me, è il migliore dopo l'*hula hoop*!»

Quando uno scrittore scrive in modo poco diretto ha dei pensieri poco coerenti. Se non riuscite ad esprimervi con un linguaggio chiaro e inequivocabile è ora di riesaminare il ragionamento che vi ha condotti a concludere che il caso che avete presentato è difendibile. I vostri lettori non saranno entusiasti all'idea di aiutarvi se la vostra lettera non veicolerà in modo chiaro cosa volete, quando e perché.

## Inserire troppi aggettivi e avverbi

Gli scrittori insicuri e con poca esperienza tendono ad abusare di aggettivi e avverbi, privando le loro lettere di chiarezza e impatto. Se volete scrivere per avere dei risultati cercate di farlo senza usare nessun aggettivo. Potete tornarvi su in un secondo momento e inserire uno o due aggettivi per maggior precisione e onestà. Se eserciterete delle restrizioni i vostri lettori vi ringrazieranno e vi premieranno con il regalo più grande che uno scrittore può ricevere: andranno avanti con la lettura.

## Parole ricercate

Proprio come scrivere inserendo troppi aggettivi o avverbi, l'impiego di parole lunghe, oscure e altamente tecniche è una forma di ostentazione. Sfortunatamente questo è un difetto molto comune nella scrittura dei nostri tempi e di conseguenza la comunicazione ne risente. I presidenti dei consigli di amministrazione e i direttori ge-

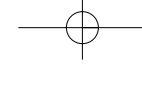
nerali sono particolarmente sensibili a questa malattia.

## Lingua commerciale

La tendenza ad usare costruzioni di uso comune ma grammaticalmente scorrette e spesso eccessivamente verbose è uno dei mali che affliggono la scrittura contemporanea, che infetta buona parte della pubblicità e del *fundraising*. State lontani da espressioni abominevoli come le seguenti, scegliete i loro equivalenti oppure evitatele del tutto:

Evitare di usare	Usate
di conseguenza	quindi
sulla linea di	come
e/o	[lasciatelo agli avvocati!]
a questo punto	ora [o] oggi
dialogo	conversazione
ti invio in allegato	ti invio
etc.	[usatelo molto raramente]
terminare	finire
allo scopo di	per
attuazione	[fatele semplicemente!]
in quanto	perché
nel caso in cui	se
interfacciarsi	lavorare con [o] incontrare
fare uso di	usare
dovuto al fatto che	perché
come da tua richiesta	come hai chiesto
precedentemente	prima
conforme a	secondo
abbastanza [o] molto	[evitate i fronzoli]
il futuro immediato	[quanto è lontano?]
con l'intenzione di	per

Esistono anche delle parole che suppongono una insicurezza dello scrittore nel realizzare il testo di un *mailing*, parole noiose e che confon-



dono il lettore. Per esempio vedi tabella riportata di seguito.

Evitare	Usate
esatti opposti	[opposti è sufficiente]
la ragione è perché	[scegliete: “la ragione è” o perché”]
conclusione finale	[se è una conclusione non è necessariamente finale?]
esperienza reale	[opposto a esperienza non autentica?]
con speranza	[lo sperate davvero? non penso, visto l’abuso che si fa di questa parola. Ma se davvero lo sperate, allora scrivetelo pure!]
francamente	[questa parola in genere viene utilizzata quando si intende il contrario. Mette il lettore in guardia, come dire: “Per essere onesto con te.”]
molto unico	[se qualcosa è unico, è il solo nel suo genere. Togliete “molto”]

## Linguaggio pomposo

Soltanto perché una parola è grammaticalmente corretta, scritta bene ed esprime precisamente il pensiero che intendete comunicare non è detto che sia la parola giusta. Quando scrivete per avere dei risultati è importante scrivere come parlate, usando parole comuni, familiari. Il modo migliore per evitare problemi di questo tipo consiste nel sottoporre la vostra scrittura ad una prova pratica: leggete la vostra lettera ad alta voce prima che chiunque altro la veda. Se avete difficoltà a pronunciare una parola o una frase è probabile che anche il lettore vi inciamberà. Trovate un altro modo per dire quello che avete scritto.

## Discordanza

Una delle violazioni più comuni delle regole grammaticali si verifica in genere perché lo scrittore sbaglia a decidere in anticipo cosa una frase deve enfatizzare. Questa confusione si riflette

spesso in una discordanza tra soggetto e verbo o tra un pronome e ciò che lo precede. Per esempio: «Se i soci decidono di non partecipare, puoi ottenere uno sconto».

È evidente che per comprendere questa frase sia necessario rileggerla almeno due volte. Ecco un possibile approccio che invece risulta di più immediata comprensione: «I soci che scelgono di non partecipare hanno diritto a uno sconto».

Questa alternativa ha meno probabilità di confondere il lettore rispetto all’originale.

## Modificatori

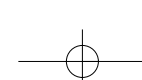
Strettamente collegato al problema precedente, questo errore comune nasce solitamente dalla stessa fonte: un pensiero nebuloso. Non conosco altro modo di descriverlo se non fornendo degli esempi:

- «Un esempio del meglio che la comunità aveva da offrire, il sindaco le consegnò un premio l’anno scorso».
- «Ricco di *benefit* preziosi, pensavo che il prodotto fosse il migliore che potessi acquistare». Per evitare la confusione causata da discrepanze come questa, cercate di rivederle. In genere ci sono numerose alternative accettabili; ecco le alternative:
- «Il sindaco le consegnò il premio l’anno scorso perché lei era il meglio che la comunità potesse offrire».
- «Era semplicemente ricco di *benefit* preziosi, il prodotto migliore che potrei acquistare, pensai».

Non vi serve sapere che cos’è un modificatore, tutto quello che dovete fare è ricordare, quando vi avvicinate alla fine della frase, quello che stavate scrivendo quando l’avete iniziata.

## Abuso della forma passiva

Ci sono volte in cui la forma passiva è inevitabile, o per lo meno utile; nei casi seguenti, per esempio: «La nevicata non aveva precedenti, ma le strade furono pulite in tempi record».



In questo esempio, focalizzato sulle strade e sulla neve, non sulle persone, non è importante chi abbia pulito le strade (anche se gli operatori della ditta che pulisce le strade potrebbero non essere d'accordo). Il punto centrale della frase è chiaro, l'impiego della forma passiva non implica alcuna perdita di significato. La forma attiva corrispondente non è né più chiara né più elegante di quella passiva: «La neve si era accumulata in quantità senza precedenti, ma gli operatori della ditta la spazzarono via in tempi record». In genere, comunque, la forma passiva attutisce l'impatto di una frase. Essa è impiegata spesso per evitare asserzioni dirette. Di conseguenza raramente aiuta a vendere prodotti o ottenere donazioni. Considerate l'esempio seguente: «I soci votanti del museo sono invitati a partecipare ad un incontro all'anno per mantenere il loro *status* e ricevere tutti questi sconti».

Questa frase suona come un passaggio di una tavola delle regole, non una promessa di *benefit* che potrebbe invogliare qualcuno a iscriversi al museo. Provate invece così: «In qualità di socio votante del museo, riceverai tutti questi sconti se parteciperai anche soltanto ad un incontro all'anno». Scrivere per ottenere risultati richiede convinzione comunicativa. La forma attiva aiuta lo scrittore ad essere diretto e permette al lettore di afferrare il concetto più velocemente.

## Ortografia sbagliata

Fortunatamente la maggior parte di noi che abbiamo a che fare con le parole utilizza uno dei famosi programmi di elaborazione testi, che includono un sistema di controllo di ortografia e grammatica.

Raccomando caldamente questi strumenti come rimedio parziale per coloro che hanno difficoltà con l'ortografia (soltanto parziale perché questi sistemi non sono in grado di individuare le parole scritte correttamente ma inserite nel contesto sbagliato). Utilizzare questi programmi richiede solo pochi secondi, ma può risparmiarvi anni di mortificazione. Forse a voi non importa se nelle vostre lettere ci sono degli errori di ortografia, a noi invece e ai lettori sì!

Ecco alcuni esempi di comuni errori ortografici e grammaticali:

- "a" (preposizione) invece che "ha" (verbo avere),
- "saremo" (futuro indicativo) invece che "saremmo" (condizionale presente),
- "spero che sei" (indicativo) invece che "spero che tu sia" (congiuntivo),
- "e" (congiunzione) invece che "è" (verbo).

\* direttore Master in Fund Raising  
 Università di Bologna  
[www.master-fundraising.it](http://www.master-fundraising.it)

DA GUIDA AL DIRITTO, LE 4 NUOVE AGENDE LEGALI 2009 DEL SOLE 24 ORE

# 5 VOLTE PIÙ COMPLETE!

2 MODELLI E 2 FORMATI, NERA O CUOIO

GUIDA IL SOLE 24 ORE  
AL DIRITTO

Disponibili nelle librerie professionali.  
 Trova quella più vicina su: [www.librerie.ilssole24ore.com](http://www.librerie.ilssole24ore.com)

